

**LOKASI OPTIMAL PEMBANGUNAN PASAR DI KOTA LAHAT
BERDASARKAN KAJIAN FAKTOR-FAKTOR LOKASI
PENENTU PASAR**

TESIS

**Disusun Dalam Rangka Memenuhi Persyaratan
Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota**

Oleh:

**ABI SYAHMORA
L4D 003 071**



**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER TEKNIK PEMBANGUNAN WILAYAH DAN KOTA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2005**

**LOKASI OPTIMAL PEMBANGUNAN PASAR DI KOTA LAHAT
BERDASARKAN KAJIAN FAKTOR-FAKTOR LOKASI PENENTU PASAR**

Tesis diajukan kepada
Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota
Program Pascasarjana Universitas Diponegoro

Oleh:

**ABI SYAHMORA
L4D 003 071**

Diajukan pada Sidang Ujian Tesis
Tanggal Maret 2005

Dinyatakan Lulus
Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Magister Teknik

Semarang, Maret 2005

Pembimbing Pendamping

Ir. Jawoto Sih Setyono, MDP

Pembimbing Utama

Ir. Bambang Setioko, M.Eng

Mengetahui
Ketua Program Studi
Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota
Program Pascasarjana Universitas Diponegoro



Ir. Sugiono Soetomo, DEA

UPT-PUSTAK-UNDIP
Nn. Daft: 3421/T/MTPWK/4
Tgl. : 10 Juni 05

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi. Sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diakui dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Semarang, Maret 2005



ABI SYAHMORA
NIM L4D 003 071

DIMULAI DARI KETIDAKMENGETIHAN
DIPELAJARI UNTUK DIMENGETIH
DIAMALKAN SETELAH MENGETIH
(A.A. ABDURRAFI SYAHMORA, 2005)

*Tesis ini kupersembahkan
sebagai wujud rasa terima kasihku
yang tak terhingga kepada:*

- *Orang tuaku yang terhormat
H. Zakaria Saleh dan Hj. Djamilah Ilyas
H. Abdur Roni dan Hj. Nurhayati Abidin*
- *Istriku tercinta Lepy Desmianti Syahmora, ST, MT*
- *Anakku terkasih Aflaa Aufaaroza Abdurrafi Syahmora
atas segala do'a, cinta, dukungan, pengertian dan pengorbanan
yang luar biasa besarnya.*

ABSTRAK

Pemerintah Kabupaten Lahat, dalam rangka mengakomodasi kebutuhan masyarakat khususnya di sektor perdagangan telah mengeluarkan kebijakan untuk membangun sebuah pasar yang baru di Kota Lahat. Pembangunan pasar merupakan salah satu jenis penggunaan lahan yang mempunyai daya tarik yang cukup besar bagi masyarakat karena erat kaitannya dengan proses pemenuhan kebutuhan harian mereka. Pasar yang akan dibangun tersebut sangat membutuhkan lokasi yang optimal apabila melihat fungsi dan perannya yang penting sebagai salah satu komponen pelayanan kota. Permasalahan penentuan lokasi pasar merupakan permasalahan yang kompleks yang menyangkut kepentingan beberapa pihak, yaitu pihak pengguna pasar dan pihak Pemerintah Kabupaten. Keberadaan pasar yang akan dibangun harus dapat diterima dan memenuhi kepentingan semua pihak di atas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan kajian faktor-faktor lokasi penentu pasar menurut preferensi pengguna pasar dan pihak Pemerintah Kabupaten. Faktor-faktor lokasi penentu pasar ditentukan berdasarkan hasil Analisis Skoring terhadap kuesioner yang disebarakan kepada responden di atas. Faktor-faktor lokasi penentu pasar tersebut merupakan kriteria yang akan mengisi hirarki kedua dalam Proses Hirarki Analitik dalam penentuan lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat. Alternatif lokasi penentuan lokasi pembangunan pasar ditentukan berdasarkan hasil Analisis Deskriptif terhadap RTRK (Rencana Tata Ruang Kota) dan observasi terhadap karakteristik calon lokasi. Lokasi optimal pembangunan pasar ditentukan berdasarkan hasil Proses Hirarki Analitik (PHA). Perbandingan antar alternatif lokasi dalam setiap kriteria yang bertujuan untuk mengetahui urutan prioritas lokasi optimal pembangunan pasar didapatkan berdasarkan hasil kuesioner terhadap para responden.

Urutan prioritas kriteria/faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat yang didapatkan dari hasil Analisis Skoring adalah sebagai berikut: kriteria dekat dengan pemukiman penduduk, kriteria ketersediaan lahan termasuk luasannya, kriteria jaringan jalan ke lokasi, kriteria kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat, kriteria daerah bebas banjir, kriteria kepadatan penduduk, kriteria ketersediaan alat angkutan/transportasi, kriteria topografi dengan tingkat kemiringan rendah dan kriteria sarana pembuangan limbah. Urutan prioritas alternatif lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat menurut masing-masing responden berdasarkan hasil Proses Hirarki Analitik adalah sebagai berikut;

- Responden konsumen; lokasi 3, lokasi 1, lokasi 2,
- Responden pedagang; lokasi 3, lokasi 1, lokasi 2,
- Responden pejabat instansi pemerintah; lokasi 3, lokasi 1, lokasi 2.

Lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan hasil analisis di atas adalah lokasi 3 yang terletak di Kelurahan Bandar Agung. Arah perkembangan kota yang cenderung ke kawasan tersebut mengakibatkan perkembangan permukiman yang pesat di kawasan itu. Keberadaan lokasi ketiga yang dekat dengan permukiman penduduk menjadikannya memiliki karakteristik sebagai lokasi yang dekat dengan pembeli/pengguna pasar. Pembangunan pasar di lokasi tersebut harus didukung dengan strategi pengembangan dan pemasaran yang baik sehingga diharapkan dapat mengatasi permasalahan penyebaran distribusi pelayanan pasar dan mengurangi beban pusat kota dalam menampung kegiatan perkotaan.

Kata Kunci : pasar, lokasi, optimal.

ABSTRACT

The Government of Lahat Regency, in order to accomodate society's needs especially in trade sector has realeased a policy to build a new market in Lahat City. The market development is one kind of the land use which has a strong appeal for the society because it is related closely with their daily need fulfilment process. The market that will be built really needs an optimal location if we realize its important function as one of the city service components. The market location determination problem is a complex problem which is related with several parties needs, they are market users and the Local Government. The market existence that will be built should be received and should fulfil the need of the all parties above.

The purpose of this research is to analyze the market development optimal location in Lahat City bases on the study of the market decisive location factors according to the preference of market users and Local Government. The Market decisive location factors are determined base on The Scoring Analysis Result of the questionnaire that are spreaded to all respondents above. The market decisive location factors are the criterion that will fill the second hierarchy in Analytical Hierarchy Process in the determination of the market development optimal location in Lahat City. The location alternatives are determined base on The Descriptive Analysis Result of the Urban Land Use Planning and the observation result of the location alternatives's characteristics. The market development optimal location is determined bases on the result of the Analytical Hierarchy Process. The comparison among location alternatives in each criteria that intends to know the market development optimal location priority sequence is gotten bases on the questionnaire result of the respondents.

Criterion priority sequences/market decisive location factors in Lahat City that are gotten from The Scoring Analysis Result are: near by population settlement criteria, land availability including its width criteria, highway network to the location criteria, suitability with Lahat Urban Land Use Planning criteria, free of flood area criteria, population density criteria, availability of urban transportation criteria, topography with small slope criteria and sewerage disposal facility criteria. Priority sequences of the market development location alternatives according to each respondent base on the Analytical Hierarchy Process Result are:

- *Consumer respondent; location 3, location 1 and location 2,*
- *Merchant respondent; location 3, location 1 and location 2,*
- *Government official respondent; location 3, location 1 and location 2.*

The market development optimal location in Lahat City bases on the analysis results above is location 3 that is located in Bandar Agung. Urban development drift which tends toward that area causes the rapid settlement development. The third location existence that is near by population settlement makes it has characteristics as a location that is near by the buyers/market users. The market development in that location must be supported by a good marketing and development strategy so that it is hoped can solve the market service distribution spreading problem and reduce central business district load in accomodating urban activities.

Key words : market, location, optimal.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: **Lokasi Optimal Pembangunan Pasar di Kota Lahat Berdasarkan Kajian Faktor-faktor Lokasi Penentu Pasar**. Tesis ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota, Universitas Diponegoro Semarang.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya dengan tulus penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Sugiono Soetomo, DEA, selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
2. Bapak Ir. Ragil Haryanto, MSP, selaku Sekretaris Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
3. Bapak Ir. Bambang Setioko, M.Eng dan Bapak Ir. Jawoto Sih Setyono, MDP, selaku mentor dan co-mentor yang dengan penuh kearifan, ketulusan dan kesabaran meluangkan waktu dalam memberikan petunjuk dan bimbingan sejak awal sampai selesainya tesis ini.
4. Bapak Drs. H. Harunata, Dipl.DF, MM, MBA, selaku Bupati Lahat yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan studi S-2 di Universitas Diponegoro Semarang.
5. Kepala Pusat Pendidikan Keahlian Teknik Departemen Kimpraswil beserta seluruh jajaran stafnya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Magister. Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.

6. Kepala Balai Kerjasama Pendidikan Diploma dan Magister Semarang beserta seluruh jajaran stafnya yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulis mengikuti pendidikan.
7. Bapak Ir. Holi Bina Wijaya, MUM dan Bapak Ir. Fadjar Hari Mardiansjah, MT, MDP, selaku dosen pembahas dan dosen penguji atas segala masukannya terhadap tesis ini sehingga menjadi jauh lebih baik.
8. Seluruh dosen dan staf pengurus Program Pascasarjana MTPWK Universitas Diponegoro.
9. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa MTPWK 3 atas persahabatan dan persaudaraan yang telah terjalin selama ini.

Akhir kata penulis mohon maaf atas segala keterbatasan dalam penulisan tesis ini, demi kesempurnaannya penulis mengharapkan masukan-masukan baik berupa saran maupun kritik yang bersifat membangun.

Semarang, Maret 2005

Penulis

Abi Syahmora

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Sasaran Penelitian	7
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.4.1 Ruang Lingkup Substansial	8
1.4.2 Ruang Lingkup Spasial	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6 Penelitian-Penelitian Sebelumnya.....	13
1.7 Metode Penelitian	15
1.7.1 Teknik Analisis	15
1.7.2 Data yang Digunakan.....	24
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.7.4 Responden dalam Penelitian.....	26
1.8 Sistematika Penulisan	30

BAB II KAJIAN PUSTAKA LOKASI OPTIMAL PASAR

2.1 Pengertian Pasar	32
2.2 Wilayah Pelayanan Pasar	34
2.3 Pengguna Pasar	40
2.4 Fungsi dan Peranan Pasar	42

2.5	Lokasi Pasar.....	44
2.6	Rangkuman Kajian Pustaka Lokasi Optimal Pasar.....	48

BAB III GAMBARAN KOTA LAHAT DAN PASAR DI KOTA LAHAT

3.1	Kabupaten Lahat	53
3.2	Kota Lahat.....	54
3.3	Potensi Umum Kota Lahat.....	57
3.4	Struktur Tata Ruang Kota	61
3.5	Fasilitas Perkotaan	64
3.6	Pasar di Kota Lahat	66
3.7	Sistem Pelayanan Pasar di Kota Lahat.....	67

BAB IV LOKASI OPTIMAL PEMBANGUNAN PASAR DI KOTA LAHAT

4.1	Analisis Faktor Lokasi Penentu Pasar di Kota Lahat.....	71
4.1.1	Responden Konsumen.....	72
4.1.2	Responden Pedagang	74
4.1.3	Responden Pejabat Instansi Pemerintah	76
4.1.4	Faktor Lokasi Penentu Pasar di Kota Lahat.....	78
4.2	Alternatif Lokasi Pembangunan Pasar di Kota Lahat.....	80
4.3	Analisis Lokasi Optimal Pasar di Kota Lahat	87
4.3.1	Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Lokasi	90
4.3.2	Lokasi Optimal Pembangunan Pasar di Kota Lahat	92
4.4	Pembahasan Hasil Analisis.....	94

BAB. V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1	Kesimpulan	106
5.2	Rekomendasi.....	109

DAFTAR PUSTAKA.....	111
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	115
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

TABEL I.1	: Variabel Dalam Penelitian	18
TABEL I.2	: Skala Perbandingan Berpasangan	21
TABEL I.3	: Matrik Perbandingan Berpasangan	21
TABEL I.4	: Perbandingan Berpasangan Antar Lokasi Dalam Kriteria Tertentu ...	23
TABEL I.5	: Sintesa Penentuan Lokasi Menurut Kriteria	23
TABEL I.6	: Sintesa Perbandingan Antar Lokasi	23
TABEL I.7	: Data Yang Digunakan	24
TABEL I.8	: Responden Konsumen Pada Kuesioner Faktor Lokasi Penentu Pasar	27
TABEL II.1	: Matrik Pengelompokan Fasilitas Perdagangan	39
TABEL II.2	: Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Dalam Penentuan Lokasi Pasar ...	49
TABEL II.3	: Minimal Penduduk Pendukung, Luas Dan Lokasi Fasilitas Perdagangan	50
TABEL III.1	: Kecamatan, Kelurahan/Desa Dan Luas Wilayah Kabupaten Lahat....	53
TABEL III.2	: Jumlah Pasar dan Rata-Rata Banyaknya Pedagang Per-Kecamatan ..	54
TABEL III.3	: Kelurahan/Desa Di Kota Lahat	57
TABEL III.4	: Pertumbuhan Penduduk Kota Lahat Tahun 1991-2002	58
TABEL III.5	: Persebaran Jumlah Penduduk Dan Rumah Tangga	59
TABEL III.6	: Pembagian BWK Dan Luas Masing-masing BWK	61
TABEL III.7	: Matrik Hubungan Antar Kegiatan	65
TABEL IV.1	: Variabel-Variabel Yang Diujikan Dalam Kuesioner	71
TABEL IV.2	: Hasil Isian Rata-Rata Setiap Faktor Responden Konsumen	73
TABEL IV.3	: Urutan Nilai Rata-Rata Setiap Faktor Responden Konsumen	73
TABEL IV.4	: Hasil Isian Rata-Rata Setiap Faktor Responden Pedagang	75
TABEL IV.5	: Urutan Nilai Rata-Rata Setiap Faktor Responden Pedagang	75
TABEL IV.6	: Hasil Isian Rata-Rata Setiap Faktor Responden Pejabat Pemerintah	77
TABEL IV.7	: Urutan Nilai Rata-Rata Setiap Faktor Responden Pejabat Pemerintah	78
TABEL IV.8	: Rata-Rata Pendapat Responden Terhadap Faktor Lokasi Penentu Pasar	79

TABEL IV.9 : Urutan Nilai Rata-Rata Dan Prioritas Kriteria	79
TABEL IV.10 : Perbandingan Antar Lokasi Dalam Kriteria (Responden Konsumen).....	90
TABEL IV.11 : Perbandingan Antar Lokasi Dalam Kriteria (Responden Pedagang).....	91
TABEL IV.12 : Perbandingan Antar Lokasi Dalam Kriteria (Responden Pemerintah).....	91
TABEL IV.13 : Perbandingan Antar Lokasi (Responden Konsumen).....	92
TABEL IV.14 : Perbandingan Antar Lokasi (Responden Pedagang).....	92
TABEL IV.15 : Perbandingan Antar Lokasi (Responden Pejabat Pemerintah)	92

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 :	Peta Cakupan Wilayah Studi.....	10
GAMBAR 1.2 :	Bagan Alur Pemikiran.....	12
GAMBAR 1.3 :	Proses Analisis	16
GAMBAR 2.1 :	Market Area	37
GAMBAR 2.2 :	Skema Sistem Pemasaran Sederhana.....	41
GAMBAR 3.1 :	Peta Sumatera.....	55
GAMBAR 3.2 :	Peta Administrasi Kabupaten Lahat.....	56
GAMBAR 3.3 :	Grafik Pertumbuhan Penduduk Kota Lahat.....	58
GAMBAR 3.4 :	Peta Sebaran Penduduk Di Kota Lahat	60
GAMBAR 3.5 :	Peta Struktur Tata Ruang Kota Lahat	63
GAMBAR 3.6 :	Lokasi Pasar Kota Lahat	67
GAMBAR 3.7 :	Sistem Distribusi Barang Dagangan Di Pasar Kota Lahat.....	68
GAMBAR 3.8 :	Peta Lokasi Pasar Di Kota Lahat	69
GAMBAR 3.9 :	Peta Market Range Pasar Di Kota Lahat	70
GAMBAR 4.1 :	Denah Lokasi Alternatif 1	83
GAMBAR 4.2 :	Denah Lokasi Alternatif 2.....	84
GAMBAR 4.3 :	Denah Lokasi Alternatif 3.....	85
GAMBAR 4.4 :	Peta Alternatif Lokasi Pembangunan Pasar Di Kota Lahat	86
GAMBAR 4.5 :	Bagan Rancangan Proses Hirarki Analitik (PHA).....	88
GAMBAR 4.6 :	Peta Sebaran Permukiman Di Kota Lahat.....	98
GAMBAR 4.7 :	Peta Market Range Alternatif Lokasi Pasar	99
GAMBAR 4.8 :	Peta Market Range Pasar dan Alternatif Lokasi Pembangunan Pasar Prioritas Pertama	105

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : Daftar Pertanyaan Kuesioner	115
LAMPIRAN B : Hasil Perhitungan Kuesioner	132

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar merupakan tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi di mana proses jual beli terbentuk atau dapat dikatakan bahwa pasar merupakan salah satu bentuk penampungan aktivitas perdagangan. Pasar merupakan hasil/akibat dari pola kegiatan manusia yang terjadi karena adanya rasa saling membutuhkan, sehingga terjadi pola pertukaran antara barang dan jasa. Kompleksitas kebutuhan akan mengakibatkan kompleksitas jumlah orang, jenis barang, cara pertukaran dan kebutuhan akan tempat yang lebih luas lagi.

Pasar pada ukuran skala makro merupakan salah satu sektor penunjang perekonomian sebuah kota. Pasar memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai sumber peningkatan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi, selain itu kemungkinan adanya imbas ekonomi dengan terjadinya kegiatan baru seperti sektor informal dalam pasar. Pasar pada skala mikro merupakan salah satu penunjang kehidupan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari, pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli (konsumen). Pasar memiliki potensi untuk menampung tenaga kerja terutama untuk sektor informal.

Pertumbuhan perekonomian di Kabupaten Lahat berpengaruh terhadap tingginya aktivitas perekonomian dan perdagangan. Tingginya aktivitas perekonomian dan perdagangan yang ada di Kabupaten Lahat berdampak pada tumbuhnya sektor perdagangan di Wilayah Kabupaten Lahat, khususnya di Kota Lahat yang merupakan ibukota Kabupaten. Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang dominan dalam struktur perekonomian Kabupaten Lahat. Sektor perdagangan pada Tahun 2002

(tanpa hotel dan restoran) memberikan kontribusi sebesar 12,89 % terhadap PDRB {Produk Domestik Regional Bruto) Kabupaten Lahat.

Pemerintah Kabupaten melalui Dinas Pengelolaan Pasar dan Kebersihan Kota telah mengelola beberapa pasar untuk menunjang aktivitas perdagangan di Kabupaten Lahat. Pasar tersebut dibangun Pemerintah Kabupaten dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda. Pasar-pasar tersebut bertujuan untuk memberikan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat di sekitarnya. Pasar-pasar tersebut berjumlah tujuh pasar dan tersebar di lima kecamatan (lihat Tabel III.2).

Desa-desa di kecamatan yang kurang terjangkau oleh pasar di atas, dalam melaksanakan aktivitas perdagangan didukung dengan adanya pasar-pasar mingguan yang biasa disebut "kalangan". Kalangan dilakukan seminggu sekali dan waktu pelaksanaannya diatur secara bergilir. Kalangan berfungsi sebagai tempat pengumpul hasil pertanian dan pemenuhan kebutuhan masyarakat di pedesaan.

Pasar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pasar yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten bukan kalangan. Pasar dimaksud berdasarkan kelas pelayanannya termasuk pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan pasar yang memakai pola manajemen sederhana, di mana setiap pedagang mempunyai satu jenis usaha serta adanya interaksi antara penjual dan pembeli (tawar menawar harga). Pasar tersebut menurut sifat pendistribusiannya termasuk golongan pasar eceran.

Kota Lahat merupakan Ibukota Kabupaten Lahat, di mana kegiatan sosial dan ekonomi banyak terpusat di kota ini. Kota Lahat secara administratif terdiri dari 13 wilayah Kelurahan dan 15 wilayah Desa. Kota Lahat yang berpenduduk sebanyak 112.960 jiwa (Lahat Dalam Angka, 2002) merupakan daerah strategis karena dilalui jalan negara/propinsi yang merupakan Jalan Lintas Tengah Sumatera serta dilewati jalur kereta api jurusan Palembang-Lubuk Linggau (lihat Gambar 3.2).

Pasar yang memberikan pelayanan kepada masyarakat di sektor perdagangan di Kota Lahat adalah Pasar Lematang dan Pasar Sereho. Pasar Sereho berada di Kelurahan Pasar Lama, sedangkan Pasar Lematang berada di Kelurahan Pasar Baru. Kedua kelurahan tersebut terletak di pusat kota, sehingga dapat dikatakan bahwa hampir seluruh aktivitas perdagangan di Kota Lahat terkonsentrasi di situ.

Pasar Sereho dan Pasar Lematang mempunyai peran sebagai tempat pemenuhan kebutuhan sehari-hari bagi penduduk Kota Lahat. Pasar tersebut juga berperan sebagai tempat bekerja bagi pedagang, tempat pengumpul hasil pertanian daerah serta sebagai sumber pendapatan daerah dari retribusi yang didapat.

Pasar Lematang dalam melaksanakan perannya didukung oleh fasilitas perdagangan yang terdiri dari 1 buah los dengan luas 500 m², 558 kios berukuran 3 m x 2 m serta 45 ruko. Pasar Lematang menampung 650 pedagang yang tersebar pada setiap los, kios dan ruko yang ada.

Pasar Sereho merupakan pasar yang pertama kali berada di Kota Lahat. Pasar Sereho dalam melaksanakan perannya didukung oleh fasilitas perdagangan yang terdiri dari 3 los dengan luas 600 m² dan 83 kios. Pasar Sereho menjalankan perannya sehari-hari dengan jumlah pedagang sebanyak 650 orang.

Banyaknya pedagang yang berjualan di Pasar Sereho menyebabkan tidak tertampungnya beberapa pedagang di los, kios maupun di lingkungan lahan pasar tersebut. Kesan kumuh dan semrawut terjadi ketika para pedagang tersebut mulai berdagang di luar lingkungan lahan pasar. Kurangnya daya tampung pasar menjadi penyebab masalah tersebut.

Lokasi pasar berada di pusat kota di mana kegiatan perkotaan dan transportasi terpusat di sana. Letak pasar yang berada di pertigaan jalan utama serta tidak tersedianya fasilitas parkir yang memadai dapat menyebabkan terjadinya

kemacetan lalu lintas di sekitar lokasi pasar akibat pemakaian badan jalan sebagai tempat parkir kendaraan.

Pemerintah Kabupaten Lahat dalam rangka mengarahkan pertumbuhan dan perkembangan kota serta mengakomodasi kebutuhan masyarakat khususnya di sektor perdagangan dan ekonomi, mengeluarkan kebijakan antara lain dengan rencana membangun pasar yang baru di Kota Lahat. Salah satu tujuan dari pembangunan pasar tersebut adalah untuk menciptakan kegiatan perekonomian dan perdagangan yang layak, aman dan terjangkau oleh masyarakat guna mendorong kegiatan ekonomi masyarakat. Pembangunan pasar tersebut diharapkan dapat meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan pendapatan daerah.

Pemerintah Kabupaten Lahat terlebih dahulu harus menentukan lokasi bagi pasar yang baru di Kota Lahat sebelum menindaklanjuti rencana pembangunan pasar tersebut. Penentuan lokasi pembangunan pasar merupakan proses yang sangat penting sebagai bentuk pengambilan keputusan strategis pemanfaatan ruang dan pemenuhan kebutuhan masyarakat oleh Pemerintah Kabupaten, sehingga dalam penentuan lokasi pembangunan pasar masing-masing *stakeholder* harus memegang peranan besar.

Lokasi kegiatan yang melayani kebutuhan masyarakat sebaiknya berada pada tempat yang merupakan pusat-pusat pelayanan. Tempat yang merupakan pusat-pusat pelayanan adalah tempat yang memungkinkan terjadinya partisipasi manusia secara maksimum, baik bagi mereka yang terlibat dalam aktivitas pelayanan maupun yang menjadi konsumen dari barang-barang dan pelayanan yang dihasilkan pusat pelayanan tersebut. Jumlah, luas dan sebaran dari pusat-pusat pelayanan di wilayah pemukiman dipengaruhi oleh jumlah minimum penduduk yang dilayani dan jangkauan pasar atau jarak di mana seseorang bersedia untuk mengadakan perjalanan dalam mencapai fasilitas/sarana yang diperlukannya.

Peran pasar yang penting sebagai salah satu komponen pelayanan dari suatu kota dan dengan melihat keanekaragaman kegiatan yang terjadi dalam pasar, maka pasar akan membutuhkan lahan dan tempat yang strategis di suatu kota. Sebuah pasar yang letaknya strategis akan lebih terjamin kelancaran penjualannya daripada yang letaknya di tempat yang kurang strategis.

Pembangunan pasar merupakan salah satu jenis penggunaan lahan yang mempunyai daya tarik yang cukup besar bagi masyarakat, karena erat kaitannya dengan proses pemenuhan kebutuhan harian mereka. Lokasi di mana pasar itu dibangun akan sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk mengunjunginya.

Permasalahan lokasi pasar merupakan permasalahan kompleks yang menyangkut beberapa pihak yaitu pihak pengguna pasar serta pihak pemerintah sebagai pengambil kebijakan. Keberadaan pasar yang akan dibangun harus dapat diterima oleh berbagai pihak. Proses penentuan lokasi pembangunan pasar sebaiknya tidak hanya berdasarkan kepada keputusan Pemerintah Kabupaten saja tetapi juga melihat keinginan dan kepentingan dari para pengguna pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Pasar yang memberikan pelayanan kepada masyarakat di sektor perdagangan di Kota Lahat ada dua, yaitu Pasar Lematang dan Pasar Serele. Pasar Serele berada di Kelurahan Pasar Lama sedangkan Pasar Lematang berada di Kelurahan Pasar Baru. Aktivitas perdagangan di Kota Lahat terkonsentrasi di pusat kota (lihat Gambar 3.7).

Banyaknya pedagang yang melakukan aktivitas perdagangan menyebabkan tidak tertampungnya beberapa pedagang tersebut di los, kios maupun di lingkungan lahan pasar tersebut. Kesan kumuh dan semrawut terjadi ketika para pedagang mulai

berdagang di luar lingkungan lahan pasar. Kurangnya daya tampung pasar menjadi penyebab masalah tersebut.

Lokasi pasar berada di pusat Kota Lahat, di mana kegiatan perkotaan dan transportasi terkonsentrasi di sana. Letak pasar yang berada di pertigaan jalan utama serta tidak tersedianya fasilitas parkir yang memadai dapat menyebabkan kemacetan lalu lintas di sekitar lokasi pasar akibat pemakaian badan jalan sebagai tempat parkir kendaraan.

Lokasi di mana pasar itu dibangun dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk mengunjunginya. Pasar sebagai salah satu komponen pelayanan dari suatu kota akan dapat memberikan pelayanan yang optimal apabila keberadaan pasar tersebut dalam suatu lokasi dapat diterima dan memenuhi kepentingan semua pihak.

Lokasi di mana pasar itu berada dapat mempengaruhi perkembangan pasar tersebut. Lokasi sebuah pasar ditentukan dengan mempertimbangkan beberapa kriteria antara lain mengenai kesesuaian peruntukannya, luasan lahan, wilayah pelayanan maupun aksesibilitas. Pasar yang terletak pada lahan yang tidak sesuai dengan peruntukannya, luasan lahan kurang memadai, jauh dari pemukiman serta kurangnya aksesibilitas menuju pasar dapat menghambat perkembangan pasar tersebut.

Keberadaan pasar yang akan dibangun harus dapat diterima oleh berbagai pihak baik itu konsumen, pedagang maupun pemerintah sebagai pengambil kebijakan di daerah. Penentuan lokasi pasar yang tidak memperhatikan kepentingan pihak konsumen maupun pedagang, dikhawatirkan nantinya dapat mengakibatkan konsumen kurang berminat untuk berbelanja sehingga menimbulkan kurangnya minat pedagang untuk berdagang di pasar tersebut. Aktivitas perdagangan di pasar itu tidak akan terjadi sebagaimana yang diharapkan, pasar menjadi sepi dan tidak berkembang.

Hal yang akan dianalisis lebih lanjut berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah adalah **bagaimana lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan kajian faktor-faktor lokasi penentu pasar?**

1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan kajian faktor-faktor lokasi penentu pasar.

1.3.2 Sasaran Penelitian

Sasaran yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis variabel-variabel penentuan lokasi pembangunan pasar berdasarkan kajian pustaka.
- b. Mengembangkan kerangka analisis yang akan digunakan.
- c. Menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat.
- d. Menentukan lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat.
- e. Merekomendasikan lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini terdiri atas ruang lingkup substansial dan ruang lingkup spasial. Ruang lingkup substansial bertujuan untuk membatasi materi pembahasan yang berkaitan dengan identifikasi masalah, sedangkan ruang lingkup spasial berusaha membatasi lingkup wilayah kajian agar didapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian.

1.4.1 Ruang Lingkup Substansial

Ruang lingkup substansi penelitian ini dibatasi dengan hanya menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan kajian faktor-faktor lokasi penentu pasar. Lokasi optimal pembangunan pasar dimaksud adalah lokasi terbaik yang dapat digunakan untuk pembangunan pasar menurut persepsi dan preferensi konsumen, pedagang maupun Pemerintah Kabupaten.

Pasar di Kota Lahat menurut kelas pelayanannya bila ditinjau secara normatif berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998 tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan, termasuk pasar tradisional sedangkan menurut sifat pendistribusiannya termasuk golongan pasar eceran. Pasar di Kota Lahat bila ditinjau dari hirarki pelayanannya (Nining, 2000) termasuk hirarki ketiga yaitu pasar kecamatan, di mana Kota Lahat mencakup 1 wilayah kecamatan (Kecamatan Lahat). Pasar dimaksud merupakan salah satu komponen pelayanan kota dan diharapkan mampu memberikan pelayanan bagi seluruh masyarakat di Kota Lahat.

Faktor-faktor lokasi penentu pasar ditentukan berdasarkan kajian pustaka dan pendapat responden yaitu pihak konsumen, pedagang serta pejabat instansi pemerintah. Lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat dianalisis dengan menggunakan Proses Hirarki Analitik (PHA) dengan melakukan perbandingan antar alternatif lokasi berdasarkan pendapat responden sehingga menghasilkan prioritas lokasi terbaik sebagai lokasi optimal.

Kesimpulan yang didapat berupa kesimpulan hasil analisis terhadap faktor-faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat serta lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat. Kesimpulan tersebut merupakan dasar dalam memberikan rekomendasi.

1.4.1 Ruang Lingkup Spasial

Penelitian dengan materi seperti dijelaskan dalam ruang lingkup substansial di atas difokuskan pada pedagang dan rumah tangga (konsumen pasar) yang ada di Kota Lahat serta aparat instansi Pemerintah Kabupaten Lahat yang mempunyai kontribusi terhadap pengambilan keputusan penentuan lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat. Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan di Kota Lahat.

Kota Lahat merupakan ibukota Kabupaten Lahat, Propinsi Sumatera Selatan. Kota Lahat secara administratif mencakup 28 kelurahan/desa yang terdiri dari 13 wilayah kelurahan dan 15 wilayah desa. Kota Lahat mencakup areal seluas 5.762 Ha dan terbagi dalam 6 (enam) Bagian Wilayah Kota (BWK) yang terdistribusi ke dalam 9 Sub BWK dan mengikat 21 Unit Lingkungan, peta cakupan wilayah studi dapat dilihat pada Gambar 1.1.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kota Lahat merupakan ibukota Kabupaten Lahat, di mana kegiatan sosial dan ekonomi banyak terpusat di Kota Lahat. Penduduk Kota Lahat berjumlah 112.960 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,64 % per tahun, dengan jumlah penduduk yang sedemikian serta kondisi sebagai pusat kegiatan menyebabkan tingginya tingkat aktivitas perdagangan di Kota Lahat.

Pelayanan perdagangan terhadap pemenuhan kebutuhan sehari-hari di Kota Lahat saat ini dipusatkan pada dua buah pasar, yaitu Pasar Lematang dan Pasar Serelo. Pasar-pasar tersebut selain sebagai tempat pemenuhan kebutuhan sehari-hari bagi penduduk Kota Lahat, juga melaksanakan perannya sebagai tempat bekerja bagi pedagang, tempat pengumpul hasil pertanian daerah serta sebagai sumber pendapatan daerah dari retribusi yang didapat.

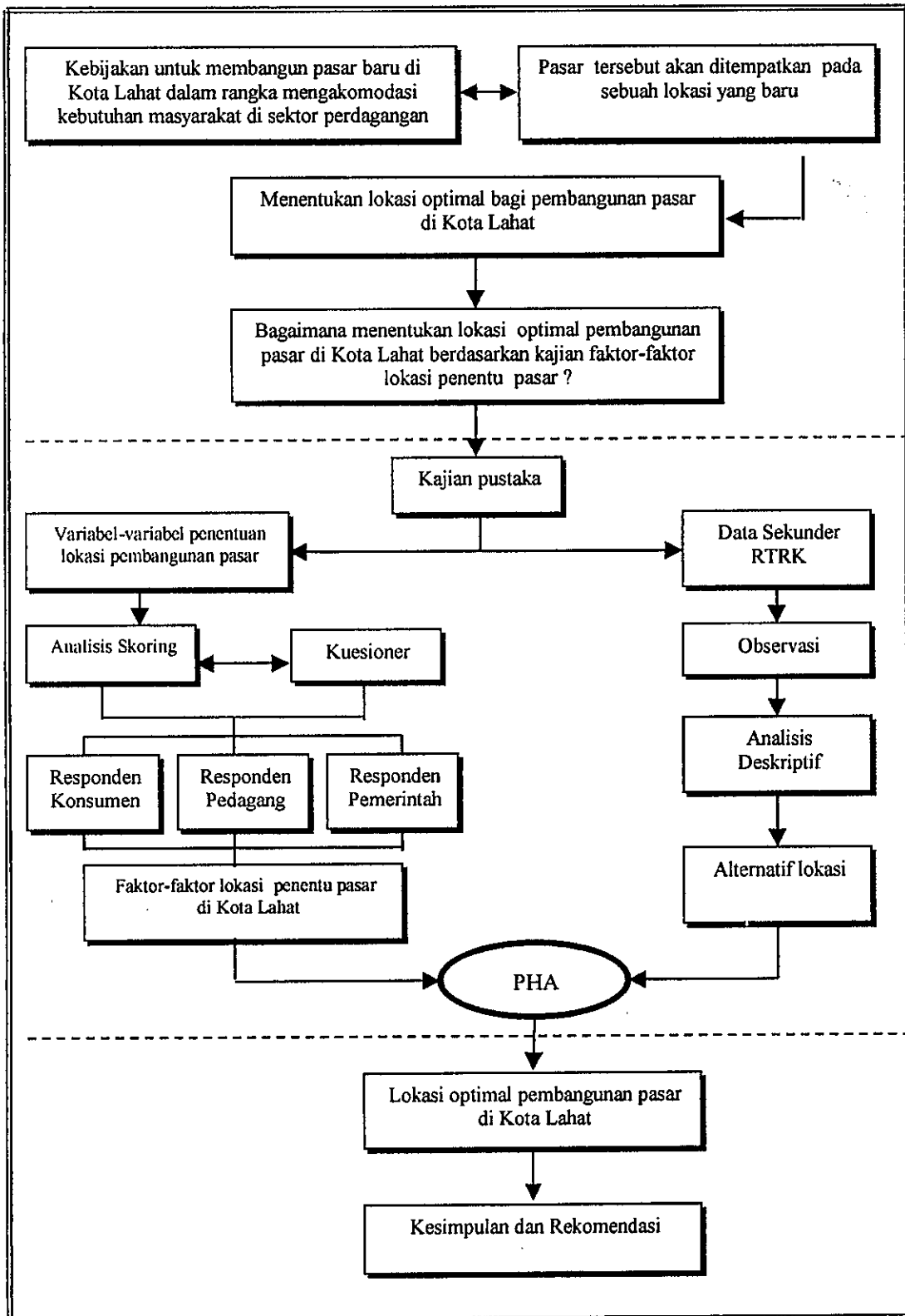
Pemerintah Kabupaten Lahat dalam rangka mengakomodasi kebutuhan masyarakat khususnya di sektor perdagangan dan ekonomi telah mengeluarkan kebijakan untuk membangun sebuah pasar yang baru di Kota Lahat. Pasar tersebut diharapkan selain dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat belanja juga sebagai salah satu cara pemerataan distribusi sarana pelayanan masyarakat.

Pasar tersebut akan menempati sebuah lahan pada lokasi yang baru dan untuk mewujudkan hal itu perlu pertimbangan-pertimbangan yang matang. Pemilihan lokasi pasar tersebut harus mempertimbangkan beberapa hal antara lain kesesuaian dengan sosial ekonomi masyarakat serta kesesuaian dengan perencanaan daerah.

Penelitian penentuan lokasi bagi pasar yang baru tersebut bertujuan untuk menganalisis lokasi optimal bagi pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan kajian faktor-faktor lokasi penentu pasar. Lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat tersebut dianalisis berdasarkan penilaian pihak pengguna pasar dan pejabat pemerintah Kabupaten Lahat.

Variabel-variabel penelitian dalam menganalisis faktor-faktor lokasi penentu pasar ditentukan berdasarkan kajian pustaka. Variabel-variabel tersebut dijadikan dasar pembuatan kuesioner. Jawaban kuesioner dari responden konsumen, pedagang dan pejabat instansi pemerintah dianalisis dengan Analisis Skoring, sehingga didapatkan faktor-faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat.

Faktor lokasi penentu pasar tersebut merupakan kriteria dalam Proses Hirarki Analitik (PHA). Alternatif lokasi yang didapat dari hasil Analisis Deskriptif kemudian diperbandingkan dalam suatu kriteria melalui Proses Hirarki Analitik sehingga menghasilkan suatu prioritas lokasi. Lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat ditentukan berdasarkan hasil perbandingan alternatif-alternatif lokasi tersebut. Kerangka pemikiran pada Tesis ini dapat dilihat pada Gambar 1.2.



GAMBAR 1.2
BAGAN ALUR PEMIKIRAN

1.6 Penelitian-penelitian Sebelumnya

Penelitian terhadap pasar dan penentuan lokasi telah dilakukan oleh beberapa orang, antara lain yang dilakukan oleh Alan Tandiyar dan Ahmadi Widodo mahasiswa Magister Teknik Perencanaan Kota Universitas Diponegoro. Penelitian yang mereka lakukan tersebut berbentuk tesis dalam rangka penyelesaian perkuliahan tingkat magister.

Alan Tandiyar dalam tesisnya yang berjudul *Kajian Perkembangan Pasar Tanah Baru Sebagai Acuan Bagi Pembangunan Pasar Tradisional Baru di Wilayah Perluasan Kota Bogor*, melakukan kajian terhadap faktor penentu pendukung perkembangan Pasar Tanah Baru Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor penentu pendukung perkembangan Pasar Tanah Baru Bogor.

Analisis yang dipakai dalam penelitian tentang faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan Pasar Tanah Baru Bogor ini adalah Analisis Kualitatif yang didukung Analisis Kuantitatif dengan menggunakan statistik model *regresi linear berganda backward elimination*. Hasil analisis penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel *market area*, aglomerasi dan *threshold population* dari segi keruangan, ketersediaan sarana angkutan umum dan besarnya nilai transaksi yang terjadi dari segi pedagang merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan Pasar Tanah Baru Bogor.

Alan Tandiyar dalam tesisnya merekomendasikan upaya studi lanjutan untuk melakukan penelitian pada beberapa sampel lokasi pasar yang merupakan hasil perencanaan (bukan pengembangan embrio) yang ada di beberapa kota/kabupaten. Substansi penelitian sebaiknya difokuskan pada tata cara penentuan lokasi serta penentuan komposisi barang dagangan yang seimbang.

Ahmadi Widodo dalam tesisnya yang berjudul Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus: Kota Semarang), melakukan kajian terhadap faktor pemilihan lokasi usaha pedagang kaki lima di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang kaki lima dalam memilih lokasi usaha. Populasi dari penelitian ini adalah para pedagang kaki lima dan masyarakat (konsumen).

Penelitian terhadap faktor pemilihan lokasi usaha pedagang kaki lima ini dilakukan dengan menggunakan metoda *survey explanatory* dengan pendekatan analisis kuantitatif yang didukung dengan analisis kualitatif. Teknik analisis kuantitatif yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis korelasi *bivariat*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang kaki lima dalam memilih lokasi usaha adalah faktor jenis dagangan, sarana transportasi, modal, pendidikan, umur, jarak dengan tempat keramaian serta jarak dengan tempat tinggal.

Penelitian terhadap lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat ini bertujuan untuk mencari jawaban atas pertanyaan yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan kajian faktor-faktor lokasi penentu pasar ?

Penelitian ini difokuskan untuk menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan kajian faktor-faktor lokasi penentu pasar sehingga berbeda dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Penelitian ini didasari oleh permasalahan penentuan lokasi bagi pembangunan pasar yang baru. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan kajian faktor-faktor lokasi penentu pasar. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen, pedagang serta pejabat instansi pemerintah. Penelitian ini menggunakan Teknik Analisis Skoring, Deskriptif serta Proses Hirarki Analitik.

1.7 Metode Penelitian

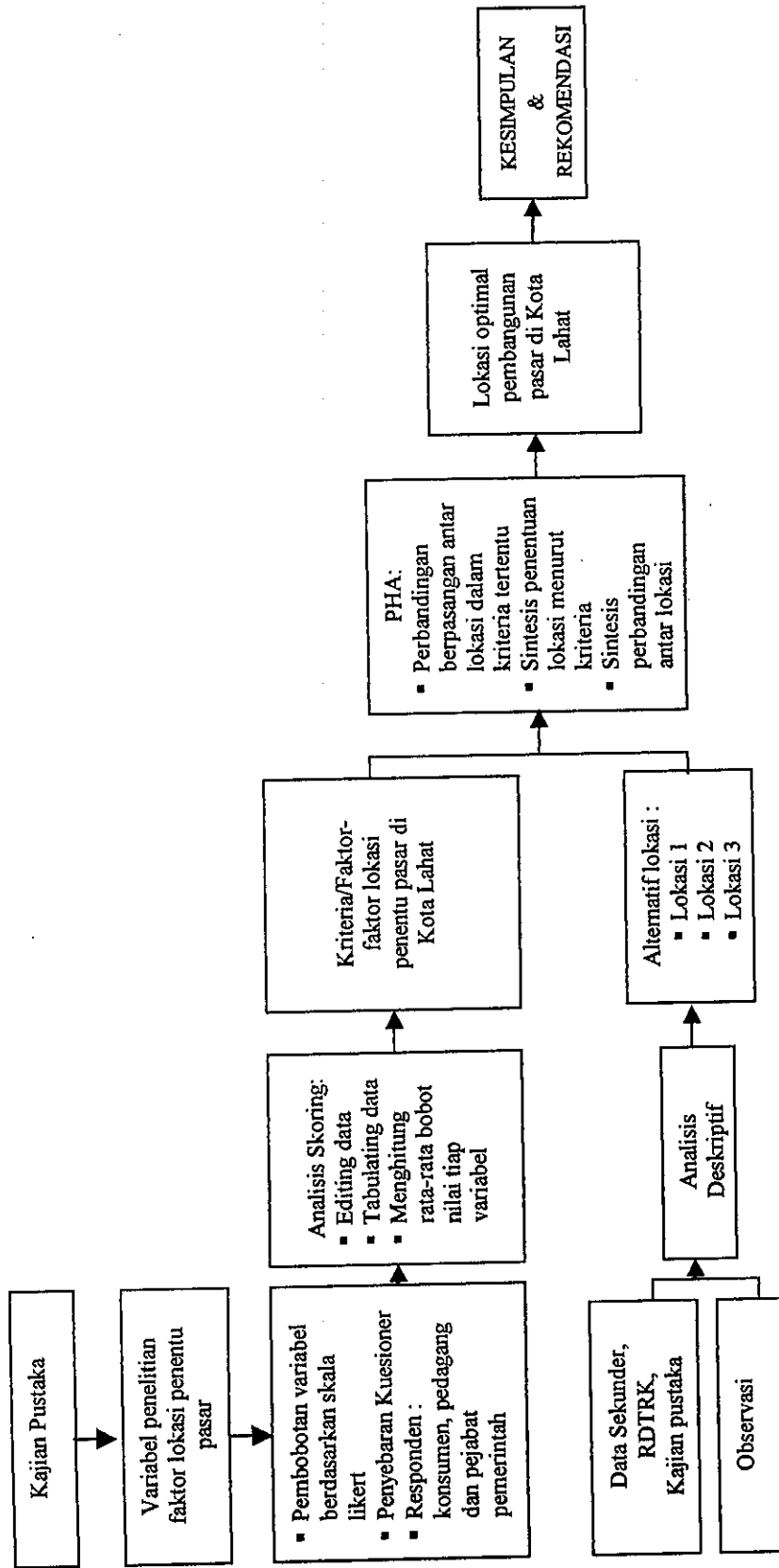
Metode penelitian menurut Nasir (1988) adalah suatu kesatuan sistem dalam penelitian yang terdiri dari prosedur dan teknik yang perlu dilakukan dalam suatu penelitian. Prosedur penelitian adalah urutan-urutan pekerjaan yang harus dilakukan dalam suatu penelitian, sedangkan teknik penelitian merekomendasikan alat-alat ukur apa saja yang diperlukan dalam melakukan suatu penelitian.

Metode penelitian merupakan cara utama yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, berdasarkan pada tujuan yang hendak dicapai dari suatu penelitian. Pemilihan metode penelitian yang paling cocok akan sangat menentukan hasil yang akan dicapai. Metode penelitian untuk menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan kajian faktor-faktor lokasi penentu pasar, diawali dengan menentukan teknik analisis data, kebutuhan data yang diperlukan, cara memperoleh data serta cara mengolah dan menyajikan data.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan survei. Penelitian dengan pendekatan survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut atau dengan kata lain penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Sugiyono, 2000).

1.7.1 Teknik Analisis

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan (Singarimbun, 1995). Analisis yang digunakan dalam kajian ini adalah Analisis Kualitatif yang dikuantitatifkan dan Analisis Deskriptif. Proses analisis yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.3.



GAMBAR 1.3
PROSES ANALISIS

Sumber : Hasil Analisis, 2004

1.7.1.1 Analisis Skoring (*Value and Weight Analysis*)

Analisis Skoring digunakan untuk memberikan penilaian terhadap indikator-indikator setiap variabel sehingga dapat diketahui bobot masing-masing parameter yang telah ditentukan sebelumnya. Skala penilaian untuk masing-masing parameter tersebut digunakan untuk mempermudah pelaksanaan penilaian. Masing-masing parameter dalam penilaian ini mempunyai ukuran yang sama, dengan demikian penilaiannya dapat dilakukan dengan menjumlahkan angka dari masing-masing parameter tersebut, cara ini disebut dengan *judgment of similarity* (Rankin, 1983). Ukuran masing-masing parameter tersebut dinyatakan dalam obyek psikologi yang bentuknya dapat berupa segala sesuatu yang berkaitan dengan rasa yang menghasilkan pengaruh kognitif misalnya rasa puas dan tidak puas, baik dengan tidak baik dan sebagainya. Skala penilaian untuk masing-masing parameter harus simetris dengan kondisi netral (*moderate*).

Beberapa variabel yang dipakai dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat ditentukan berdasarkan hasil kajian pustaka. Variabel-variabel tersebut ditinjau berdasarkan sudut pandang konsumen, pedagang dan Pemerintah Kabupaten antara lain adalah ketersediaan lahan, kondisi fisik lahan, aksesibilitas, aglomerasi dan kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota. Variabel-variabel tersebut akan dijadikan dasar dalam pembuatan kuesioner dan analisis selanjutnya.

Variabel-variabel tersebut pada tahap selanjutnya dilakukan pembobotan berdasarkan Skala Likert. Variabel-variabel penelitian yang dipakai dalam analisis faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat beserta pembobotannya dapat dilihat dalam Tabel I.1.

TABEL I.1
VARIABEL DALAM PENELITIAN
FAKTOR LOKASI PENENTU PASAR

NO.	VARIABEL/FAKTOR LOKASI PENENTU PASAR	S	T	B	P	S
		T P	P			P
		1	2	3	4	5
K 1	Ketersediaan lahan termasuk luasannya					
K 2	Kondisi lahan yang relatif datar/ tingkat kemiringan lahan yang relatif rendah					
K 3	Lahan yang bebas banjir					
K 4	Adanya jaringan jalan ke lokasi					
K 5	Tersedianya alat angkutan ke lokasi					
K 6	Lokasi lahan yang dekat dengan pemukiman penduduk					
K 7	Lokasi yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi (> 50 jiwa/ha)					
K 8	Ketersediaan sarana pembuangan limbah					
K 9	Kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat					

Sumber : Hasil Analisis, 2004

Keterangan :

SP : Sangat Berpengaruh

B : Biasa

TP : Tidak Berpengaruh

P : Berpengaruh

STP : Sangat Tidak Berpengaruh

Skala kategori penilaian dan pembobotan yang ditentukan untuk beberapa pertanyaan dalam kuesioner diringkas dalam suatu distribusi frekuensi yaitu dengan suatu daftar yang membagi data yang ada ke dalam lima kategori. Distribusi frekwensi data dilakukan agar data dapat dipakai sebagai data yang mudah untuk dianalisis dan disimpulkan sesuai dengan masalah yang dikemukakan.

Teknik pengolahan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner meliputi kegiatan:

1. Editing data, yaitu kegiatan memeriksa dan meneliti data yang masuk untuk menjaga kalau ada kesalahan dalam proses pengisian jawaban kuesioner oleh responden, sehingga akan diperoleh data yang valid, reliable dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan diberi bobot/nilai yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Tabulating, yaitu kegiatan mengelompokkan jawaban yang serupa dengan cara yang teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan banyaknya kategori.

Hasil analisis skoring ini adalah faktor-faktor/kriteria-kriteria yang disaring dari faktor-faktor yang berasal dari studi literatur. Faktor-faktor yang telah disaring dalam pengolahan metode ini merupakan faktor-faktor yang dianggap paling dominan dalam penentuan lokasi pembangunan pasar. Faktor-faktor tersebut nantinya akan mengisi hirarki pada level kriteria sebagai bagian terpenting dari Proses Hirarki Analitik (PHA).

Responden yang dituju merupakan sampel dari objek penelitian. Responden tersebut terdiri dari konsumen (rumah tangga), pedagang dan pejabat instansi Pemerintah Kabupaten Lahat.

1.7.1.2 Analisis Deskriptif

Metode analisis kualitatif yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan kondisi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara faktor-faktor yang diselidiki (Nasir, 1988).

Analisis deskriptif ini digunakan dalam menentukan lokasi-lokasi yang layak sebagai unit analisis dalam penelitian ini. Beberapa alternatif lokasi ditentukan berdasarkan pada rencana penyebaran fasilitas perdagangan dan jasa serta fungsi masing-masing Bagian Wilayah Kota (BWK) dalam Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK). Observasi dilakukan terhadap lokasi-lokasi tersebut untuk menentukan lokasi berdasarkan karakteristik masing-masing lokasi. Lokasi yang terpilih merupakan alternatif lokasi yang digunakan sebagai unit analisis penelitian.

1.7.1.3 Proses Hirarki Analitik (PHA)

Kesesuaian antara faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat dengan alternatif lokasi dianalisis dengan menggunakan metode Proses Hirarki Analitik (PHA). Penyusunan hirarki terdiri dari tiga level yaitu:

a. Level I (Tujuan)

Tujuan penelitian ini adalah menentukan lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan kajian faktor lokasi penentu pasar.

b. Level II (Kriteria)

Kriteria yang digunakan terdiri dari beberapa kriteria yang merupakan faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat. Kriteria-kriteria tersebut adalah sebagai berikut; lokasi yang dekat dengan pemukiman penduduk, ketersediaan lahan termasuk luasannya, jaringan jalan ke lokasi, kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat, lahan yang bebas banjir, lokasi yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi (>50 jiwa/ha), tersedianya alat angkutan ke lokasi, ketersediaan sarana pembuangan limbah dan kondisi lahan dengan tingkat kemiringan lahan yang relatif rendah.

c. Level III (Penentuan prioritas alternatif)

Penentuan prioritas alternatif yang dimaksud disini merupakan penentuan prioritas alternatif lokasi optimal pembangunan pasar berdasarkan alternatif lokasi yang ada melalui proses perbandingan berpasangan dan sintesis.

Prioritas alternatif lokasi ditentukan melalui Metode Proses Hirarki Analitik dengan membandingkan masing-masing alternatif lokasi yang diberi bobot dari skala terendah 1 hingga skala tertinggi 9. Penetapan skala kuantitatif yang digunakan menurut Saaty (1993) untuk menilai perbandingan tingkat kepentingan suatu elemen terhadap elemen lain dapat dilihat pada Tabel I.2.

TABEL I.2
SKALA PERBANDINGAN BERPASANGAN

INTENSITAS KEPENTINGAN	KETERANGAN	PENJELASAN
1	Kedua elemen sama pentingnya	Dua elemen yang mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap tujuan
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada elemen lainnya	Pengalaman dan penilaian sedikit menyokong satu elemen dibandingkan elemen lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting daripada elemen lainnya	Pengalaman dan penilaian sangat kuat menyokong satu elemen lainnya
7	Satu elemen jelas lebih mutlak penting daripada elemen lainnya	Satu elemen yang kuat menyokong satu elemen dibandingkan elemen lainnya
9	Satu elemen mutlak penting daripada elemen lainnya	Bukti yang mendukung yang satu terhadap elemen lain memiliki tingkat penegasan tertinggi yang mungkin menguatkan.
2, 4, 6, 8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan yang berdekatan	Nilai ini diberikan bila ada dua kompromi diantara dua pilihan
Kebalikan	Jika untuk aktivitas i mendapatkan satu angka dibandingkan dengan aktivitas j , maka j mempunyai nilai kebalikannya dibandingkan dengan nilai i .	

Sumber : Saaty, 1993

Perhitungan bobot elemen dilakukan dengan menggunakan suatu matriks. Hasil perbandingan secara berpasangan elemen-elemen suatu sub sistem operasi dengan jumlah n elemen operasi (elemen-elemen operasi $A_1, A_2, A_3, \dots, A_n$) akan membentuk suatu matriks perbandingan. Perbandingan berpasangan dimulai dari tingkat hirarki paling tinggi, dimana suatu kriteria digunakan sebagai dasar pembuatan perbandingan. Bentuk matriks perbandingan berpasangan dapat dilihat pada Tabel I.3.

TABEL I.3
MATRIKS PERBANDINGAN BERPASANGAN

	A_1	A_2	A_n
A_1	A_{11}	A_{12}	A_{1n}
A_2	A_{21}	A_{22}	A_{2n}
.....
A_n	A_{n1}	A_{n2}	A_{nn}

Sumber : Saaty, 1993

Unsur-unsur matriks tersebut diperoleh dengan membandingkan satu elemen operasi terhadap elemen operasi lainnya untuk tingkat hirarki yang sama misalnya unsur A_{11} adalah perbandingan kepentingan elemen operasi A_1 dengan elemen operasi sendiri, sehingga dengan sendirinya nilai unsur A_{11} adalah sama dengan 1, dengan cara yang sama maka diperoleh semua unsur diagonal matriks perbandingan sama dengan 1.

Nilai unsur A_{12} adalah perbandingan kepentingan elemen operasi A_1 terhadap elemen A_2 . Besarnya nilai A_{21} adalah $1/A_{12}$ yang menyatakan tingkat intensitas kepentingan elemen operasi A_2 terhadap elemen operasi A_1 .

Elemen-elemen pada setiap baris dalam matrik bujursangkar adalah hasil perbandingan berpasangan yang dikalikan secara kumulatif. Skala perbandingan berpasangan berdasarkan pada nilai-nilai fundamental PHA dengan pembobotan dari nilai 1 untuk sama penting sampai dengan 9 untuk sangat penting sekali. Vektor prioritas diperoleh dengan cara menjumlahkan nilai-nilai bobot dalam masing-masing kolom. Jumlah tersebut menjadi pembagi masing-masing elemen dan menjadi jumlah baris. Jumlah baris masing-masing elemen selanjutnya dibagi jumlah kriteria dan nilai yang dihasilkan merupakan nilai prioritas. Sejumlah prioritas dihasilkan dari susunan matriks perbandingan berpasangan. Prioritas tersebut merupakan pengaruh relatif sejumlah elemen terhadap elemen lain pada tingkat yang berada di atasnya.

Perbandingan berpasangan pada level alternatif lokasi akan membandingkan masing-masing lokasi alternatif dalam kriteria-kriteria yang ada. Lokasi alternatif tersebut dibandingkan berdasarkan pendapat setiap responden dan kemudian diperhitungkan besaran prioritasnya serta urutan ranking prioritas. Matrik perbandingan berpasangan penilaian antar lokasi dalam suatu kriteria tertentu dapat dilihat dalam contoh Tabel I.4.

TABEL I.4
PERBANDINGAN BERPASANGAN PENILAIAN ANTAR LOKASI
DALAM KRITERIA TERTENTU

	Lokasi A	Lokasi B	Lokasi C	Prioritas
Lokasi A	1,00			
Lokasi B		1,00		
Lokasi C			1,00	

Sumber : Saaty, 1993

Sintesis global penentuan lokasi dari semua kriteria dibuat dari hasil pembobotan masing-masing lokasi dalam setiap kriteria yang digunakan untuk menentukan lokasi terbaik menurut seorang responden dengan cara mengalikan hasil sintesis masing-masing lokasi dalam kriteria dengan bobot perbandingan antar kriteria. Hal tersebut dapat dilihat dari contoh sintesis akhir dari masing-masing responden pada Tabel I.5.

TABEL I.5
SINTESIS PENENTUAN LOKASI MENURUT KRITERIA

Alternatif	KRITERIA					
	KRITERIA A	KRITERIA B	KRITERIA C	KRITERIA D	KRITERIA E	KRITERIA F
Lokasi A						
Lokasi B						
Lokasi C						

Sumber : Saaty, 1993

Perhitungan dilanjutkan dengan menjumlahkan pembobotan lokasi pada masing-masing responden setelah pembobotan lokasi dalam setiap kriteria selesai dilakukan. Nilai ini kemudian dirata-ratakan dengan cara membaginya dengan jumlah responden. Contoh sintesis perbandingan antar lokasi dapat dilihat pada Tabel I.6.

TABEL I.6
SINTESIS PERBANDINGAN ANTAR LOKASI

Alternatif	Responden											Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	n...	
Lokasi A												
Lokasi B												
Lokasi C												

Sumber : Saaty, 1993

1.7.2 Data yang Digunakan

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil kuesioner dengan responden dari masyarakat konsumen, pedagang dan pejabat instansi pemerintah. Data sekunder diperoleh dari instansi pemerintah seperti Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda), Dinas Pengelolaan Pasar dan Biro Pusat Statistik (BPS). Data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel I.7.

TABEL I.7
DATA YANG DIGUNAKAN

KELOMPOK DATA	DATA	JENIS SURVEI				PENGUNAAN	SUMBER DATA
		P		S			
		O	W	K	I		
Data Fisik Ekonomi dan Sosial Wilayah Studi (Kota Lahat)	Luas wilayah				X	Gambaran umum tentang wilayah studi dan Analisis Deskriptif penentuan alternatif lokasi pasar	BPS, Bappeda, Dinas Pengelolaan Pasar
	Kependudukan				X		
	Kondisi Sosial Ekonomi	X			X		
	RTRK				X		
Data Persepsi Masyarakat	Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat	X		X		Analisis	Masyarakat
	Lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat						
Data Persepsi Pedagang	Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat	X		X		Analisis	Pedagang
	Lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat						
Data Persepsi Pemerintah Kabupaten	Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat	X	X	X		Analisis	Pejabat Instansi Pemerintah
	Lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat						

Sumber : Hasil Analisis, 2004

P : Primer W : Wawancara S : Sekunder
K : Kuesioner O : Observasi I : Instansional

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Riduwan, 2002). Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data sebagai bahan masukan bagi tahapan analisis.

Dua cara pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan tesis ini adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan data sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui survei ke beberapa instansi yang terkait dengan permasalahan studi. Informasi yang diperoleh digunakan untuk mendukung permasalahan/tema studi yang diangkat dan menjadi arahan dasar bagi pelaksanaan survei primer dan tahapan studi selanjutnya.

b. Pengumpulan data primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik individu maupun perorangan. Pengumpulan data primer dilakukan melalui beberapa cara antara lain; kuesioner, wawancara dan observasi/pengamatan.

Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 1997). Pengumpulan data primer melalui kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dua tahap. Tahap pertama dilakukan untuk mencari data tentang faktor-faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat. Tahap kedua dilakukan untuk mencari data tentang lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan faktor lokasi penentu pasar. Responden dalam kuesioner tersebut terdiri dari konsumen, pedagang serta pejabat instansi Pemerintah Kabupaten Lahat.

Observasi/pengamatan

Observasi adalah kegiatan melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang terjadi (Riduwan, 2002). Pengumpulan data primer melalui observasi bertujuan untuk mencocokkan antara hasil yang diperoleh pada survei sekunder dengan kenyataan pada saat ini.

Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data ialah dengan jalan wawancara yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden (Singarimbun, 1989). Wawancara ini dilakukan terhadap *stakeholder* dari instansi Pemerintah Kabupaten Lahat yang mempunyai kontribusi terhadap pengambilan keputusan penentuan lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat.

1.7.4 Responden Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek di mana data dapat diperoleh. Sumber data ini disebut juga responden atau orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti baik berupa kuesioner maupun wawancara (Arikunto, 1997). Jumlah responden yang diperlukan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan Rumus Sevilla. Jumlah dan ukuran sampel menurut Sevilla, et al (1993) dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + (N (d^2))}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

d² = Batas ketelitian, dipilih 13,5%

Responden dalam penelitian ini terdiri dari tiga macam responden, yaitu:

1. Responden yang merupakan konsumen pengguna pasar

Konsumen pengguna pasar yang dimaksud disini adalah keluarga/rumah tangga yang ada di Kota Lahat. Jumlah keluarga/rumah tangga di Kota Lahat adalah sebanyak 26.270 keluarga. Jumlah responden konsumen dengan memakai Rumus Sevilla ditentukan sebanyak 56 responden, perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\frac{26.270}{478+1} = 55 \approx 56 \text{ responden}$$

Jenis pengambilan sampel yang digunakan pada kuesioner tahap pertama yang bertujuan untuk menentukan faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat adalah sampel acak distratifikasi (*stratified random sampling*). Konsumen pengguna pasar tersebut merupakan populasi yang heterogen dan untuk menggambarkan secara tepat mengenai sifat-sifat populasi yang heterogen, maka populasi yang bersangkutan harus dibagi-bagi dalam lapisan (*strata*) yang seragam. Setiap lapisan dapat diambil sampel secara acak dan dalam sampel berlapis, peluang untuk terpilih antara satu strata dengan yang lain mungkin sama, mungkin pula berbeda (Singarimbun, 1995). Penyebaran sampel konsumen pengguna pasar ini ditentukan berdasarkan banyaknya keluarga di Kota Lahat dibagi jumlah keluarga pada tiap kelurahan/desa dikalikan dengan jumlah responden. Responden konsumen pada kuesioner faktor-faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat dapat dilihat dalam Tabel I.8.

TABEL I.8
RESPONDEN KONSUMEN PADA KUESIONER
FAKTOR LOKASI PENENTU PASAR DI KOTA LAHAT

No.	Kelurahan/Desa	Jumlah KK	Responden
1.	Kel. Pasar Baru	493	1
2.	Kel. Pasar Bawah	693	1
3.	Kel. Kota Jaya	498	1
4.	Kel. Lahat Tengah	729	2
5.	Kel. Gunung Gajah	877	2
6.	Kel. RDPJKA Lahat	1,831	4
7.	Kel. Pagar Agung	2,603	6
8.	Kel. RDPJKA B.A	1,308	3
9.	Kel. Pasar Lama	2,101	4
10.	Kel. Talang Jawa	4,330	9
11.	Kel. Kota Baru	985	2
12.	Kel. Bandar Agung	6,770	14
13.	Ds. Suka Negara	240	1
14.	Ds. Selawi	612	1
15.	Ds. Karang Anyar	310	1
16.	Ds. Manggul	566	1
	Jumlah responden		56

Sumber : Hasil Analisis 2004

Pengambilan sampel pada kuesioner tahap kedua yang digunakan untuk menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat dilakukan secara acak (*random sampling*) dan dibagi rata pada setiap kelurahan/desa. Penyebaran sampel konsumen didasarkan pada banyaknya jumlah responden dibagi banyaknya jumlah Desa/Kelurahan yang ada di Kota Lahat. Jumlah sampel responden konsumen untuk pengisian kuesioner lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat adalah 2 (dua) sampel responden pada masing-masing desa/kelurahan dengan dasar perhitungan bahwa jumlah responden yang diperlukan adalah 56 orang serta desa/kelurahan yang terdapat di Kota Lahat sebanyak 28 buah.

2. Responden yang merupakan pedagang

Pedagang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang yang sekarang ada di pasar-pasar di Kota Lahat. Jumlah pedagang di Kota Lahat adalah sebanyak 1.300 orang. Jumlah responden pedagang yang ditentukan dengan memakai Rumus Sevilla sebanyak 52 responden dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{1300}{24 + 1} = 52 \text{ responden}$$

Responden dari pedagang tersebut dibagi dua masing-masing sebanyak 26 responden pada setiap pasar, karena di Kota Lahat terdapat 2 (dua) pasar.

3. Responden dari instansi Pemerintah Kabupaten

Pengumpulan data primer melalui kuesioner dan wawancara untuk memperoleh informasi dan jawaban dilakukan terhadap responden yang mempunyai kontribusi dalam penentuan lokasi pasar di Kota Lahat. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*, di mana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel dilakukan secara sengaja untuk mencapai tujuan dan

maksud tertentu (*purpose*). Informasi tentang keadaan populasi sudah diketahui terlebih dahulu, dalam hal ini adalah para pejabat instansi Pemerintah Kabupaten.

Responden dari instansi Pemerintah Kabupaten ditentukan sebagai berikut:

1. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah.
2. Kepala Dinas Pengelolaan Pasar dan Kebersihan Kota.
3. Kepala Dinas Pekerjaan Umum.
4. Kepala Sub Dinas Cipta Karya DPU.
5. Kabid Fisik dan Prasarana Bappeda.
6. Kepala Bagian Perekonomian Sekretariat Daerah.
7. Camat Lahat.

Kepala Bappeda serta Kabid Fisik dan Prasarana Bappeda dipilih sebagai responden dengan pertimbangan bahwa mereka berkompeten dalam perencanaan pembangunan di Kabupaten Lahat. Penelitian yang dilakukan penulis berkaitan dengan pengelolaan suatu pasar, sehingga dalam hal ini Kepala Dinas Pengelolaan Pasar dan Kebersihan Kota sangat dipertimbangkan untuk dipilih sebagai responden. Dinas Pekerjaan Umum sebagai instansi teknis dalam pelaksanaan pembangunan di daerah, juga dipilih sebagai responden, dalam hal ini yang menjadi responden adalah Kepala Dinas dan Kasubdin Cipta Karya DPU. Kepala Bagian Perekonomian Sekretariat Daerah dipilih sebagai responden karena instansi yang dipimpinnya merupakan instansi yang akan memberikan masukan bagi Sekretaris Daerah dalam bidang perekonomian. Camat Kecamatan Lahat sebagai kepala wilayah mempunyai wewenang terhadap rencana pelaksanaan pembangunan di daerahnya, hal ini juga menjadi pertimbangan dalam pemilihan responden.

1.8 Sitematika Penulisan

Sistematika penulisan Tesis disajikan dalam 5 (lima) Bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran penelitian, ruang lingkup, kerangka pemikiran, penelitian-penelitian sebelumnya, metode yang digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA LOKASI OPTIMAL PASAR

Bab ini merupakan kajian pustaka yang membahas tentang pengertian pasar, wilayah pelayanan pasar, pengguna pasar, fungsi dan peranan pasar, lokasi pasar serta rangkuman dari kajian pustaka.

BAB III GAMBARAN KOTA LAHAT DAN PASAR DI KOTA LAHAT

Bab ini membahas tentang kondisi lokasi sebagai laporan deskripsi wilayah penelitian dalam hal ini adalah Kota Lahat, Kabupaten Lahat, Propinsi Sumatera Selatan. Bab ini terdiri dari kondisi fisik dan administrasi Kabupaten Lahat dan Kota Lahat, potensi umum Kota Lahat, struktur tata ruang Kota Lahat, fasilitas perkotaan serta pasar di Kota Lahat.

BAB IV LOKASI OPTIMAL PEMBANGUNAN PASAR DI KOTA LAHAT

Bab ini membahas mengenai analisis yang telah dilakukan terhadap faktor lokasi penentu pasar, alternatif lokasi dan lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat. Bab ini terdiri dari analisis

faktor-lokasi penentu pasar di Kota Lahat, alternatif lokasi pembangunan pasar, analisis lokasi optimal pasar di Kota Lahat serta pembahasan hasil analisis.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini merupakan kesimpulan dan rekomendasi terhadap hasil penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

LOKASI OPTIMAL PASAR

Kajian pustaka dilakukan terhadap literatur-literatur yang berhubungan dengan materi yang akan dibahas. Kajian pustaka ini bertujuan untuk membangun suatu landasan teoritis yang mendukung penelitian lokasi optimal pasar. Kajian pustaka ini selain mengkaji literatur-literatur yang ada, juga melakukan kajian normatif terhadap peraturan-peraturan yang berlaku.

Kajian pustaka ini dimulai dengan menjelaskan pengertian dari pasar, yang ditinjau berdasarkan teori-teori maupun peraturan yang berlaku. Pasar dalam pelaksanaannya akan memiliki wilayah pelayanan dan berhubungan dengan pihak-pihak pengguna pasar, sehingga hal tersebut menjadi bagian dalam kajian pustaka ini. Kajian terhadap fungsi dan peranan pasar diharapkan akan menjadi salah satu hal yang mendukung dalam proses penentuan lokasi optimal pasar. Kesimpulan dari kajian pustaka ini merupakan landasan teoritis dalam pelaksanaan penelitian.

2.1 Pengertian Pasar

Beberapa definisi mengenai pasar yang dikemukakan oleh pendapat beberapa ahli, antara lain:

- Ginanjar (1980) menyatakan bahwa pasar adalah tempat untuk menjual dan memasarkan barang atau sebagai bentuk penampungan aktivitas perdagangan. Pasar pada mulanya merupakan tempat terjadinya perputaran dan pertemuan antara persediaan dan penawaran barang dan jasa.
- Pasar didefinisikan sebagai institusi atau mekanisme di mana pembeli (yang membutuhkan) dan penjual (yang memproduksi) secara bersama-sama melakukan pertukaran barang dan jasa (Campbell, 1990).

- Pasar merupakan tempat pembeli bertemu dengan penjual, di mana terdapat barang-barang atau jasa-jasa yang ditawarkan untuk dijual dan kemudian terjadi pemindahan hak milik (Stanton, 1996).
- Pasar adalah sebagai tempat berkumpulnya orang-orang yang mempunyai kebutuhan untuk dipuaskan, mempunyai uang untuk dibelanjakan dan kemauan untuk membelanjakan uang. (Stanton, 1996).
- Phillip Kotler (1998) melihat arti pasar dalam beberapa sisi, antara lain:
 1. Pasar dalam pengertian aslinya adalah suatu tempat fisik di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.
 2. Pengertian pasar bagi seorang ekonom adalah semua pembeli dan penjual yang menjual dan melakukan transaksi atas barang/jasa tertentu. Para ekonom dalam hal ini memang lebih tertarik akan struktur, tingkah laku dan kinerja dari masing-masing pasar ini.
 3. Pengertian pasar bagi seorang pemasar adalah himpunan dari semua pembeli nyata dan pembeli potensial dari suatu produk.
- Pasar berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan, didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi di mana proses jual beli terbentuk. Pasar menurut kelas pelayanannya dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern, sedangkan menurut sifat pendistribusiannya dapat digolongkan menjadi pasar eceran dan pasar perkulakan/grosir.

Pasar tradisional itu sendiri diartikan sebagai pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah atau

koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil dan dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

Pengertian pasar modern adalah pasar yang sudah memakai pola-pola manajemen modern, dengan ciri-ciri terdapat beberapa jenis barang dagangan yang diperjualbelikan oleh satu pedagang, harga tetap (*fixed*), tata letak barang dagangan teratur dengan baik dan rapi serta proses jual beli tidak melalui tawar menawar.

Pengertian-pengertian tentang pasar tersebut menunjukkan adanya 3 unsur utama yang perlu dikaji pada pengertian pasar (Mursid, 1997), yaitu:

1. Konsumen, adalah orang dengan segala kebutuhan dan keinginannya.
2. Daya beli, daya beli merupakan faktor yang dapat mengubah keinginan menjadi permintaan. Penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat tidak akan menjadi suatu permintaan apabila masyarakat tidak memiliki daya beli yang memadai.
3. Perilaku pembelian. Perilaku berkaitan dengan pola hidup masyarakat dalam hal menjalani kegiatan pasar, seperti pola pengeluaran uang, perubahan selera jenis barang atau jasa, waktu mewujudkan dan membeli, serta fluktuasi harga atau nilai.

2.2 Wilayah Pelayanan Pasar

Teori Tempat Pusat atau Teori Pusat Pelayanan (*central place theory*) yang dikemukakan oleh Christaller dalam bukunya *Central Place In Southern Germany* (terjemahan C.W. Baskin) didefinisikan sebagai suatu kesatuan unit dasar permukiman yang dilengkapi pusat-pusat pelayanan di dalamnya. Unit permukiman yang dimaksud dapat berupa satu kota besar, kota-kota kecil, wilayah kota atau satuan lingkungan hunian tertentu. Ciri dari pusat pelayanan adalah bahwa pusat tersebut menyediakan pelayanan (barang dan jasa) untuk wilayah permukiman itu sendiri dan daerah sekitarnya yang lebih besar (Daldjoeni, 1997).

Lokasi kegiatan yang melayani kebutuhan penduduk harus berada pada tempat yang sentral. Tempat yang lokasinya sentral adalah tempat yang memungkinkan terjadinya partisipasi manusia dengan jumlah maksimum, baik bagi mereka yang terlibat dalam aktivitas pelayanan maupun yang menjadi konsumen dari barang-barang dan pelayanan yang dihasilkan. Tempat semacam itu oleh Christaller dan Losch, diasumsikan sebagai titik simpul-simpul dari suatu bentuk geometrik yang heksagonal (Sumaatmadja, 1988).

Christaller juga menganggap bahwa jumlah penduduk merupakan penentu dari tingkat pelayanan pusat sentral, selain itu fungsi dari pusat sentral itu sendiri juga menjadi hal penting, misalnya apakah fungsinya sebagai pusat kegiatan perdagangan, pendidikan, pemerintahan maupun rekreasi. Hubungan antara jumlah penduduk pendukung di suatu wilayah dengan tingkatan (hirarki) dari pusat pelayanan tempat sentral berdasarkan teori di atas adalah sangat erat.

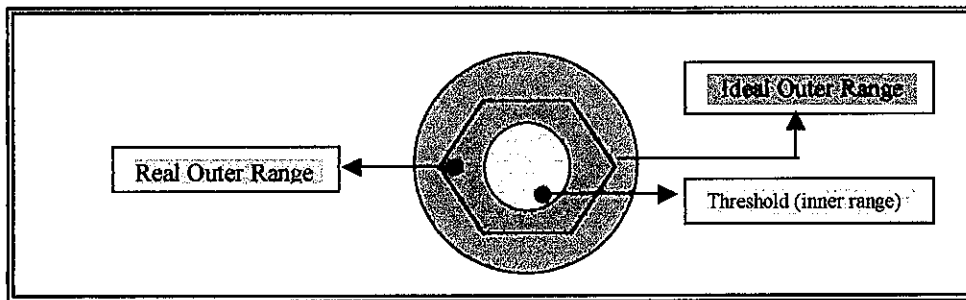
Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap jumlah, luas dan sebaran serta hirarki dari pusat-pusat pelayanan di wilayah permukiman, yaitu:

1. Setiap pusat memiliki batas ambang penduduk yang dilayaninya (*population threshold*). Batas ambang penduduk adalah jumlah minimum penduduk yang dilayani suatu pusat tempat sentral atau pusat pelayanan masyarakat guna mendukung kelancaran atau kesinambungan *supply* dan *demand* dari barang dan jasa yang disediakan. Jumlah penduduk yang lebih rendah daripada *population threshold* akan mengakibatkan kerugian dan dapat mengancam kegiatan yang bersangkutan. Jumlah penduduk meningkat sampai di atas *population threshold* mengakibatkan kegiatan yang bersangkutan akan memperoleh keuntungan serta dalam jangka waktu tertentu dapat mempertajam tingkat persaingan.

2. Setiap pusat memiliki jangkauan pasar (*market range*). Jangkauan pasar adalah jarak di mana seseorang bersedia untuk mengadakan perjalanan dalam mencapai fasilitas/sarana yang diperlukannya. Jarak jangkauan untuk suatu sarana akan berbeda dengan jarak jangkauan dari sarana yang lain tergantung pada jenis barang/jasa yang dipasarkannya. *Market range* terbagi atas *inner limit* yang membatasi wilayah yang didiami oleh *population threshold* dan *outer limit* yang merupakan suatu garis yang membatasi *range of service* di mana di luar batas wilayah tersebut konsumen harus berbelanja di *central place* yang lain. Konsumen yang berada dalam *range inner* dan *outer limit* merupakan konsumen yang beruntung karena dapat memperoleh kebutuhannya pada *central place* tersebut, sedangkan konsumen yang berada di luar area itu harus pergi ke *central place* yang lainnya.

Batas pelayanan pasar (teratas atau terbawah) tergantung pada ambang permintaan (*demand threshold*) dan lingkup permintaan (*demand range*).

Teori tentang *market range* selanjutnya dikembangkan oleh Blair (1995), dengan pendapatnya tentang *market area*. *Market area* adalah suatu wilayah yang diperkirakan di mana suatu produk bisa dijual. *Outer limit* menurut Blair terbagi dalam dua jenis, yaitu *ideal outer range* dan *real outer range*. *Ideal outer range* adalah jarak maksimum yang akan ditempuh oleh konsumen untuk memperoleh barang kebutuhannya selama biaya transportasi ditambah harga barang yang dibelinya masih dipandang lebih murah daripada harga rata-rata. *Real outer range* adalah jarak maksimum yang akan ditempuh oleh konsumen dalam persaingan pasar yang ada, dan inilah yang disebut sebagai *market area* yang sesungguhnya dari suatu kegiatan usaha. Skema tentang *market range* dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut ini.



Sumber : Blair, 1995

GAMBAR 2.1
MARKET AREA

Besarnya *market area* ditentukan oleh 3 (tiga) faktor sebagai berikut:

1. Skala ekonomi (*economy scale*), barang/jasa usaha yang mempunyai skala ekonomi tinggi biasanya mempunyai *market area* yang cukup besar.
2. *Demand Density* (tingkat kepadatan penduduk dan pendapatan perkapita),
3. Biaya transportasi, biaya transportasi yang tinggi akan menimbulkan harga jual yang tinggi pula, dan pada akhirnya bisa memperkecil *market area*.

Kegiatan pasar dalam menggerakkan perekonomian kota akan memiliki hirarki pelayanan yang didasarkan pada spesifikasi, fasilitas, populasi pelayanan, skala radius pelayanan, perkiraan kepadatan dan status pasar. Hirarki pasar menurut Nining J. Soesilo (2000), terbagi menjadi:

- Hirarki yang pertama adalah pasar-pasar komersil yang berdiri sendiri, misalnya warung-warung kecil, restoran terpencil atau pompa bensin terpencil yang daerah operasinya kecil, *threshold* maupun *range*-nya kecil.
- Hirarki kedua adalah pasar desa, di mana barang-barang yang dijual harganya relatif murah, tetapi dibutuhkan dalam jumlah banyak oleh rumah tangga sehingga *threshold*-nya relatif kecil.
- Hirarki ketiga adalah pasar kecamatan, terdiri dari pasar dengan pertokoan di sekitarnya yang memberikan pelayanan terhadap kebutuhan sehari-hari masyarakat.

- Hirarki keempat adalah *regional shopping centre* atau pasar kabupaten, di mana pada pasar tersebut ditemui 40 sampai dengan 200 unit usaha atau lebih dan terdapat fungsi yang tidak dapat ditemui pada tempat sentral hirarki ketiga dan terjadi lebih banyak duplikasi dari unit-unit fungsi antara barang-barang sehari-hari (primer), barang sekunder dan tersier.
- Hirarki kelima adalah *metropolitan central business district*, tempat komersil ini merupakan jenis yang paling dominan sebab mempunyai lebih banyak macam fungsi komersil yang unit-unit fungsinya lebih banyak dan memakan tempat perdagangan dan pelayanan yang lebih besar.

Pusat perbelanjaan menurut Gallion & Eisner (1994) dapat dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan lingkup pelayanannya, yaitu:

a. Pusat Lingkungan

Pusat perbelanjaan lingkungan merupakan sumber bagi masyarakat setempat untuk mendapatkan bahan makanan serta sebagai tempat pelayanan sehari-hari untuk penduduk sebesar 7.500 sampai 20.000 orang. Ukuran rata-rata pusat perbelanjaan ini adalah sekitar 40.000 squarefeet atau 3720 m², namun bisa bervariasi antara 30.000–75.000 squarefeet (2790-6977 m²). Lokasi ini berada dalam kawasan seluas 4–10 acre. Pusat perbelanjaan ini dirancang di sekitar kawasan pasar swalayan sebagai pelayanan perdagangan eceran utama.

b. Pusat Daerah / Kota

Pusat perbelanjaan daerah/kota bisa melayani penduduk antara 20.000–100.000 orang dan dapat memperluas pelayanan pusat lingkungan dengan menyediakan berbagai toko atau toserba kecil sebagai unsur utama. Ukuran rata-rata pusat perbelanjaan ini adalah 150.000 squarefeet (antara 100.000–300.000 squarefeet) (9320-27.900m²), dengan luas lahan antara 10–30 acre.

a. Pusat Regional/Wilayah

Pusat perbelanjaan regional/wilayah biasanya dibangun di sekitar satu atau lebih toserba dan mencakup berbagai fasilitas perdagangan eceran yang biasanya ditemukan di suatu kota kecil yang seimbang. Pusat perbelanjaan ini dapat melayani penduduk antara 100.000–250.000 orang. Ukuran rata-rata pusat perbelanjaan regional/wilayah ini adalah 400.000 squarefeet, meskipun bisa mencapai 1.000.000 squarefeet. Minimum luas arealnya adalah 40 acre sedangkan pusat yang terbesar memerlukan sampai 100 acre.

Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 378/KPTS/1987 tentang Pengesahan 33 Standar Konstruksi Bangunan Indonesia, mengelompokkan fasilitas perdagangan yang didasarkan pada jenis kegiatan ekonomi, minimum penduduk pendukung dan lokasi seperti terlihat pada Tabel II.1.

TABEL II.1
MATRIK PENGELOMPOKKAN
FASILITAS PERDAGANGAN

No.	Jenis Kegiatan	Minimum Pddk (jiwa)	Lokasi	Luas Tanah (m ²)	Radius Pencapaian (m)	Standar (m ² /Pddk)
01	02	03	04	05	06	07
1.	Warung	250	Di tengah kelompok keluarga	100	500	0,4
2.	Pertokoan	2.500	Di pusat RW	1.200		0,48
3.	Pusat Perbelanjaan Lingkungan (Toko + Pasar)	30.000	Di pusat lingkungan	13.500		0,45
4.	Pusat Perbelanjaan dan Niaga (Toko + Pasar + Bank + Kantor + Industri kecil)	120.000	Di pusat kecamatan dekat terminal kecamatan	36.000		0,3
5.	Pusat Perbelanjaan dan Niaga (Toko + Pasar + Bank + Kantor + Industri Kecil)	450.000	Di pusat wilayah dekat terminal	96.500		0,2

Sumber : Kepmen PU No. 378/KPTS/1987

Jayadinata (1999) berpendapat bahwa jarak tempuh antara pusat kota dengan pasar dan sebagainya harus bisa ditempuh dari lingkungan yang dilayaninya

(*market area*) sampai jarak $\frac{3}{4}$ km atau 10 menit perjalanan, sedangkan untuk standar luasnya ditetapkan $500 \text{ m}^2/1.000$ penduduk.

2.3 Pengguna Pasar

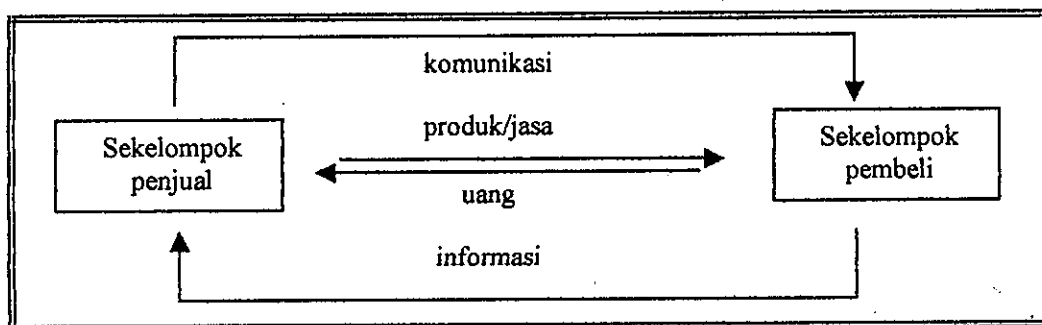
Pengguna pasar secara garis besar dibedakan menjadi 2 (dua) yakni pembeli dan pedagang. Damsar (1997) membedakan pembeli menjadi 3, yakni:

- a. Pengunjung, yaitu mereka yang datang ke pasar tanpa mempunyai tujuan untuk membeli suatu barang atau jasa. Mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya di pasar.
- b. Pembeli, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli.
- c. Pelanggan, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa dan mempunyai tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli. Seseorang menjadi pembeli tetap dari seorang penjual tidak terjadi secara kebetulan saja tetapi melalui proses interaksi sosial.

Pedagang dalam aktivitas perdagangan adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Pedagang menurut jalur distribusi yang dilakukan dapat dibedakan menjadi pedagang distributor (tunggal), pedagang (partai) besar, dan pedagang eceran. Pedagang dilihat dari sudut pandang sosiologi ekonomi menurut Damsar (1997), dibedakan berdasarkan cara penggunaan dan pengolahan pendapatan yang didapatkannya dari hasil perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Pedagang berdasarkan penggunaan dan pengolahan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, dikelompokkan menjadi:

- a. Pedagang profesional, yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan sebagai sumber utama pendapatan dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
- b. Pedagang semi profesional, yaitu pedagang yang mengakui aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
- c. Pedagang subsistensi, yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas subsistensi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Pedagang ini pada daerah pertanian adalah seorang petani yang menjual produk pertanian ke pasar desa atau kecamatan.
- d. Pedagang semu, yaitu orang yang melakukan aktivitas perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak mengharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh pendapatan, melainkan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

Penjual dan pembeli dihubungkan oleh empat aliran; penjual mengirimkan produk/jasa dan komunikasi dan sebagai gantinya mereka menerima uang dan informasi. Hubungan antara penjual dan pembeli tersebut dapat dilihat dalam skema sistem pemasaran sederhana berikut (Kotler & Amstrong, 2001).



Sumber : Kotler & Amstrong, 2001

GAMBAR 2.2
SKEMA SISTEM PEMASARAN SEDERHANA

2.4 Fungsi dan Peranan Pasar

Pasar merupakan akibat/hasil dari pola kegiatan manusia yang terjadi karena adanya rasa saling membutuhkan, sehingga terjadi pola pertukaran antara barang dan jasa. Kompleksitas kebutuhan akan mengakibatkan kompleksitas jumlah orang, jenis barang, cara pertukaran dan kebutuhan akan tempat yang lebih luas lagi (Kotler & Armstrong, 2001).

Fungsi pasar yang ada saat ini berdasarkan Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 378/KPTS/1987 tentang Pengesahan 33 Standar Konstruksi Bangunan Indonesia, diuraikan sebagai berikut:

1. Pasar sebagai tempat pengumpul hasil pertanian.

Penjualan hasil-hasil pertanian seperti ketela, kool, kentang, beras dan lain-lain banyak terjadi di pasar, di mana proses pengumpulan hasil pertanian tersebut dilakukan di lokasi pertanian.

2. Pasar sebagai tempat distribusi barang industri.

Pasar juga merupakan tempat distribusi barang-barang industri tertentu yang menyediakan peralatan rumah tangga yang diperlukan sebagai pelengkap dapur atau kebutuhan sehari-hari.

3. Pasar sebagai tempat menukar barang kebutuhan

Proses jual beli sering kali terjadi dengan tidak mempergunakan alat tukar (uang) tetapi dengan barang (*barter*). Proses ini terjadi akibat adanya kontak langsung antara penjual dan pembeli dan kuatnya faktor budaya atau kebiasaan dari penjual.

4. Pasar sebagai tempat terjadinya jual beli barang dan jasa

Pasar merupakan tempat terjadinya jual beli barang dan jasa. Jasa dalam hal ini tidak selalu berupa barang tetapi lebih merupakan tenaga keahlian atau pelayanan, misalnya jasa tukang cukur, jasa tukang parut dan jasa pembawa barang dagangan.

5. Pasar sebagai tempat mendapatkan untuk informasi perdagangan

Pasar merupakan tempat untuk mendapatkan informasi perdagangan karena di dalam pasar terjadi proses perputaran berbagai jenis barang, uang dan jasa. Jumlah barang atau jenis barang yang diperlukan atau yang beredar, harga yang berlaku sampai pada distribusi barang dapat diketahui melalui informasi pasar.

Peran pasar terus meningkat sebagai akibat berkembangnya fungsi pasar saat ini. Pasar mempunyai peranan yang beragam berdasarkan pada pengertian-pengertian tentang pasar dan berkembangnya kegiatan-kegiatan yang terjadi di pasar, di mana berdasarkan Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 378/KPTS/1987 tentang Pengesahan 33 Standar Konstruksi Bangunan Indonesia, peranan pasar dijabarkan sebagai berikut:

1. Pasar sebagai tempat pemenuhan kebutuhan.

Pasar menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari yaitu sandang dan pangan, dengan demikian bisa diartikan bahwa di dalam pasar dapat ditemukan kebutuhan pokok sehari-hari atau kebutuhan pada waktu-waktu tertentu.

2. Pasar sebagai tempat rekreasi.

Pasar menyediakan aneka ragam barang untuk kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan yang akan datang. Barang-barang tersebut ditata dan disajikan sedemikian rupa sehingga menarik perhatian pengunjung. Orang-orang yang datang ke pasar kadang-kadang hanya sekedar berjalan-jalan sambil melihat-lihat barang dagangan untuk melepaskan ketegangan atau mengurangi kejenuhan.

3. Pasar sebagai sumber pendapatan daerah/kota.

Kegiatan pasar akan mengakibatkan terjadinya perputaran uang dan Pemerintah Kabupaten berhak menarik retribusi dari kegiatan-kegiatan tertentu yang terjadi di pasar. Hasil penarikan retribusi akan menambah pendapatan daerah dan besarnya

hasil penarikan dari retribusi ini akan sangat bergantung pada kondisi pasar, skala pelayanan dan pengelolaan pasar.

4. Pasar sebagai tempat bekerja.

Aktivitas berdagang juga merupakan salah satu bentuk pelayanan jasa, sehingga pasar tidak lagi hanya sekedar tempat terjadinya proses jual beli tetapi juga sebagai tempat bekerja.

5. Pasar sebagai tempat terjadinya komunikasi sosial.

Bentuk jual beli antara pedagang dan pembeli terjadi dengan cara kontak langsung, sehingga dalam proses jual beli terjadi komunikasi dan interaksi sosial. Pasar-pasar tradisional yang berada di lokasi di mana masyarakat sekitarnya masih menampilkan sifat kerukunan dan masih adanya ikatan masyarakat yang sering disebut paguyuban, merupakan tempat orang berkumpul dan berbincang-bincang, mengikat kerukunan yang telah ada dan menyambung hubungan bathin. Paguyuban tampak akrab karena pembeli yang datang tidak dibedakan status sosial dan profesinya.

6. Pasar sebagai tempat studi dan latihan.

Pasar dapat digunakan sebagai tempat studi dan pendidikan di mana pada pasar tersebut dapat diketahui seluk-beluk kondisi pasar dan perkembangan pasar, tingkat kebutuhan pasar suatu daerah/kota, tingkat pendapatan, tingkat pelayanan, pola hubungan antara pasar dengan komponen pelayanan yang lainnya.

2.5 Lokasi Pasar

Bervariasinya kegiatan yang terjadi dalam pasar serta peran pasar yang penting dalam suatu kota, mengakibatkan pasar membutuhkan lahan dan tempat yang strategis di kota tersebut. Pasar merupakan salah satu komponen pelayanan dari suatu kota, daerah dan wilayah tertentu sehingga akan mengakibatkan kaitan dan pengaruh

antar unsur penunjang kegiatan perekonomian kota. Sebuah pasar yang letaknya strategis akan lebih terjamin kelancaran penjualannya daripada yang letaknya di tempat yang kurang strategis. Faktor-faktor keramaian lalu lintas, kemungkinan sebagai tempat pemberhentian orang untuk berbelanja, keadaan penduduk di lingkungan tersebut, keadaan perparkiran kendaraan dan lain-lain merupakan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan lokasi sebuah pasar. Lokasi di mana pasar itu dibangun akan sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk mengunjungi pasar tersebut. Faktor penting yang harus menjadi pertimbangan adalah wilayah perdagangan yang membatasi suatu kota. Pasar sebaiknya dibangun pada wilayah perdagangan yang ramai dan luas. Pasar yang dibangun pada tempat yang tidak ada aktivitas perdagangannya sangat sulit diharapkan akan dikunjungi oleh masyarakat.

Jarak antara masyarakat yang diperkirakan akan berkunjung sebaiknya juga tidak terlalu jauh dan untuk mencapainya tersedia cukup fasilitas transportasi atau aksesibilitas yang lancar. Beberapa hal yang menjadikan jarak yang jauh dirasakan menjadi lebih dekat yaitu adanya jalan dan alat transportasi, kemudahan untuk parkir, kelengkapan dan kualitas barang-barang yang dijual dan kemudahan untuk mencapai lokasi (tidak macet misalnya).

Jumlah penduduk, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, aglomerasi dan kebijakan pemerintah sangat berpengaruh dalam penentuan lokasi suatu kegiatan (Marsudi Djojodipuro, 1992). Suatu daerah yang memiliki jumlah penduduk banyak merupakan pasar yang perlu dipertimbangkan.

Lokasi sebuah pasar menurut David Dewar dan Vanessa W (1990), merupakan faktor yang penting/berpengaruh pada keberhasilan pasar tersebut. Tiga faktor utama yang mempengaruhi lokasi pada skala kota adalah:

1. *Location of generator of population movement* (lokasi yang dapat menimbulkan pergerakan populasi/orang).

Suatu pasar mampu berkembang secara baik karena berada pada lokasi yang begitu dekat dengan pergerakan orang banyak. Pasar yang paling berhasil berada pada CBD (*central business district*) dan kumpulan pedagang formal yang lain, pusat/konsentrasi industri, sekitar terminal transportasi umum (terminal bus, station kereta api, dsb) serta lokasi yang memiliki kepadatan penduduk yang tinggi.

2. *Sources of supply* (sumber-sumber persediaan barang yang diperjualbelikan).
3. *Location of consumers* (lokasi yang berada dekat dengan pembeli/pengguna pasar).
Pembangunan pasar bertujuan untuk melayani kebutuhan konsumen kota semudah/sedekat mungkin. Lokasi pasar sebaiknya mudah dijangkau oleh konsumen pasar, baik yang menggunakan kendaraan pribadi, pejalan kaki maupun yang menggunakan angkutan umum.

Proses penentuan lokasi pasar merupakan proses yang sangat penting sebagai bentuk pengambilan keputusan strategis pemanfaatan ruang dan pemenuhan kebutuhan masyarakat oleh para pengambil keputusan. Kegiatan pemilihan lokasi merupakan kegiatan yang penting karenanya masing-masing *stakeholder* harus memegang peranan besar. *Stakeholder* harus melaksanakan serangkaian kegiatan dalam proses menemukan suatu lokasi untuk kegiatan real properti tertentu, kegiatan tersebut menurut Miles (1999) terdiri dari:

- a. Meneliti lingkungan dengan seksama terutama untuk pesaing-pesaing yang ada, peraturan pemerintah dan dasar kekuasaan politik.
- b. Memilih lokasi.
- c. Menganalisis pasar.

- d. Menganalisis kriteria pasar, fisik, hukum dan kebijakan untuk proyek yang diusulkan.
- e. Menganalisa lokasi dengan tujuan untuk mengidentifikasi lokasi terbaik yang memenuhi kriteria.
- f. Studi kelayakan.
- g. Negosiasi untuk lokasi terpilih dan menyusun kontrak dengan pihak terkait.
- h. Mendiskusikan proyek dengan pemerintah untuk menegaskan tujuan dan kemungkinan kendala yang ada.

Beberapa faktor yang merupakan kriteria pemilihan lokasi pembangunan suatu pasar (pusat perbelanjaan) perlu dianalisa agar diperoleh pilihan lokasi terbaik.

Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi suatu pasar (pusat perbelanjaan) menurut Miles (1999) adalah:

1. Peruntukan lahan (*zoning*).
2. Penampakan fisik (*physical features*)
3. Utilitas
4. Transportasi
5. Parkir
6. Dampak lingkungan (sosial dan alam)
7. Pelayanan Publik
8. Penerimaan/respon masyarakat (termasuk perubahan perilaku)
9. Permintaan dan penawaran (pertumbuhan penduduk, penyerapan tenaga kerja dan distribusi pendapatan).

Chiara dan Koppelman (1997) mengemukakan bahwa kriteria yang harus dipenuhi dalam menentukan lokasi pusat perbelanjaan adalah:

- Kedekatan terhadap pangsa pasar.
- Kedekatan terhadap bahan baku (*supply*).
- Ketersediaan tenaga listrik dan air.
- Ketersediaan modal.

- Iklim
- Perlindungan terhadap kebakaran, perlindungan polisi dan pelayanan kesehatan.
- Perumahan / pemukiman penduduk
- Sikap masyarakat.
- Peraturan setempat.
- Pertumbuhan kota di masa yang akan datang.

Duncan dan Hollander, dalam Ristantyo (2004), mengemukakan hal-hal yang harus diperhatikan dalam penentuan lokasi pasar adalah:

- Populasi yang terdapat pada daerah perdagangan, meliputi komposisi dan pertumbuhannya.
- Perkembangan kota yang dapat diukur dari perubahan sosial ekonomi.
- Kebiasaan belanja penduduk.
- Daya beli penduduk yang dapat dilihat dari jumlah tenaga kerja, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan dan jumlah tabungan yang dimiliki.
- Perbedaan status sosial yang dapat dilihat dari tipe rumah, kepemilikan rumah, tingkat pendidikan dan jumlah kepemilikan kendaraan.
- Jumlah, luas, tipe dan lokasi pasar yang lama.
- Aksesibilitas berupa fasilitas transportasi umum, kedekatan dengan konsumen yang potensial (dekat dengan daerah perumahan dan perkantoran).
- Kondisi fisik lahan, dapat dilihat dari topografi, kondisi geologis, daerah rawan bencana atau bukan dan sebagainya.

2.7 RANGKUMAN KAJIAN LOKASI OPTIMAL PASAR

Beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pasar dan standar luas lahan pembangunan pasar diidentifikasi berdasarkan kajian pustaka yang telah diuraikan di atas. Pendapat dari beberapa sumber kemudian dikaji sehingga didapatkan variabel-variabel dalam penentuan lokasi pasar. Standar luas lahan pembangunan pasar didapat dari kajian normatif terhadap peraturan yang berlaku serta pendapat beberapa sumber. Kajian lokasi optimal pasar tersebut dirangkum dalam bentuk tabel untuk mempermudah pemahaman mengenai teori yang ada.

TABEL II.2
FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH
DALAM PENENTUAN LOKASI PASAR

NO	SUMBER	PENDAPAT	VARIABEL PENENTU LOKASI PASAR
1.	Miles	Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi pasar (pusat perbelanjaan) adalah: <ul style="list-style-type: none"> - Peruntukan lahan (<i>zoning</i>). - Penampilan fisik (<i>physical features</i>) - Utilitas - Transportasi - Parkir - Dampak lingkungan (sosial dan alam) - Pelayanan Publik - Penerimaan/Respon masyarakat (termasuk perubahan perilaku) - Permintaan dan Penawaran (pertumbuhan penduduk, penyerapan tenaga kerja dan distribusi pendapatan) 	<p>Beberapa variabel sebagai faktor lokasi penentu pasar, yang dirangkum berdasarkan pendapat-pendapat para ahli tersebut, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan lahan 2. Kondisi fisik lahan (topografi dan daya dukung lahan) 3. Aksesibilitas (transportasi dan prasarana jalan) 4. Wilayah pelayanan pasar 5. Jumlah penduduk yang dilayani 6. Utilitas & lingkungan 7. Kebijakan Pemerintah
2.	David Dewar dan Vanessa	Faktor utama yang mempengaruhi lokasi pasar, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Location of generator of population movement</i> (lokasi yang menimbulkan pergerakan populasi/orang). 2. <i>Sources of supply</i> (sumber-sumber persediaan barang yang diperjualbelikan). 3. <i>Location of consumers</i> (lokasi yang berada dekat dengan pembeli/pengguna pasar). 	
3.	Chiara dan Koppelman	Kriteria yang harus dipenuhi dalam menentukan lokasi pusat perbelanjaan adalah: <ul style="list-style-type: none"> - Kedekatan terhadap pangsa pasar - Kedekatan terhadap bahan baku (<i>material supply</i>) - Ketersediaan tenaga listrik dan air - Iklim - Ketersediaan modal - Perlindungan terhadap kebakaran, perlindungan polisi dan pelayanan kesehatan - Perumahan - Sikap masyarakat - Peraturan setempat - Pertumbuhan kota di masa yang akan datang 	
4.	Marsudi Djodipuro	Jumlah penduduk, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, aglomerasi dan kebijakan pemerintah sangat berpengaruh dalam penentuan lokasi suatu kegiatan. Suatu daerah yang memiliki jumlah penduduk banyak merupakan pasar yang perlu dipertimbangkan.	
5.	Duncan dan Hollander	Hal-hal yang harus diperhatikan dalam penentuan lokasi pasar adalah: <ul style="list-style-type: none"> - Populasi yang meliputi komposisi dan pertumbuhannya. - Perkembangan kota - Kebiasaan belanja penduduk. - Daya beli penduduk . - Jumlah, luas, tipe dan lokasi pasar yang lama. - Aksesibilitas berupa fasilitas transportasi umum, kedekatan dengan konsumen yang potensial (dekat dengan daerah perumahan dan perkantoran). - Kondisi fisik lahan, dapat dilihat dari topografi, kondisi geologis, daerah rawan bencana dan sebagainya. 	

Sumber : Hasil Analisis, 2004

TABEL II.3
MINIMAL PENDUDUK PENDUKUNG, LUAS DAN LOKASI
FASILITAS PERDAGANGAN

NO.	SUMBER	PENDAPAT	KETERANGAN
1.	Kepmen PU No..378/KPTS/1987	Minimal penduduk pendukung, luas dan lokasi fasilitas perdagangan sebagai berikut: a. Penduduk minimal 250 jiwa. Menempati tanah seluas 100 m ² dan berada di tengah kelompok keluarga. b. Penduduk minimal 2.500 jiwa. Menempati tanah seluas 1.200 m ² dan berada di pusat RW. c. Penduduk minimal 30.000 jiwa. Menempati tanah seluas 13.500 m ² dan berada di pusat lingkungan. d. Penduduk minimal 120.000 jiwa. Menempati tanah seluas 36.000 m ² dan berada di pusat kecamatan dekat terminal kecamatan. e. Penduduk minimal 450.000 jiwa. Menempati tanah seluas 96.500m ² dan berada di pusat wilayah dekat terminal.	
2.	Arthur D. Galion dan Simon Eisner	Pusat perdagangan berdasarkan lingkup pelayanannya terbagi mejadi 3 kategori, yaitu: a. Melayani kebutuhan sehari-hari bagi penduduk sebesar 7.500 s/d 20.000 orang. Ukuran rata-ratanya sekitar 40.000 squarefeet atau 3720 m ² luas lantai kotor, namun bisa bervariasi antara 30.000–75.000 squarefeet (2790-6977 m ²). Menempati tanah seluas 4–10 acre dan berada di pusat lingkungan. b. Melayani penduduk antara 20.000–100.000 orang. Ukuran rata-ratanya adalah 150.000 squarefeet luas lantai kotor atau antara 100.000–300.000 squarefeet (9320-27.900m ²). Menempati lahan seluas antara 10–30 acre dan berada di pusat kota. c. Melayani penduduk antara 100.000–250.000 orang. Ukuran rata-ratanya adalah 400.000 squarefeet luas lantai, meskipun bisa mencapai 1.000.000 squarefeet. Minimum luas arealnya adalah 40 acre, sedangkan pusat yang terbesar memerlukan sampai 100 acre serta berada di pusat regional.	
3.	Johara T. Jayadinata	Jarak tempuh antara pusat kota dengan pasar dan sebagainya harus bisa ditempuh dari lingkungan yang dilayaninya (market area) sampai jarak ¼ km atau 10 menit perjalanan. Sedangkan untuk standar luasnya ditetapkan 500 m ² /1.000 penduduk.	

Sumber : Hasil Analisis, 2004

Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pembangunan pasar berdasarkan beberapa kajian tersebut di atas dapat diidentifikasi menjadi beberapa aspek, yaitu sebagai berikut:

1. Aspek Teknis

a. Ketersediaan Lahan.

UPT-PUSTAK-UNDIP

Ketersediaan lahan yang dimaksud disini adalah ketersediaan lahan yang terkait dengan aspek fisik lokasi seperti kecukupan luas lahan yang tersedia untuk bangunan dan parkir serta sarana penunjang lain.

- b. Kondisi fisik lahan (topografi dan daya dukung lahan).
- c. Aksesibilitas (ketersediaan jaringan jalan dan alat transportasi).

Aksesibilitas merupakan ketersediaan jenis dan ukuran jalan yang memadai untuk mobilitas, hal ini mengingat bahwa jalan merupakan akses untuk mendukung kegiatan perdagangan dalam pendistribusian barang, sedangkan bagi masyarakat pembeli jalan memudahkan mereka untuk pergi ke atau dari pasar. Pasar yang akan dibangun seyogyanya merupakan wilayah yang dapat dijangkau dan tersedia alat transportasi untuk mencapainya, hal tersebut bertujuan untuk memudahkan masyarakat pengguna pasar, baik pedagang maupun pembeli.

2. Aspek Keruangan.

- a. Wilayah pelayanan pasar, kedekatan terhadap konsumen (permukiman penduduk).

Chiara dan Koppelman (1997) mengemukakan bahwa salah satu kriteria yang harus dipenuhi dalam menentukan lokasi pusat perbelanjaan adalah perumahan atau permukiman penduduk. Setiap pasar memiliki jangkauan pasar (*market range*). Pasar yang *market range*-nya berada pada permukiman yang padat merupakan pasar yang berada pada lokasi yang paling baik.

- b. Jumlah penduduk yang akan dilayani oleh pasar dalam suatu wilayah
- Konsumen sebagai salah satu pengguna pasar secara langsung, mempunyai pengaruh dalam penentuan lokasi pasar. Jumlah penduduk menurut Djojodipuro (1992) sangat berpengaruh dalam penentuan lokasi kegiatan. Suatu

daerah yang memiliki jumlah penduduk yang banyak merupakan pasar yang perlu dipertimbangkan.

3. Aspek Ketersediaan Utilitas

Utilitas merupakan prasarana pendukung yang harus mendapatkan perhatian dalam menentukan lokasi pembangunan sebuah pasar. Sarana pendukung akan mempengaruhi kegiatan pasar antara lain jumlah barang, harga barang serta kehadiran penjual dan pembeli. Prasarana pendukung tersebut antara lain meliputi ketersediaan listrik, ketersediaan air (PDAM) dan ketersediaan saluran limbah.

4. Aspek Kebijakan Pemerintah

Kebijaksanaan pemerintah menurut Djojodipuro (1992) serta Chiara dan Koppelman (1997) sangat berpengaruh dalam penentuan lokasi suatu kegiatan. Peraturan dan kebijakan pemerintah yang berlaku di suatu daerah digunakan sebagai pedoman khususnya untuk pengembangan wilayah yang digunakan dalam penentuan lokasi sebuah pasar (pusat perbelanjaan). Peraturan dan kebijakan pemerintah tersebut antara lain memuat hal-hal yang berkaitan dengan kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota (RTRK), yaitu berupa zoning atau penyediaan lahan sesuai dengan peruntukannya berdasarkan Peraturan Daerah yang berlaku (Miles, 1999).

BAB III
GAMBARAN KOTA LAHAT
DAN PASAR DI KOTA LAHAT

3.1 Kabupaten Lahat

Kabupaten Lahat merupakan salah satu Kabupaten di Propinsi Sumatera Selatan (Gambar 3.1 dan Gambar 3.2). Luas Kabupaten Lahat adalah 6.618,27 km² atau 661.827 Ha. Kabupaten Lahat secara administratif terdiri dari 19 Kecamatan, 15 Kelurahan dan 508 Desa Definitif, ditambah 3 Desa Persiapan. Kecamatan, Kelurahan/Desa yang ada di Kabupaten Lahat dapat dilihat dalam Tabel III.1.

TABEL III.1
KECAMATAN, KELURAHAN/DESA
DAN LUAS WILAYAH KABUPATEN LAHAT

No	Kecamatan	Luas Wilayah (km ²)	Jumlah	
			Desa	Kelurahan
1.	Tanjung Sakti	500,59	32	-
2.	Kota Agung	197,57	32	-
3.	Pulau Pinang	357,18	43	-
4.	Jarai	205,02	28	-
5.	Muara Pinang	193,72	22	-
6.	Pendopo	288,06	30	-
7.	Ulu Musi	560,38	25	-
8.	Tebing Tinggi	590,93	29	2
9.	Kikim Barat	312,30	19	-
10.	Lahat	757,37	45	13
11.	Merapi	693,33	41	-
12.	Pajar Bulan	201,34	30	-
13.	Lintang Kanan	264,55	16	-
14.	Talang Padang	140,90	13	-
15.	Pasemah Air Keruh	217,90	15	-
16.	Mulak Ulu	222,58	30	-
17.	Kikim Tengah	299,80	9	-
18.	Kikim Timur	497,75	33	-
19.	Kikim Selatan	118,00	16	-
Jumlah		6.618,27	509	15

Sumber : Kabupaten Lahat Dalam Angka Tahun 2002

Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang dominan dalam struktur perekonomian Kabupaten Lahat. Sektor perdagangan (tanpa hotel dan restoran) pada Tahun 2002 memberikan kontribusi sebesar 12,89% terhadap PDRB

Kabupaten Lahat. Dinas Pengelolaan Pasar dan Kebersihan Kota mengelola 7 (tujuh) pasar untuk menunjang aktivitas sektor perdagangan di Kabupaten Lahat. Pasar tersebut merupakan pasar tradisional yang tersebar di beberapa kecamatan di Kabupaten Lahat. Jumlah pasar per-kecamatan dalam Kabupaten Lahat selama periode 1 Januari sampai dengan 31 Desember 2002 dapat dilihat dalam Tabel III.2.

TABEL III.2
JUMLAH PASAR, LOS, KIOS, RUKO DAN PEDAGANG
PER KECAMATAN DALAM KABUPATEN LAHAT
1 JANUARI S/D 31 DESEMBER 2002

No.	Kecamatan	Nama Pasar	Rata-rata Pedagang (orang)	Los		Kios			Ruko
				Jml	Luas M ²	3 x 3	3 x 2	2 x 2	
1.	Lahat	Lematang	650	1	500	-	558	-	45
2.		Serelo	650	3	600	16	67	-	-
3.	Pendopo	Pendopo	500	3	240	30	39	25	-
4.	Kota Agung	Tanjung Tebat	350	3	160	-	-	-	-
5.	Muara Pinang	Padang Burnai	450	3	160	-	-	-	-
6.	Tebing Tinggi	Musi Jaya I	250	1	260	-	101	-	14
7.		Musi Jaya II	400	1	60	37	35	-	-

Sumber : Kabupaten Lahat Dalam Angka Tahun 2002

3.2 Kota Lahat

Kota Lahat merupakan Ibukota Kabupaten Lahat. Kota Lahat secara geografis terletak antara 3°43'-3°48' LS dan antara 103°29'-103°34' BT dengan luas keseluruhan wilayah mencakup areal seluas 5.762 Ha. Kota Lahat berjarak 225 km dari Palembang. Batas-batas Kota Lahat adalah sebagai berikut:

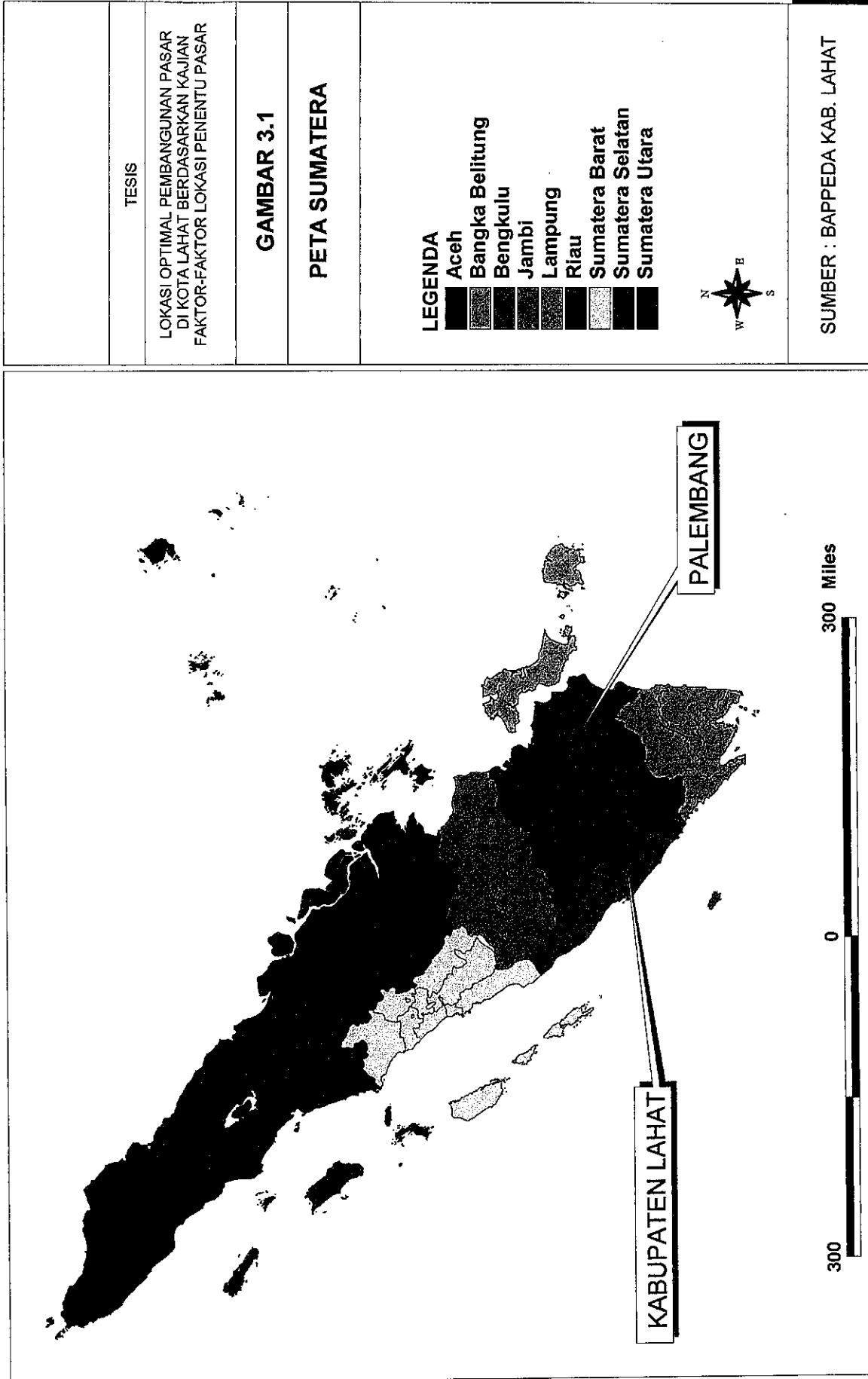
Sebelah Utara : Sebagian Wilayah Kecamatan Lahat.

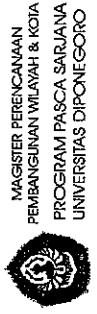
Sebelah Timur : Kecamatan Merapi.

Sebelah Selatan : Sebagian Wilayah Kecamatan Lahat, Kecamatan Pulau Pinang.

Sebelah Barat : Sebagian Wilayah Kecamatan Lahat.

Kota Lahat secara administratif terdiri dari 13 wilayah Kelurahan dan 15 wilayah Desa (lihat Gambar 1.1). Nama Kelurahan dan Desa yang ada di Kota Lahat dapat dilihat dalam Tabel III.3.





MAGISTER PERENCANAAN
PEMBANGUNAN WILAYAH & KOTA
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO

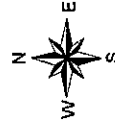
TESIS

LOKASI OPTIMAL PEMBANGUNAN PASAR
DI KOTA LAHAT BERDASARKAN KAJIAN
FAKTOR-FAKTOR LOKASI PENENTU PASAR

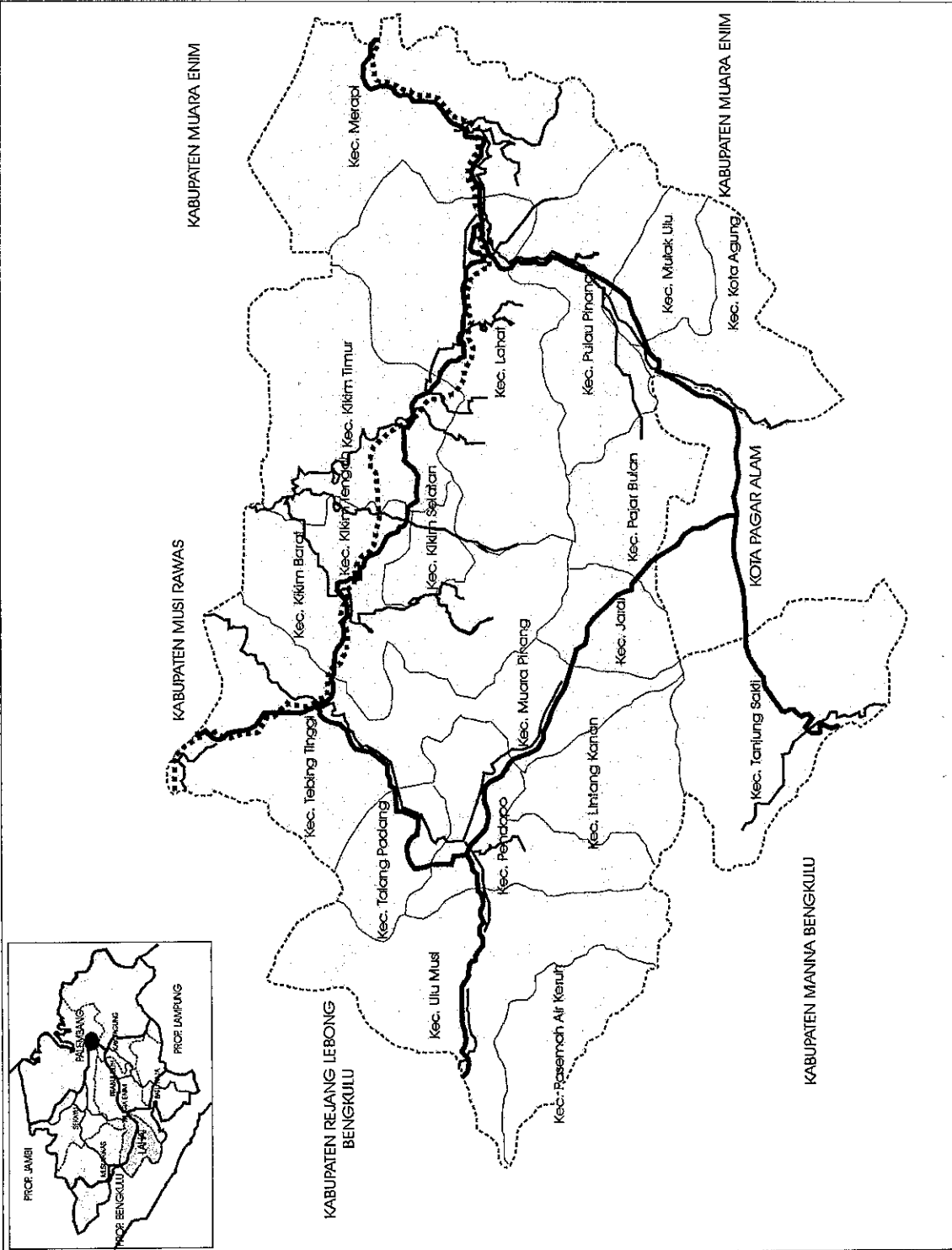
GAMBAR 3.2

PETA ADMINISTRASI
KABUPATEN LAHAT

- LEGENDA :
- Batas Kabupaten
 - Batas Kecamatan
 - Jalan Negara/Propinsi
 - Jalan Kabupaten
 - Rel Kereta Api
 - Sungai



SUMBER : BAPPEDA KAB.LAHAT



TABEL III.3
KELURAHAN/DESA DI KOTA LAHAT

No.	KELURAHAN	No.	DESA
1.	Kel. Pasar Baru	14.	Desa Pagar Sari
2.	Kel. Pasar Bawah	15.	Desa Pagar Negara
3.	Kel. Kota Jaya	16.	Desa Keban
4.	Kel. Pasar Lama	17.	Desa Selawi
5.	Kel. Lahat Tengah	18.	Desa Suka Negara
6.	Kel. Kota Negara	19.	Desa Karang Anyar
7.	Kel. Gunung Gajah	20.	Desa Karang Baru
8.	Kel. RD. PJKA Lahat	21.	Desa Tanjung Tebat
9.	Kel. Talang Jawa	22.	Desa Nantal
10.	Kel. Pagar Agung	23.	Desa Banjar Negara
11.	Kel. RD. PJKA Bandar Agung	24.	Desa Tanjung Payang
12.	Kel. Bandar Agung	25.	Desa Manggul
13.	Kel. Kota Baru	26.	Desa Ulak Lebar
		27.	Desa Padang Lengkuas
		28.	Desa Kota Raya

Sumber : Kabupaten Lahat Dalam Angka Tahun 2002

3.3 Potensi Umum Kota Lahat

Potensi umum yang dimaksud adalah potensi untuk menunjang percepatan pertumbuhan ekonomi yang meliputi beberapa faktor antara lain:

3.3.1 Potensi Letak Geografis

Kota Lahat dilalui jalan regional/arteri primer yang merupakan Jalan Lintas Tengah Sumatera serta dilewati juga jalur kereta api jurusan Palembang-Lubuk Linggau, sehingga memungkinkan terjadinya banyak kegiatan perdagangan dan jasa di daerah ini. Letak Kota Lahat yang strategis ini merupakan keuntungan yang dapat dijadikan sebagai modal utama perkembangan Kota Lahat di masa yang akan datang.

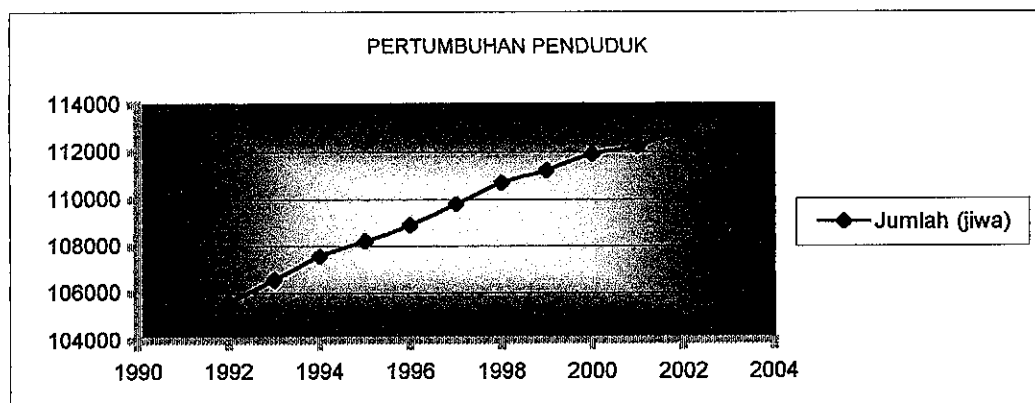
3.3.2 Potensi Kependudukan

Jumlah penduduk Kota Lahat pada Tahun 2002 adalah 112.960 jiwa (BPS, Tahun 2002). Kota Lahat mempunyai laju pertumbuhan penduduk rata-rata 0,68% per tahun. Pertumbuhan penduduk Kota Lahat Tahun 1991 sampai dengan 2002 dapat dilihat dalam Tabel III.4 dan Gambar 3.3 berikut:

TABEL III.4
PERTUMBUHAN PENDUDUK KOTA LAHAT TAHUN 1991-2002

No.	Tahun	Jumlah Penduduk (jiwa)	Pertumbuhan (%)
1	1991	104783	
2	1992	105617	0,79
3	1993	106587	0,91
4	1994	107576	0,92
5	1995	108214	0,59
6	1996	108911	0,64
7	1997	109789	0,80
8	1998	110685	0,81
9	1999	111230	0,49
10	2000	111901	0,60
11	2001	112260	0,32
12	2002	112960	0,62

Sumber : Kabupaten Lahat Dalam Angka Tahun 2002



Sumber : Kabupaten Lahat Dalam Angka Tahun 2002

GAMBAR 3.3
GRAFIK PERTUMBUHAN PENDUDUK KOTA LAHAT

Kepadatan penduduk rata-rata di Kota Lahat adalah ± 19 jiwa/Ha. Kelurahan yang mempunyai kepadatan tertinggi adalah Kelurahan Talang Jawa dengan kepadatan penduduk sebesar 120 jiwa/Ha, sedangkan kepadatan penduduk yang terendah umumnya terdapat pada desa/kelurahan yang berada relatif jauh dari pusat kota, seperti Desa Keban, Desa Ulak Lebar dan Desa Padang Lengkuas dengan kepadatan penduduk ± 1 jiwa/Ha. Jumlah rumah tangga yang ada di Kota Lahat adalah sebesar 26.270 rumah tangga.

Persebaran penduduk Kota Lahat dapat dilihat dalam Tabel III.5 dan Gambar 3.4.

TABEL III.5
PERSEBARAN JUMLAH PENDUDUK DAN RUMAH TANGGA

NO.	DESA/KELURAHAN	JUMLAH PENDUDUK	RUMAH TANGGA	LUAS (HA)	KEPADATAN
1	Kel. Pasar Baru	2122	493	39.3	54.0
2	Kel. Pasar Bawah	2981	693	39.7	75.1
3	Kel. Kota Jaya	2140	498	32.4	66.0
4	Kel. Lahat Tengah	3134	729	128.3	24.4
5	Kel. Kota Negara	955	222	30.2	31.6
6	Kel. Gunung Gajah	3770	877	130.0	29.0
7	Kel. RDPJKA Lahat	7873	1,831	90.9	86.6
8	Kel. Pagar Agung	11195	2,603	724.8	15.4
9	Kel. RDPJKA B.A	5624	1,308	105.8	53.2
10	Kel. Pasar Lama	9034	2,101	280.3	32.2
11	Kel. Talang Jawa	18620	4,330	154.8	120.3
12	Kel. Kota Baru	4234	985	423.0	10.0
13	Kel. Bandar Agung	29109	6,770	467.4	62.3
14	Ds. Suka Negara	1034	240	126.3	8.2
15	Ds. Selawi	2631	612	134.5	19.6
16	Ds. Karang Anyar	1334	310	151.2	8.8
17	Ds. Manggul	2434	566	165.2	14.7
18	Ds. Pagar Sari	226	53	113.5	2.0
19	Ds. Pagar Negara	213	50	110.8	1.9
20	Ds. Keban	511	119	405.6	1.3
21	Ds. Ulak Lebar	352	82	303.6	1.2
22	Ds. Pdg. Lengkuas	368	86	268.8	1.4
23	Ds. Kota Raya	534	124	221.0	2.4
24	Ds. Karang Baru	265	62	223.7	1.2
25	Ds. Tanjung Tebat	303	70	223.5	1.4
26	Ds. Nantal	634	147	230.2	2.8
27	Ds. Banjar Negara	627	146	220.5	2.8
28	Ds. Tanjung Payang	703	163	216.7	3.2
	Jumlah	112960	26,270	62.0	19.6

Sumber : BPMD Kab. Lahat, 2004

3.4. Struktur Tata Ruang Kota

Struktur tata ruang kota erat kaitannya dengan fungsi kegiatan yang terdapat dalam kota tersebut, oleh karena itu struktur ruang kota erat pula kaitannya dengan penataan tiap jenis kegiatan perkotaan. Kota Lahat dibagi menjadi 6 (enam) Bagian Wilayah Kota (BWK) dengan tujuan untuk mencapai sasaran pengembangan kota yang lebih efisien serta pemerataan pengembangannya. Pembagian BWK Lahat dapat dilihat dalam Tabel III.6.

TABEL III.6
PEMBAGIAN BWK DAN LUAS MASING-MASING BWK

BWK	Pddk (jiwa)	Luas (ha)	Kpdt	BWK	Pddk (jiwa)	Luas (ha)	Kpdt
BWK I : Kel. Pasar Baru Kel. Pasar Bawah Kel. Kota Jaya Kel. Lahat Tengah Kel. Kota Negara Kel. Gng Gajah Kel. RDPJKA Lht Ds. Suka Negara Ds. Selawi	26640	751.6	35	BWK V: Kel. Bandar Agung Ds. Keban Ds. Ulak Lebar Ds. Padang Lengkuas Ds. Kota Raya	30874	1,666.4	19
BWK II : Kel. Pagar Agung	11395	724.8	16	BWK VI : Ds. Karang Baru Ds. Tjg. Tebat Ds. Nantal Ds. Banjar Negara Ds. Tjg. Payang	2532	1,114.6	3
BWK III : Kel. RDPJKA B.A Ds. Karang Anyar Ds. Manggul	9392	422.2	22				
BWK IV : Kel. Pasar Lama Kel. Talang Jawa Kel. Kota Baru Ds. Pagar Sari Ds. Pagar Negara	32327	1,082.4	30				

Sumber : BAPPEDA Kabupaten Lahat, 2004

Penyebaran penduduk dialokasikan berdasarkan fungsi dan peranan serta kemampuan masing-masing BWK. Fungsi dan peranan setiap BWK dijabarkan dari fungsi Kota Lahat secara keseluruhan, sehingga peranan setiap BWK tidak akan terlepas dari fungsinya masing-masing.

Fungsi Kota Lahat yang terdistribusi ke dalam setiap Bagian Wilayah Kota (BWK), adalah sebagai berikut:

- BWK I, berfungsi sebagai pusat pelayanan perdagangan bagi seluruh wilayah Kota Lahat (lokal) dan wilayah yang lebih luas (regional), pusat kegiatan perbengkelan PT. Kereta Api (Balai Yasa) dan Stasiun Kereta Api Lahat serta kawasan perumahan.
- BWK II, berfungsi sebagai kawasan perumahan dan kawasan ruang terbuka hijau untuk areal pertanian dan lahan konservasi.
- BWK III, berfungsi sebagai pusat pergudangan PT. Kereta Api, terminal barang (cargo) dan pergudangan, terminal dalam kota (lokal), lokasi jembatan timbang, kantor dan depot Pertamina, kawasan perindustrian dan kawasan perumahan.
- BWK IV, berfungsi sebagai Pusat Pemerintahan Kabupaten Lahat dan Kecamatan Lahat, pusat perdagangan lokal, pusat pendidikan tinggi, pusat kesenian, kebudayaan dan peribadatan bagi ibukota Kabupaten Lahat, terminal regional dan lokal, kawasan perumahan dan kawasan terbuka hijau untuk areal pertanian dan lahan konservasi.
- BWK V, berfungsi sebagai Pusat Pemerintahan Kabupaten Lahat dan perkantoran pemerintah, pusat pelayanan perdagangan regional dan pelayanan perdagangan lokal pemusatan kegiatan olah raga dan rekreasi, kawasan perumahan dan kawasan terbuka hijau untuk kegiatan pertanian maupun untuk lahan konservasi.
- BWK VI, berfungsi sebagai areal perumahan yang terbatas perkembangannya dan kawasan ruang terbuka hijau untuk lahan pertanian maupun untuk kawasan konservasi/lindung.

(Sumber : RDTRK Lahat Tahun 1994)

Struktur Tata Ruang Kota Lahat dapat dilihat pada Gambar 3.5 berikut.

3.5. Fasilitas Perkotaan

Fasilitas perkotaan menggambarkan kondisi sosial ekonomi kota tersebut, semakin besar jumlah penduduk maka semakin banyak pula fasilitas perkotaan yang dibutuhkan. Beberapa fasilitas kota tersebut antara lain adalah perumahan, perkantoran, pendidikan, industri, jalan/transportasi, perdagangan serta utilitas pendukung yang lain.

- Perumahan

Kawasan perumahan yang berada di Kota Lahat pada umumnya mengikuti pola jaringan jalan sehingga bentuk kawasan berpola linier sepanjang jalan (*ribbon development*).

- Perkantoran

Kawasan perkantoran terkait erat dengan kegiatan pemerintahan dan jasa, di mana skala kegiatannya dapat mencakup pelayanan kota, regional maupun lokal. Fasilitas perkantoran terdiri dari perkantoran pemerintah dan swasta. Fasilitas perkantoran pemerintah terletak di sekitar Kantor Bupati.

- Pendidikan

Pendidikan merupakan kebutuhan dasar penduduk. Setiap penduduk mempunyai hak untuk mendapatkan setiap tingkat pendidikan yang dibutuhkannya, hal ini tentu harus diimbangi dengan sarana dan prasarana pendidikan seperti gedung sekolah dan guru yang memadai.

- Transportasi dan Jalan

Transportasi mempunyai peranan yang besar dalam kelancaran arus barang dan jasa dari sentra produksi ke tempat konsumen. Arus barang dari sentra produksi ke daerah konsumen dapat berjalan lancar apabila ditunjang dengan sarana/prasarana perhubungan seperti jalan, jembatan dan sarana angkutan.

▪ **Perdagangan dan Jasa**

Kawasan perdagangan dan jasa berada di pusat kota, bagian dari kegiatan jasa antara lain adalah perhotelan. Hotel yang ada di Kota Lahat ada lima hotel yaitu Hotel Cenderawasih, Hotel Bukit Serelo, Hotel Permata, Hotel Serasan dan Hotel Lematang.

Kegiatan perkotaan di Kota Lahat secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua kegiatan yaitu pertama adalah kegiatan yang bersifat sosial ekonomi seperti perdagangan, industri dan jasa sedangkan yang kedua adalah kegiatan yang bersifat sosial budaya seperti pendidikan, kesehatan, perumahan, hiburan dan olah raga. Komponen-komponen kota yang membentuk fungsi kota memerlukan pengaturan untuk mencapai daya guna dan hasil guna yang optimal. Pengaturan tersebut dapat dilakukan dengan melakukan pengelompokan beberapa kegiatan dengan karakteristik yang sama atau hampir sama.

Pengelompokan lokasi suatu kegiatan tergantung pada keterkaitan antar kegiatan perkotaan. Keterkaitan antar kegiatan perkotaan tersebut dapat diketahui melalui matrik hubungan antar kegiatan yang diperoleh dengan menilai setiap hubungan antar kegiatan perkotaan. Matrik hubungan antar kegiatan perkotaan di Kota Lahat dapat dilihat pada Tabel III.8.

TABEL III.8
MATRIK HUBUNGAN ANTAR KEGIATAN

No	Jenis Kegiatan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Jml
1.	Industri	x	4	1	0	2	2	0	4	1	14
2.	Perdagangan grosir	4	x	3	0	3	0	0	4	3	17
3.	Perdagangan eceran	1	3	x	1	4	3	1	0	3	15
4.	Pemerintahan	0	0	1	x	3	2	3	0	1	10
5.	Jasa	2	3	4	3	x	3	2	0	2	19
6.	Perumahan	2	0	3	2	3	x	4	0	3	17
7.	Fasilitas sosial	0	0	1	3	2	4	x	0	2	12
8.	Transportasi regional	4	4	0	2	0	0	0	x	1	9
9.	Transportasi lokal	1	3	3	1	2	3	2	1	x	16

Sumber : RTRK Lahat, 1994

Jenis kegiatan jasa berdasarkan Tabel III.8 tersebut merupakan kegiatan yang mempunyai hubungan relatif kuat terhadap semua jenis kegiatan. Kegiatan yang mempunyai hubungan yang relatif kuat dengan kegiatan perdagangan di Kota Lahat adalah kegiatan jasa, transportasi lokal dan perumahan/permukiman.

3.6 Pasar Di Kota Lahat

Fasilitas perdagangan dan jasa sebagai salah satu fasilitas perkotaan sangat dibutuhkan oleh masyarakat di seluruh wilayah kota. Bentuk fasilitas perdagangan di Kota Lahat berupa pasar yang berfungsi sebagai pasar kota dengan pertokoan di sekitarnya. Pasar yang ada saat ini adalah Pasar Lematang dan Pasar Serelo. Keberadaan pasar tersebut terkonsentrasi di pusat kota (lihat Gambar 3.8).

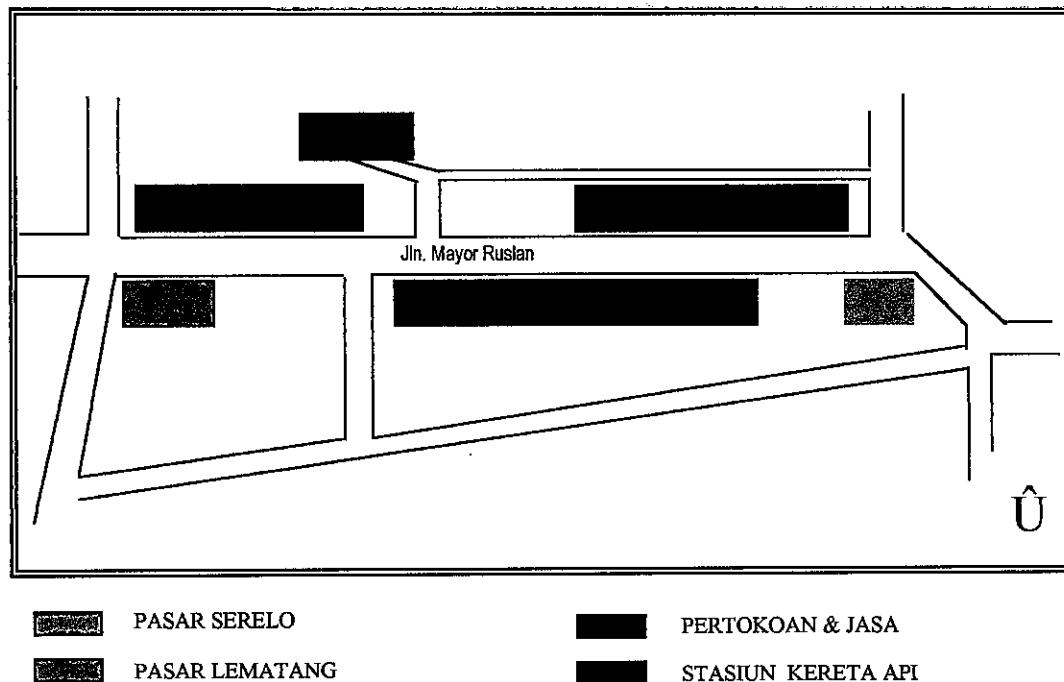
Pasar di Kota Lahat menurut kelas pelayanannya bila ditinjau secara normatif berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998 tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan termasuk pasar tradisional sedangkan menurut sifat pendistribusiannya termasuk golongan pasar eceran. Pasar di Kota Lahat bila ditinjau dari hirarki pelayanannya (Nining, 2000) termasuk hirarki ketiga yaitu pasar kecamatan, di mana wilayah pelayanan pasar Kota Lahat mencakup satu wilayah kecamatan (Kecamatan Lahat). Pasar dimaksud merupakan salah satu komponen pelayanan kota dan diharapkan mampu memberikan pelayanan bagi seluruh masyarakat di Kota Lahat.

Pasar Serelo berada di Kelurahan Pasar Lama. Pasar Serelo didukung dengan fasilitas perdagangan yang terdiri dari 3 los dan 83 kios. Pasar Serelo menjalankan perannya sehari-hari dengan jumlah pedagang sebanyak 650 orang.

Pasar Lematang berada di Kelurahan Pasar Baru dan dalam melaksanakan perannya Pasar Lematang didukung oleh fasilitas perdagangan yang terdiri dari 1 los,

558 kios berukuran 3m x 2m serta 45 ruko. Pasar Lematang menampung 650 pedagang yang tersebar pada setiap los, kios dan ruko yang ada.

Pasar-pasar tersebut melaksanakan perannya sebagai tempat pemenuhan kebutuhan sehari-hari bagi penduduk Kota Lahat yang berjumlah 112.960 (BPS, Tahun 2002). Lokasi kedua pasar tersebut dapat dilihat dalam Gambar 3.6.



GAMBAR 3.6

LOKASI PASAR DI KOTA LAHAT

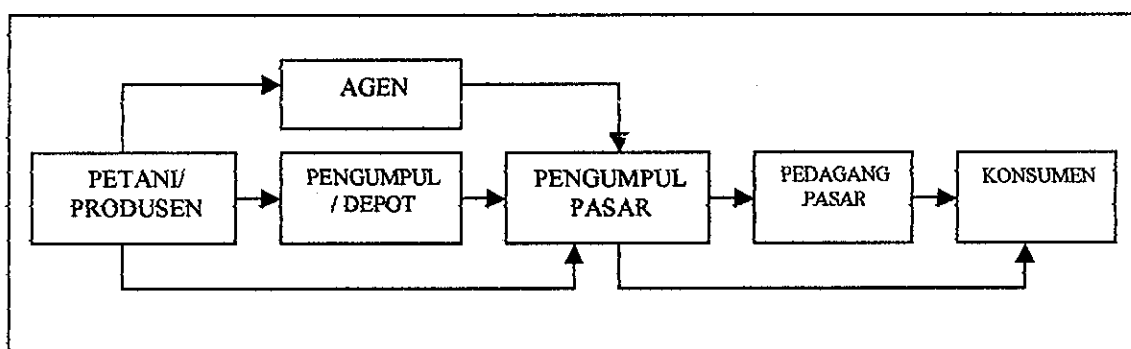
3.7 Sistem Pelayanan Pasar di Kota Lahat

Pasar Serelo dan Pasar Lematang berada di pusat kota. Pasar Serelo dan Lematang merupakan pasar tradisional dengan skala pelayanan yang sama sebagai pelayanan kebutuhan sehari-hari masyarakat di Kota Lahat. Kegiatan perdagangan terkonsentrasi di pusat kota, sehingga distribusi pelayanan masih dirasakan kurang bagi penduduk yang tinggal di permukiman yang jauh dari pusat kota karena jangkauan pasar yang terlalu jauh. Jangkauan pasar (*market range*) pasar di Kota Lahat dapat dilihat dalam Gambar 3.9.

Banyaknya pedagang yang melakukan aktivitas perdagangan menyebabkan tidak tertampungnya beberapa pedagang tersebut di los, kios maupun di lingkungan lahan pasar tersebut. Kesan kumuh dan semrawut terlihat ketika para pedagang tersebut mulai berdagang di luar lingkungan lahan pasar. Kurangnya daya tampung pasar menjadi penyebab masalah tersebut.

Lokasi pasar berada di pusat Kota Lahat di mana kegiatan perkotaan dan transportasi terpusat di sana. Letak pasar yang berada di pertigaan jalan utama serta tidak tersedianya fasilitas parkir yang memadai dapat menyebabkan kemacetan lalu lintas di sekitar lokasi pasar akibat pemakaian badan jalan sebagai tempat parkir kendaraan.

Adanya skala pelayanan pasar menyebabkan terjadinya proses distribusi barang dagangan dalam skala lokal atau regional sebagai akibat terjadinya mekanisme perpindahan barang dari produsen ke konsumen. Distribusi barang dagangan untuk sampai ke tangan konsumen mengalami proses yang sangat beragam, mulai dari produsen (petani), agen, pengumpul hingga ke pasar tingkat lokal atau kota. Sistem distribusi barang dagangan di pasar Kota Lahat dapat dilihat dalam Gambar 3.7.



GAMBAR 3.7
SISTEM DISTRIBUSI BARANG DAGANGAN DI PASAR KOTA LAHAT

BAB IV LOKASI OPTIMAL PASAR DI KOTA LAHAT

4.1 Analisis Faktor Lokasi Penentu Pasar Di Kota Lahat

Analisis yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat berdasarkan persepsi dan preferensi konsumen, pedagang dan Pemerintah Kabupaten Lahat. Persepsi dan preferensi konsumen, pedagang dan Pemerintah Kabupaten Lahat tersebut didapatkan melalui kuesioner. Variabel-variabel yang diujikan dalam kuesioner tersebut merupakan hasil dari kajian literatur. Variabel-variabel tersebut dapat dilihat dalam Tabel IV.1.

**TABEL IV.1
VARIABEL-VARIABEL YANG DIUJIKAN
DALAM KUESIONER**

No.	VARIABEL	SKALA PENILAIAN				
		STP	TP	B	P	SP
		1	2	3	4	5
K 1	Ketersediaan lahan termasuk luasannya					
K 2	Kondisi lahan yang relatif datar/tingkat kemiringan lahan yang relatif rendah					
K 3	Lahan yang bebas banjir					
K 4	Adanya jaringan jalan ke lokasi					
K 5	Tersedianya alat angkutan ke lokasi					
K 6	Lokasi lahan yang dekat dengan pemukiman penduduk					
K 7	Lokasi yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi (> 50)					
K 8	Ketersediaan sarana pembuangan limbah					
K 9	Kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat					

Sumber : Hasil Analisis, 2004

Interval nilai skala penilaian masing-masing variabel adalah 1 sampai dengan 5. Nilai 1 berarti sangat tidak berpengaruh, nilai 2 berarti tidak berpengaruh, nilai 3 berarti biasa, nilai 4 berarti berpengaruh dan nilai 5 berarti sangat berpengaruh. Nilai 3

merupakan nilai tengah dalam skala interval penilaian ini yang menentukan tingkat pengaruh suatu faktor. Suatu faktor apabila nilainya berada di atas nilai tengah maka hal itu berarti bahwa faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi dan sebaliknya, apabila nilai tersebut berada di bawah nilai tengah maka itu berarti bahwa faktor tersebut tidak mempengaruhi penentuan lokasi pasar di Kota Lahat.

Faktor-faktor yang telah tersaring dalam pengolahan metode ini nantinya akan dipakai untuk menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat dan mengisi hirarki pada level kriteria dalam Proses Hirarki Analitik (PHA).

4.1.1 Responden Konsumen

Faktor-faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat berdasarkan pendapat konsumen merupakan salah satu hal yang sangat menentukan bagi penempatan sebuah pasar dalam suatu lokasi. Hal-hal yang menjadi pengaruh utama dalam penentuan lokasi optimal sebuah pasar dapat diketahui berdasarkan pendapat dari konsumen. Pertimbangan ini menjadi penting karena konsumen sebagai pengguna pasar akan mempengaruhi perkembangan pasar selanjutnya.

Pendekatan yang diambil dalam menganalisis faktor lokasi penentu pasar ini adalah memberikan pertanyaan berbentuk kuesioner dengan penilaian dalam skala interval. Sasaran utama dari pendekatan ini adalah mengetahui pendapat konsumen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pasar di Kota Lahat.

Hasil perhitungan kuesioner responden pada tahap berikutnya dilakukan uji rata-rata (*means*) untuk mencari nilai rata-rata setiap faktor. Nilai rata-rata setiap faktor dihitung dari jumlah nilai total responden terhadap suatu faktor dibagi dengan jumlah responden. Hasil isian *means* dari setiap responden dapat dilihat pada Tabel IV.2.

TABEL IV. 2
HASIL ISIAN RATA-RATA SETIAP FAKTOR
RESPONDEN KONSUMEN

No.	Kriteria/Faktor	Total Jawaban	Rata-rata
K 1	Ketersediaan lahan termasuk luasannya	241	4.30
K 2	Kondisi lahan yang relatif datar/tingkat kemiringan lahan yang relatif rendah	200	3.57
K 3	Lahan yang bebas banjir	234	4.18
K 4	Adanya jaringan jalan ke lokasi	236	4.21
K 5	Tersedianya alat angkutan/transportasi ke lokasi	200	3.57
K 6	Lokasi lahan yang dekat dengan pemukiman penduduk	250	4.46
K 7	Lokasi yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi (> 50 jiwa/ha)	205	3.66
K 8	Ketersediaan sarana pembuangan limbah	197	3.52
K 9	Kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat	222	3.96

Sumber : Hasil Analisis , 2004

Hasil isian nilai rata-rata setiap pertanyaan yang dijawab oleh 56 responden konsumen tersebut diurutkan menurut besarnya rata-rata. Urutan tersebut menunjukkan tingkat pengaruh dari setiap faktor. Urutan nilai rata-rata setiap kriteria/faktor dapat dilihat pada Tabel IV.3.

TABEL IV.3
URUTAN NILAI RATA-RATA SETIAP FAKTOR
RESPONDEN KONSUMEN

No	Kriteria/Faktor	Rata-rata
1.	K6 Lokasi lahan yang dekat dengan pemukiman penduduk	4.46
2.	K1 Ketersediaan lahan termasuk luasannya	4.30
3.	K3 Adanya jaringan jalan ke lokasi	4.21
4.	K4 Lahan yang bebas banjir	4.18
5.	K9 Kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat	3.96
6.	K7 Lokasi yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi (> 50 jiwa/ha)	3.66
7.	K5 Tersedianya alat angkutan/transportasi ke lokasi	3.57
8.	K8 Kondisi lahan yang relatif datar/ tingkat kemiringan lahan yang relatif rendah	3.57
9.	K2 Ketersediaan sarana pembuangan limbah	3.52

Sumber : Hasil Analisis , 2004

Nilai tertinggi rata-rata jawaban responden adalah 4.46 sedangkan nilai terendah adalah 3.52. Hasil perhitungan yang didapat menunjukkan bahwa seluruh kriteria/faktor mempunyai nilai di atas nilai tengah. Asumsi yang menyatakan bahwa apabila nilai suatu faktor berada di atas nilai tengah maka faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi, maka dapat disimpulkan bahwa semua faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pasar di Kota Lahat berdasarkan pendapat konsumen. Besarnya tingkat pengaruh masing-masing faktor dapat dilihat dari urutan nilai rata-rata setiap kriteria dalam Tabel IV.3.

Faktor yang paling berpengaruh dalam penentuan lokasi pasar di Kota Lahat menurut pendapat konsumen berdasarkan urutan nilai rata-rata setiap kriteria adalah faktor lokasi pasar yang dekat dengan pemukiman penduduk. Beberapa konsumen berpendapat seperti hal tersebut di atas karena mereka berpandangan bahwa pasar merupakan tempat pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Mereka berkeyakinan bahwa lokasi pasar yang dekat dengan pemukiman penduduk akan mempermudah bagi konsumen untuk menjangkaunya.

4.1.1 Responden Pedagang

Keberadaan pedagang sebagai pengguna pasar seperti halnya konsumen, akan mempengaruhi perkembangan pasar. Faktor lokasi penentu pasar menurut pendapat pedagang merupakan salah satu hal yang sangat menentukan bagi penempatan sebuah pasar dalam suatu lokasi. Hal-hal yang menjadi pengaruh utama dalam pemilihan lokasi optimal suatu pasar dapat diketahui berdasarkan pendapat dari pedagang.

Hasil perhitungan kuesioner responden pedagang pada tahap selanjutnya dilakukan uji rata-rata (*means*) untuk mencari nilai rata-rata setiap faktor. Nilai rata-rata setiap faktor dihitung dari nilai total jawaban dibagi dengan jumlah responden dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel IV.4.

TABEL IV. 4
HASIL ISIAN RATA-RATA SETIAP FAKTOR
RESPONDEN PEDAGANG

No.	Kriteria/Faktor	Total Jawaban	Rata-rata
K 1	Ketersediaan lahan termasuk luasannya	203	3.90
K 2	Kondisi lahan yang relatif datar/ tingkat kemiringan lahan yang relatif rendah	179	3.44
K 3	Lahan yang bebas banjir	199	3.83
K 4	Adanya jaringan jalan ke lokasi	212	4.08
K 5	Tersedianya alat angkutan/transportasi ke lokasi	192	3.69
K 6	Lokasi lahan yang dekat dengan pemukiman penduduk	231	4.44
K 7	Lokasi yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi (> 50 jiwa/ha))	223	4.29
K 8	Ketersediaan sarana pembuangan limbah	181	3.48
K 9	Kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat	188	3.62

Sumber : Hasil Analisis, 2004

Hasil isian nilai rata-rata setiap pertanyaan yang dijawab oleh 52 responden pedagang tersebut diurutkan menurut besarnya rata-rata. Urutan tersebut menunjukkan tingkat pengaruh dari setiap faktor. Urutan nilai rata-rata setiap kriteria/faktor dapat dilihat pada Tabel IV.5.

TABEL IV.5
URUTAN NILAI RATA-RATA SETIAP FAKTOR
RESPONDEN PEDAGANG

No.	Kriteria/Faktor	Rata-rata
1.	K 6 Lokasi lahan yang dekat dengan pemukiman penduduk	4.44
2.	K 7 Lokasi yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi (> 50 jiwa/ha)	4.29
3.	K 4 Adanya jaringan jalan ke lokasi	4.08
4.	K 1 Ketersediaan lahan termasuk luasannya	3.90
5.	K 3 Lahan yang bebas banjir	3.83
6.	K 5 Tersedianya alat angkutan/transportasi ke lokasi	3.69
7.	K 9 Kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat	3.62
8.	K 8 Tersedianya sarana pembuangan limbah	3.48
9.	K 2 Kondisi lahan yang relatif datar/ tingkat kemiringan lahan yang relatif rendah	3.44

Sumber : Hasil Analisis, 2004

Nilai tertinggi dalam rata-rata jawaban responden adalah 4.44 sedangkan nilai terendah adalah 3.44. Hasil perhitungan yang didapat menunjukkan bahwa seluruh kriteria/faktor mempunyai nilai di atas nilai tengah. Asumsi yang menyatakan bahwa apabila nilai suatu faktor berada di atas nilai tengah maka faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi, maka dapat disimpulkan bahwa semua faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pasar di Kota Lahat berdasarkan pendapat pedagang. Besarnya tingkat pengaruh masing-masing faktor dapat dilihat dari urutan nilai rata-rata setiap kriteria dalam Tabel IV.3.

Faktor yang paling berpengaruh dalam penentuan lokasi pasar menurut pendapat responden pedagang berdasarkan urutan nilai rata-rata setiap kriteria adalah faktor lokasi yang dekat dengan pemukiman penduduk dan faktor lokasi yang mempunyai penduduk dengan jumlah relatif tinggi. Beberapa pedagang berpandangan bahwa semakin dekat dengan konsumen maka akan semakin banyak pula kegiatan jual beli yang terjadi.

4.1.2 Responden Pejabat Instansi Pemerintah

Pemerintah Kabupaten sebagai pelaksana pembangunan daerah mempunyai wewenang untuk menetapkan suatu kebijakan. Keputusan yang diambil dalam menetapkan suatu kebijakan terutama yang menyangkut kepentingan masyarakat secara langsung harus berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang matang.

Pengambilan keputusan dalam penentuan lokasi optimal suatu pasar harus mempertimbangkan pendapat dari pihak-pihak yang terkait dengan masalah penentuan lokasi pasar. Pihak-pihak tersebut adalah para pejabat instansi Pemerintah Kabupaten yang terkait dengan masalah penentuan lokasi pasar. Pertimbangan ini menjadi penting karena keputusan yang diambil akan mempengaruhi perkembangan pasar selanjutnya.

Hal-hal yang menjadi perhatian dalam proses penentuan lokasi optimal suatu pasar diantaranya adalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pasar. Hal-hal yang menjadi pengaruh utama dalam penentuan lokasi optimal suatu pasar dapat diketahui berdasarkan pendapat dari pihak pengguna pasar maupun Pemerintah Kabupaten.

Pendekatan yang diambil dalam menganalisis faktor lokasi penentu pasar ini adalah memberikan pertanyaan berbentuk kuesioner dalam skala interval. Sasaran utama dari pendekatan ini adalah mengetahui pendapat pejabat instansi pemerintah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pasar di Kota Lahat.

Hasil perhitungan kuesioner pada tahap selanjutnya dilakukan uji rata-rata (*means*) untuk mencari nilai rata-rata setiap faktor. Nilai rata-rata setiap faktor dihitung berdasarkan jumlah nilai total jawaban dibagi dengan jumlah responden. Hasil isian nilai rata-rata (*means*) dari setiap responden dapat dilihat pada Tabel IV.6.

TABEL IV.6
HASIL ISIAN RATA-RATA SETIAP FAKTOR
RESPONDEN PEJABAT INSTANSI PEMERINTAH

No.	Kriteria/Faktor	Total Jawaban	Rata-rata
K 1	Ketersediaan lahan termasuk luasannya	30	4.29
K 2	Kondisi lahan yang relatif datar/tingkat kemiringan lahan yang relatif rendah	26	3.71
K 3	Lahan yang bebas banjir	27	3.86
K 4	Adanya jaringan jalan ke lokasi	28	4.00
K 5	Tersedianya alat angkutan/transportasi ke lokasi	24	3.71
K 6	Lokasi lahan yang dekat dengan pemukiman penduduk	28	4.00
K 7	Lokasi yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi (> 50)	26	3.71
K 8	Tersedianya sarana pembuangan limbah	26	3.71
K 9	Kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat	31	4.43

Sumber : Hasil Analisis, 2004

Hasil isian rata-rata setiap pertanyaan yang dijawab oleh responden diurutkan menurut besarnya nilai rata-rata. Urutan tersebut menunjukkan tingkat pengaruh dari setiap faktor. Urutan nilai rata-rata setiap kriteria/faktor dapat dilihat pada Tabel IV.7.

TABEL IV.7
URUTAN NILAI RATA-RATA SETIAP FAKTOR
RESPONDEN PEJABAT INSTANSI PEMERINTAH

No.	Kriteria/Faktor	Rata-rata
1.	K 9 Kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat	4.43
2.	K 1 Ketersediaan lahan termasuk luasannya	4.29
3.	K 4 Adanya jaringan jalan ke lokasi	4.00
4.	K 6 Lokasi lahan yang dekat dengan pemukiman penduduk	4.00
5.	K 3 Lahan yang bebas banjir	3.86
6.	K 2 Kondisi lahan yang relatif datar/tingkat kemiringan lahan relatif rendah	3.71
7.	K 5 Tersedianya alat angkutan/transportasi ke lokasi	3.71
8.	K 7 Lokasi yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi (> 50 jiwa/ha)	3.71
9.	K 8 Ketersediaan sarana pembuangan limbah	3.71

Sumber : Hasil Analisis , 2004

Nilai tertinggi rata-rata jawaban responden adalah 4.43 sedangkan nilai terendah adalah 3.71. Hasil perhitungan yang didapat menunjukkan bahwa seluruh kriteria/faktor mempunyai nilai di atas nilai tengah. Asumsi yang menyatakan bahwa apabila nilai suatu faktor berada di atas nilai tengah maka faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi, maka berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semua faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pasar di Kota Lahat berdasarkan pendapat pejabat instansi pemerintah. Besarnya tingkat pengaruh masing-masing faktor dapat dilihat dari urutan nilai rata-rata setiap kriteria dalam Tabel IV.7. Faktor yang paling berpengaruh dalam penentuan lokasi pasar berdasarkan urutan nilai rata-rata setiap kriteria adalah faktor kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat.

4.1.3 Faktor Lokasi Penentu Pasar di Kota Lahat

Pendapat seluruh responden baik itu konsumen, pedagang maupun pejabat instansi pemerintah kemudian dirata-ratakan dan ditentukan nilai prioritasnya. Nilai rata-rata dan nilai prioritas kriteria tersebut dapat dilihat pada Tabel IV.8.

TABEL IV.8
RATA-RATA PENDAPAT RESPONDEN
TERHADAP FAKTOR LOKASI PENENTU PASAR

No.	Kriteria	Rata-Rata Pendapat Responden			Jumlah	Rata-Rata
		Konsumen	Pedagang	Pjt. Pemerintah		
K 1	Ketersediaan lahan	4.300	3.900	4.290	12.490	4.163
K 2	Topografi	3.570	3.440	3.710	10.720	3.573
K 3	Bebas banjir	4.180	3.830	3.860	11.870	3.957
K 4	Jaringan jalan	4.210	4.080	4.000	12.290	4.097
K 5	Alat transportasi	3.570	3.690	3.710	10.970	3.657
K 6	Dekat pemukiman	4.460	4.440	4.000	12.900	4.300
K 7	Jumlah penduduk	4.660	4.290	3.710	11.660	3.887
K 8	Sarana pembuangan limbah	3.660	4.290	3.710	10.710	3.570
K 9	Kesesuaian dengan RTRK	3.520	3.480	3.710	10.710	3.570
		3.960	3.620	4.430	12.010	4.003

Sumber : Hasil Analisis, 2004

TABEL IV.9
URUTAN NILAI RATA-RATA DAN PRIORITAS Kriteria
FAKTOR LOKASI PENENTU PASAR

No.	Kriteria	Rata-Rata	Prioritas
1.	K 6 Dekat pemukiman	4.300	0.1221
2.	K 1 Ketersediaan lahan	4.163	0.1183
3.	K 4 Jaringan jalan	4.097	0.1164
4.	K 9 Kesesuaian dengan RTRK	4.003	0.1137
5.	K 3 Bebas banjir	3.957	0.1124
6.	K 7 Jumlah penduduk	3.887	0.1104
7.	K 5 Alat transportasi	3.657	0.1039
8.	K 8 Topografi	3.573	0.1015
9.	K 2 Sarana pembuangan limbah	3.570	0.1014
	Jumlah	35.207	1

Sumber : Hasil Analisis, 2004

Nilai tertinggi dalam rata-rata jawaban responden adalah 4.300 sedangkan nilai terendah adalah 3.570. Hasil perhitungan yang didapat menunjukkan bahwa seluruh kriteria/faktor mempunyai nilai di atas nilai tengah. Asumsi yang menyatakan bahwa apabila nilai suatu faktor berada di atas nilai tengah maka faktor tersebut

merupakan faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pasar, maka berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semua faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi pasar di Kota Lahat.

Besarnya tingkat pengaruh masing-masing faktor dapat dilihat dari urutan nilai prioritas setiap kriteria dalam Tabel IV.9. Faktor-faktor tersebut merupakan faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat. Faktor-faktor itu akan dipakai dalam menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat dan mengisi hirarki pada level kriteria dalam proses hirarki analitik.

4.2 Alternatif Lokasi Pembangunan Pasar di Kota Lahat

Penggunaan lahan dalam pelaksanaannya diatur dalam suatu peraturan yang dibuat oleh pengambil keputusan di daerah dan dituangkan dalam bentuk Rencana Tata Ruang Kota (RTRK). Rencana Tata Ruang Kota (RTRK) harus dapat digunakan sebagai dasar bagi strategi pembangunan fisik kota dan dijabarkan lebih lanjut dengan materi yang lebih terperinci dalam Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK). RDTRK lebih bersifat operasional dan ditujukan untuk pengendalian dan pengawasan pelaksanaan pembangunan fisik kota, baik yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten, swasta maupun masyarakat.

Fasilitas perdagangan dan jasa sebagai salah satu fasilitas perkotaan sangat dibutuhkan oleh masyarakat di seluruh wilayah kota. Rencana penyebaran fasilitas perdagangan dan jasa di Kota Lahat perlu dilakukan sebagai usaha untuk mengarahkan pengembangan dan perencanaan kegiatan kota di sektor perdagangan dan jasa. Penyebaran fasilitas perdagangan dan jasa berlandaskan pada fungsi Kota Lahat yang terdistribusi ke dalam setiap Bagian Wilayah Kota (BWK).

Fungsi Kota Lahat yang terdistribusi ke dalam setiap Bagian Wilayah Kota (BWK), adalah sebagai berikut: BWK I, berfungsi sebagai pusat pelayanan perdagangan bagi seluruh Kota Lahat (lokal) dan wilayah yang lebih luas (regional), Stasiun Kereta Api Lahat serta kawasan perumahan. BWK II, berfungsi sebagai kawasan perumahan dan kawasan ruang terbuka hijau untuk areal pertanian dan lahan konservasi. BWK III, berfungsi sebagai pusat pergudangan PT. Kereta Api, terminal barang (kargo) dan pergudangan, terminal dalam kota (lokal), perindustrian dan kawasan perumahan. BWK IV, berfungsi sebagai pusat pemerintahan Kecamatan Lahat, pusat pelayanan perdagangan lokal, pusat pendidikan tinggi, pusat kesenian, kebudayaan dan peribadatan bagi ibukota Kabupaten, terminal regional dan lokal, kawasan perumahan dan kawasan terbuka hijau untuk areal pertanian dan lahan konservasi. BWK V, berfungsi sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Lahat dan perkantoran pemerintah, pusat pelayanan perdagangan regional dan pelayanan perdagangan lokal, pemusatan kegiatan olah raga dan rekreasi, kawasan perumahan dan kawasan terbuka hijau untuk kegiatan pertanian maupun untuk lahan konservasi. BWK VI, berfungsi sebagai areal perumahan yang terbatas perkembangannya dan kawasan ruang terbuka hijau untuk lahan pertanian maupun untuk kawasan konservasi/lindung. Rencana penyebaran fasilitas perdagangan dan jasa di Kota Lahat yang berlandaskan pada RDTRK dan fungsi kota yang terdistribusi ke dalam masing-masing BWK menjadi salah satu dasar dalam penentuan alternatif lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat. Penyebaran fasilitas perdagangan dan jasa di Kota Lahat berdasarkan RDTRK direncanakan di kawasan BWK I, BWK IV dan BWK V.

Pertimbangan dasar dalam pemilihan lokasi antara lain berupa luasan lahan yang tersedia, sarana transportasi (Miles, 1999), kedekatan terhadap pangsa pasar (perumahan atau pemukiman) serta perkembangan kota di masa yang akan datang

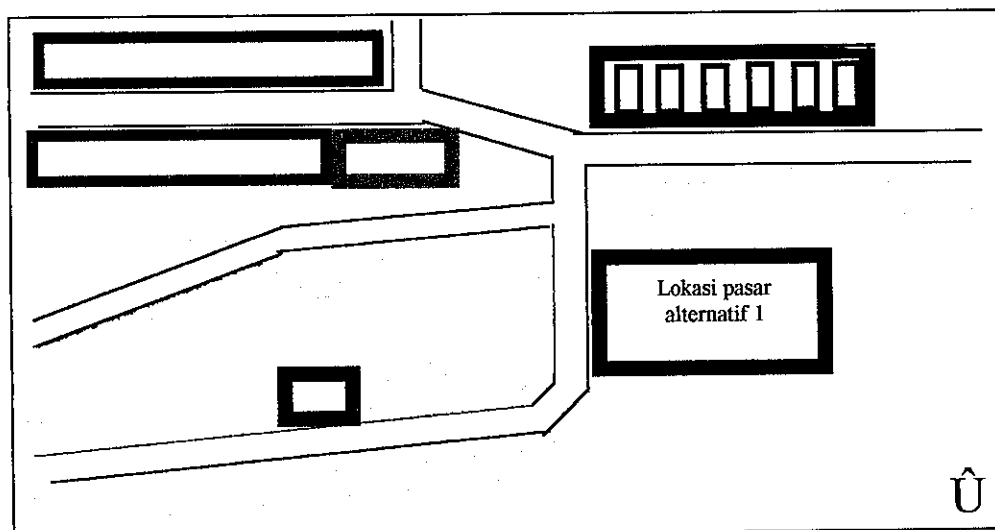
(Chiara & Koppelman, 1997). Historis lokasi seperti tanah adat, tanah warisan, tanah pemerintah serta lokasi yang ditunjuk atau ditentukan oleh pemerintah dengan alasan strategis maupun kepentingan perencanaan juga menjadi dasar pertimbangan dalam mengamati karakteristik lokasi.

Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 378/KPTS/1987 tentang Pengesahan 33 Standar Konstruksi Bangunan Indonesia, menyatakan bahwa lahan yang diperlukan bagi pembangunan pasar dengan skala pelayanan minimum penduduk pendukung sebanyak 30.000 jiwa adalah seluas 13.500 m². Luas lahan yang tersedia menjadi salah satu dasar dalam penentuan alternatif lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan pada peraturan tersebut.

Komponen-komponen kota yang membentuk fungsi dari kota memerlukan pengaturan untuk mencapai daya guna dan hasil guna yang optimal. Pengaturan tersebut dapat dilakukan dengan pengelompokan beberapa kegiatan dengan karakteristik yang sama atau hampir sama. Keterkaitan hubungan antar komponen kegiatan kota dapat dilihat dalam matrik hubungan antar kegiatan perkotaan. Komponen kegiatan perkotaan di Kota Lahat yang mempunyai hubungan yang relatif kuat dengan kegiatan pedagang adalah kegiatan jasa, transportasi lokal dan perumahan/perumahan. Keterkaitan hubungan antar komponen kegiatan kota tersebut menjadi salah satu dasar dalam penentuan alternatif lokasi pilihan.

Analisis terhadap karakteristik lokasi rencana perlu dilakukan dalam penentuan alternatif lokasi pembangunan pasar. Karakteristik lokasi tersebut meliputi luasan lahan, status kepemilikan tanah, ketersediaan jaringan transportasi dan perumahan/perumahan. Penyebaran fasilitas perdagangan berdasarkan RDTRK Lahat ditempatkan di BWK I (Kelurahan Kota Jaya), BWK IV (Kelurahan Kota Baru) dan BWK V (Kelurahan Bandar Agung).

Lokasi pasar alternatif pertama terletak di Kelurahan Kota Jaya. Kelurahan Kota Jaya berada tidak terlalu jauh dari pusat kota. Lokasi yang dipilih terletak pada lahan yang mempunyai luas $\pm 22.300 \text{ m}^2$. Lahan tersebut merupakan lahan milik Pemerintah Kabupaten yang sementara dimanfaatkan sebagai tempat berkebun masyarakat sekitar. Lokasi lahan berada dekat dengan permukiman dan Kantor Kelurahan Kota Jaya dan untuk aksesibilitas tersedia jaringan jalan yang menghubungkan Kelurahan Kota Jaya dengan pusat kota secara langsung. Denah lokasi dapat dilihat dalam Gambar 4.1.



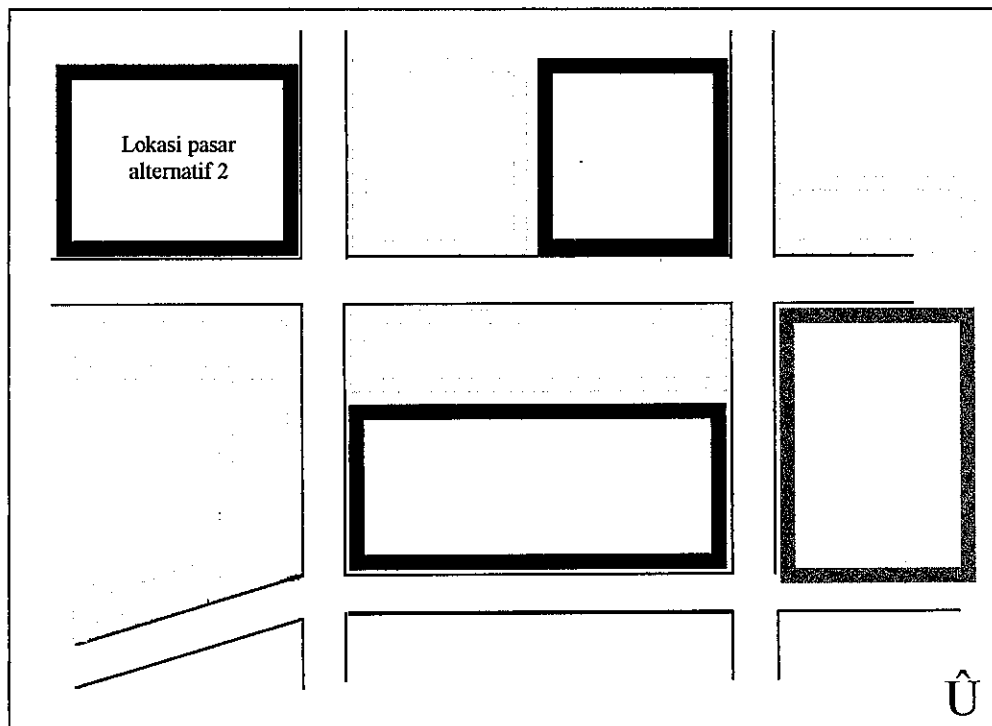
Sumber : Hasil Observasi, 2004

	Permukiman		Kantor Kelurahan Kota Jaya
	Alternatif Lokasi Pasar		Pertokoan dan Jasa
	Pasar Serele		Penjara (Lembaga Pemasarakatan)

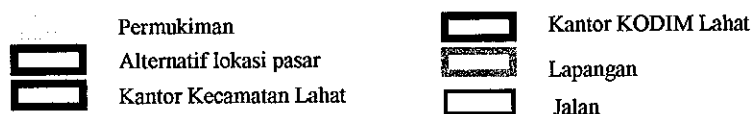
GAMBAR 4.1
DENAH LOKASI PASAR ALTERNATIF 1

Lokasi alternatif kedua terletak di Kelurahan Kota Baru. Pusat pemerintahan Kecamatan Lahat terletak di Kelurahan Kota Baru. Lokasi yang dipilih terletak pada lahan yang memiliki luas $\pm 23.500 \text{ m}^2$. Lahan tersebut merupakan lahan milik pemerintah yang berada tidak terlalu jauh dari kantor Kecamatan Lahat. Lokasi lahan berada dekat dengan pemukiman penduduk Kelurahan Kota Baru serta tidak terlalu

jauh dari Kelurahan Talang Jawa dan ada jaringan jalan yang menghubungkan lokasi tersebut dengan daerah sekitarnya. Denah lokasi pasar alternatif kedua dapat dilihat dalam Gambar 4.2.

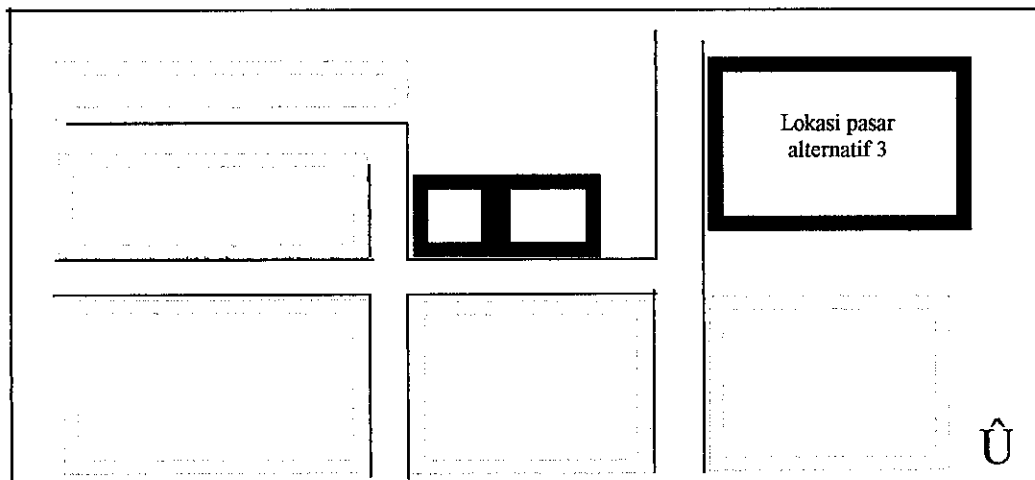


Sumber : Hasil Observasi, 2004



GAMBAR 4.2
DENAH LOKASI PASAR ALTERNATIF 2

Lokasi alternatif ketiga terletak di Kelurahan Bandar Agung. Pusat Pemerintahan Kabupaten berada di Kelurahan Bandar Agung. Lokasi yang dipilih adalah lahan yang memiliki luas $\pm 24.000 \text{ m}^2$. Lahan tersebut merupakan lahan milik pemerintah yang berada di sekitar Perumnas Bandar Jaya dan ada jaringan jalan yang menghubungkan lokasi tersebut dengan daerah sekitarnya. Denah lokasi pasar alternatif ketiga dapat dilihat dalam Gambar 4.3.



Sumber : Hasil Observasi, 2004



GAMBAR 4.3
DENAH LOKASI PASAR ALTERNATIF 3

Alternatif-alternatif lokasi sebagai unit analisis selanjutnya yang didapatkan dari hasil Analisis Deskriptif terhadap Rencana Detail Tata Ruang Kota Lahat dan hasil pengamatan langsung terhadap calon alternatif lokasi adalah sebagai berikut:

1. Kawasan sekitar permukiman di Kelurahan Kota Jaya berupa lahan milik Pemerintah Kabupaten yang belum termanfaatkan secara optimal.
2. Kawasan sekitar permukiman di Kelurahan Kota Baru berupa lahan milik Pemerintah Kabupaten yang berada di dekat Kantor Kecamatan Lahat.
3. Kawasan sekitar permukiman (Perumnas) di Kelurahan Bandar Agung berupa lahan milik Pemerintah Kabupaten.

Lokasi-lokasi tersebut menjadi pilihan alternatif lokasi bagi responden untuk dipilih sesuai dengan pengetahuan, pengalaman dan intuisi masing-masing dalam kuesioner Proses Hirarki Analitik (PHA) dalam bentuk matrik berpasangan. Alternatif lokasi tersebut dapat dilihat dalam Gambar 4.4.

4.3 Analisis Lokasi Optimal Pasar di Kota Lahat

Lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat merupakan lokasi terbaik bagi penempatan pasar yang baru di Kota Lahat. Proses Hirarki Analitik (PHA) digunakan untuk menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat. Lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat didapatkan dari hasil analisis terhadap alternatif-alternatif lokasi yang ada. Urutan prioritas merupakan urutan tingkat keoptimalan suatu lokasi.

Proses Hirarki Analitik (PHA) ini didasarkan pada kriteria-kriteria yang didapat dari hasil analisis sebelumnya. Kriteria-kriteria tersebut merupakan faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat.

Proses Hirarki Analitik (PHA) dalam penelitian ini terdiri dari tiga level hirarki, yaitu tujuan, kriteria dan alternatif lokasi. Level-level tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Level I (Tujuan)

Tujuan penelitian ini adalah menentukan lokasi optimal pembangunan pasar tradisional di Kota Lahat berdasarkan faktor lokasi penentu pasar.

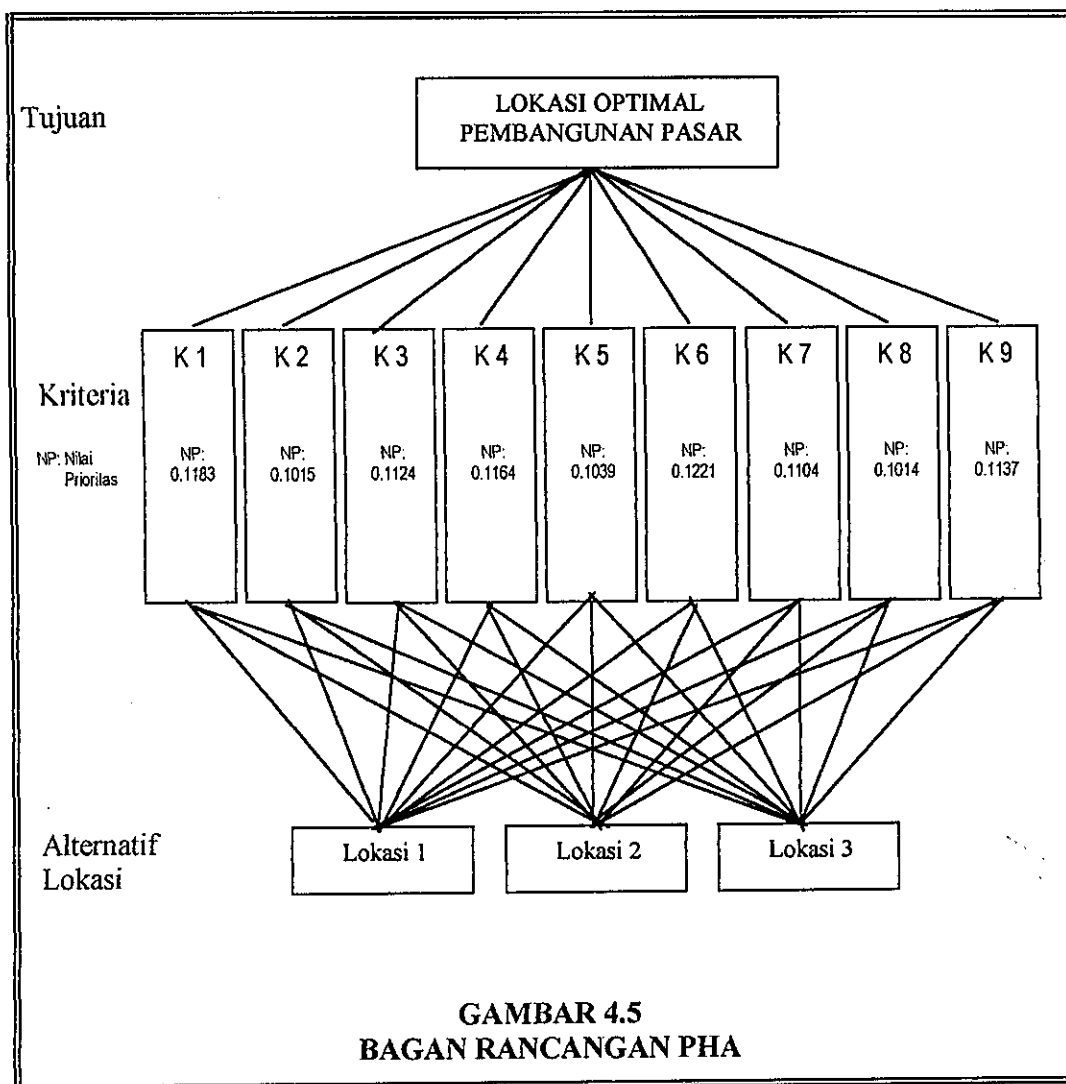
b. Level II (Kriteria)

Kriteria yang dipergunakan terdiri dari beberapa kriteria yang merupakan faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat. Kriteria-kriteria tersebut adalah lokasi lahan yang dekat dengan pemukiman penduduk, ketersediaan lahan termasuk luasannya, adanya jaringan jalan ke lokasi, kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat, lahan yang bebas banjir, lokasi yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi (>50 jiwa/ha), tersedianya alat angkutan/transportasi ke lokasi, ketersediaan sarana pembuangan limbah dan kondisi lahan yang relatif datar/tingkat kemiringan lahan yang relatif rendah.

c. Level III (penentuan alternatif)

Level ini merupakan level penentuan alternatif lokasi optimal pembangunan pasar berdasarkan hasil Analisa Deskriptif terhadap RTRK.

Bagan rancangan Proses Hirarki Analytik dapat dilihat pada Gambar 4.5.



Sumber : Hasil Analisis, 2004

Masing-masing lokasi akan diperbandingkan berdasarkan tingkat kepentingannya dalam kriteria yang ada pada proses penentuan prioritas terhadap alternatif lokasi. Prioritas alternatif ditentukan dengan membandingkan masing-masing alternatif yang diberi bobot dari skala terendah hingga tertinggi yaitu dari 1 sampai 9.

Penetapan skala kuantitatif menurut Saaty (1993) dilakukan untuk menilai perbandingan tingkat kepentingan suatu elemen terhadap elemen lain.

Lokasi-lokasi yang diperbandingkan adalah alternatif lokasi yang didapat dari hasil analisis sebelumnya, yaitu:

1. Kawasan sekitar permukiman di Kelurahan Kota Jaya berupa lahan milik Pemerintah Kabupaten yang belum termanfaatkan secara optimal.
2. Kawasan di Kelurahan Kota Baru berupa lahan milik Pemerintah Kabupaten yang berada di dekat Kantor Kecamatan Lahat.
3. Kawasan sekitar perumahan di Kelurahan Bandar Agung berupa lahan milik Pemerintah Kabupaten.

Penilaian antar lokasi dalam suatu kriteria diberikan dengan membandingkan antar lokasi dalam suatu kriteria dengan cara memberi nilai kebalikan (resiprokal). Nilai kebalikan tersebut misalnya perbandingan antara lokasi 1 dan 2 di mana responden memberikan nilai 3 terhadap lokasi 1, maka nilai untuk lokasi 2 terhadap lokasi 1 adalah 0.333.

Setiap matrik *pairwise comparison* kemudian dicari vektor prioritasnya. Vektor prioritas diperoleh dengan cara menjumlahkan nilai-nilai bobot dalam masing-masing kolom. Jumlah tersebut menjadi pembagi masing-masing elemen. Jumlah baris masing-masing elemen dibagi dengan jumlah alternatif lokasi (3), hasil yang didapat merupakan bobot/*eigenvector* nilai prioritas. *Eigen value* merupakan hasil bagi antara jumlah elemen yang berkesesuaian dengan matrik kolom baru dengan *eigenvector*. Nilai value terbesar (λ maks) diperoleh dari penjumlahan *eigen value* dibagi dengan jumlah n (3).

Pengukuran penyimpangan dari konsistensi dinyatakan dengan indeks konsistensi (CI). Perbandingan antara indeks konsistensi (CI) dengan indeks random

(RI) untuk suatu matrik didefinisikan sebagai rasio konsistensi (CR). Nilai indeks random (RI) dengan jumlah item atau n sebanyak 3 buah adalah sebesar 0.58. Matrik perbandingan dalam Proses Hirarki Analitik dapat diterima jika rasio konsistensinya tidak lebih dari 0.1 atau sama dengan 0.1.

4.3.1 Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Lokasi

Pendekatan yang diambil dalam menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar ini adalah memberikan pertanyaan berbentuk kuesioner. Hasil dari kuesioner tersebut menjadi dasar dalam melakukan perhitungan perbandingan berpasangan antar alternatif lokasi dalam PHA.

Perbandingan berpasangan antar alternatif lokasi dilakukan dengan membandingkan masing-masing alternatif lokasi dalam setiap kriteria. Perhitungan penilaian perbandingan berpasangan antar lokasi dalam suatu kriteria dicontohkan dalam Tabel IV.10, IV.11 dan IV.12 tentang penilaian antar lokasi berdasarkan kriteria lokasi lahan yang dekat pemukiman penduduk.

TABEL IV.10
PERBANDINGAN ANTAR LOKASI DALAM KRITERIA LOKASI LAHAN
YANG DEKAT DENGAN PEMUKIMAN PENDUDUK RESPONDEN KONSUMEN

R-1	Lokasi 1	Lokasi 2	Lokasi 3	Jml Baris	Nilai Prioritas
Lokasi 1	1.000	3.000	1.000	1.28584	0.443
Lokasi 2	0.333	1.000	0.500	0.42833	0.170
Lokasi 3	1.000	2.000	1.000	1.28584	0.387
Jumlah	2.333	7.000	2.333		

Sumber : Hasil Analisis, 2004

Perhitungan Konsistensi

R-1	Lokasi 1	Lokasi 2	Lokasi 3	x	Jumlah	
Lokasi 1	1.000	3.000	1.000		0.443	1.33960
Lokasi 2	0.333	1.000	0.500		0.170	0.51094
Lokasi 3	1.000	2.000	1.000		0.387	1.16980
Jumlah	2.333	7.000	2.333			

Sumber : Hasil Analisis, 2004

$$1.33960 : 0.443 = 3.02475$$

$$0.51094 : 0.170 = 3.00906$$

$$1.16800 : 0.387 = 3.02024$$

$$\lambda \text{ maks} = (3.02475 + 3.00906 + 3.02024) : 3 = 9.05405 : 3 = 3.01802$$

$$CI = (\lambda \text{ maks} - n) / (n-1) = 0.00901$$

Nilai CI < 0.1, berarti konsisten

CR = CI/RI
 RI = 0.58
 CR = 0.01553
 Nilai CR < 0.1, berarti konsisten

TABEL IV.11
PERBANDINGAN ANTAR LOKASI DALAM KRITERIA LOKASI LAHAN YANG DEKAT DENGAN PEMUKIMAN PENDUDUK RESPONDEN PEDAGANG

R-1	Lokasi 1	Lokasi 2	Lokasi 3	Jml Baris	Nilai Prioritas
Lokasi 1	1.000	3.000	2.000	1.61698	0.539
Lokasi 2	0.333	1.000	0.500	0.49119	0.164
Lokasi 3	0.500	2.000	1.000	0.89182	0.297
Jumlah	1.833	6.000	3.500		

Sumber : Hasil Analisis, 2004

Perhitungan Konsistensi

R-1	Lokasi 1	Lokasi 2	Lokasi 3	x	Jumlah	
Lokasi 1	1.000	3.000	2.000		0.539	1.62500
Lokasi 2	0.333	1.000	0.500		0.164	0.49199
Lokasi 3	0.500	2.000	1.000		0.297	0.89450
Jumlah	1.833	6.000	3.500			

Sumber : Hasil Analisis, 2004

$$1.62500 : 0.539 = 3.01484$$

$$0.49199 : 0.164 = 2.99992$$

$$0.89450 : 0.297 = 3.01178$$

$$\lambda \text{ maks} = (3.01484 + 2.99992 + 3.01178) : 3 = 9.02655 : 3 = 3.00885$$

$$CI = (\lambda \text{ maks} - n) / (n-1) = 0.00442$$

Nilai CI < 0.1, berarti konsisten

$$CR = CI/RI$$

$$RI = 0.58$$

$$CR = 0.00763$$

Nilai CR < 0.1, berarti konsisten

TABEL IV.12
PERBANDINGAN ANTAR LOKASI DALAM KRITERIA LOKASI LAHAN YANG DEKAT DENGAN PEMUKIMAN PENDUDUK RESPONDEN PEJABAT PEMERINTAH

R-4	Lokasi 1	Lokasi 2	Lokasi 3	Jml Baris	Nilai Prioritas
Lokasi 1	1.000	2.000	0.500	0.892	0.297
Lokasi 2	0.500	1.000	0.333	0.491	0.164
Lokasi 3	2.000	3.000	1.000	1.617	0.539
Jumlah	3.500	6.000	1.833		

Sumber : Hasil Analisis, 2004

Perhitungan Konsistensi

R-4	Lokasi 1	Lokasi 2	Lokasi 3	x	Jumlah	
Lokasi 1	1.000	2.000	0.500		0.297	0.89450
Lokasi 2	0.500	1.000	0.333		0.164	0.49199
Lokasi 3	2.000	3.000	1.000		0.539	1.62500
Jumlah	3.500	6.000	1.833			

Sumber : Hasil Analisis, 2004

$$\lambda \text{ maks} = (3.01178 + 2.99992 + 3.01484) : 3 = 9.02655 : 3 = 3.00885$$

$$CI = (\lambda \text{ maks} - n) / (n-1) = 0.00442$$

Nilai CI < 0.1. berarti konsisten
 CR = CI/RI
 RI = 0.58
 CR = 0.00763
 Nilai CR < 0.1, berarti konsisten

Perhitungan penilaian antar lokasi terhadap masing-masing kriteria pada setiap responden dapat dilakukan dengan langkah yang sama, sehingga diperoleh sintesis perbandingan antar lokasi terhadap semua kriteria yang dipakai. Perbandingan antar lokasi menurut kriteria dapat dilihat pada Tabel IV.13, IV.14 dan Tabel IV.15.

TABEL IV.13
PERBANDINGAN ANTAR LOKASI MENURUT KRITERIA
RESPONDEN KONSUMEN

	K 6	K 1	K 4	K 9	K 3	K 7	K 8	K 5	K 2
Lokasi 1	0.352	0.334	0.340	0.323	0.333	0.355	0.329	0.348	0.333
Lokasi 2	0.293	0.321	0.322	0.341	0.335	0.300	0.333	0.298	0.316
Lokasi 3	0.355	0.345	0.338	0.336	0.332	0.345	0.338	0.354	0.350

Sumber : Hasil Analisis, 2004

TABEL IV.14
PERBANDINGAN ANTAR LOKASI MENURUT KRITERIA
RESPONDEN PEDAGANG

	K 6	K 1	K 4	K 9	K 3	K 7	K 8	K 5	K 2
Lokasi 1	0.341	0.341	0.346	0.329	0.331	0.348	0.327	0.351	0.332
Lokasi 2	0.316	0.316	0.312	0.336	0.336	0.306	0.331	0.303	0.313
Lokasi 3	0.343	0.343	0.342	0.335	0.332	0.346	0.342	0.347	0.356

Sumber : Hasil Analisis, 2004

TABEL IV.15
PERBANDINGAN ANTAR LOKASI MENURUT KRITERIA
RESPONDEN PEJABAT PEMERINTAH

	K 6	K 1	K 4	K 9	K 3	K 7	K 8	K 5	K 2
Lokasi 1									
Lokasi 2									
Lokasi 3									

Sumber : Hasil Analisis, 2004

4.3.2 Lokasi Optimal Pembangunan Pasar di Kota Lahat

Lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat didapat dari hasil analisis terhadap alternatif yang ada. Prioritas alternatif ditentukan dari 3 alternatif lokasi

berdasarkan bobot nilai prioritas yang diperoleh. Prioritas pertama alternatif lokasi optimal pembangunan pasar adalah alternatif yang mempunyai nilai tertinggi. Urutan prioritas merupakan urutan tingkat keoptimalan suatu lokasi. Prioritas alternatif didapatkan dari hasil perkalian matrik antar alternatif menurut kriteria dengan prioritas kriteria. Perkalian antar alternatif menurut kriteria dengan prioritas kriteria responden konsumen, pedagang dan pejabat instansi pemerintah adalah sebagai berikut:

1. Responden konsumen

Alternatif menurut kriteria										Kriteria	Prioritas	
	K 6	K 1	K 4	K 9	K 3	K 7	K 8	K 5	K 2			
Lokasi 1	0.352	0.334	0.340	0.323	0.333	0.355	0.329	0.348	0.333	X	=	$\begin{bmatrix} 0.339 \\ 0.317 \\ 0.344 \end{bmatrix}$
Lokasi 2	0.293	0.321	0.322	0.341	0.335	0.300	0.333	0.298	0.316			
Lokasi 3	0.355	0.345	0.338	0.336	0.332	0.345	0.338	0.354	0.350			
												$\begin{bmatrix} 0.1183 \\ 0.1015 \\ 0.1124 \\ 0.1164 \\ 0.1039 \\ 0.1221 \\ 0.1104 \\ 0.1014 \\ 0.1137 \end{bmatrix}$

2. Responden pedagang

Alternatif menurut kriteria										Kriteria	Prioritas	
	K 6	K 1	K 4	K 9	K 3	K 7	K 8	K 5	K 2			
Lokasi 1	0.341	0.341	0.346	0.329	0.331	0.348	0.327	0.351	0.332	X	=	$\begin{bmatrix} 0.338 \\ 0.319 \\ 0.342 \end{bmatrix}$
Lokasi 2	0.316	0.316	0.312	0.336	0.336	0.306	0.331	0.303	0.313			
Lokasi 3	0.343	0.343	0.342	0.335	0.332	0.346	0.342	0.347	0.356			
												$\begin{bmatrix} 0.1183 \\ 0.1015 \\ 0.1124 \\ 0.1164 \\ 0.1039 \\ 0.1221 \\ 0.1104 \\ 0.1014 \\ 0.1137 \end{bmatrix}$

3. Responden pejabat instansi pemerintah

Alternatif menurut kriteria										Kriteria	Prioritas	
	K 6	K 1	K 4	K 9	K 3	K 7	K 8	K 5	K 2			
Lokasi 1	0.409	0.352	0.375	0.363	0.360	0.361	0.360	0.358	0.364	X	=	$\begin{bmatrix} 0.367 \\ 0.262 \\ 0.370 \end{bmatrix}$
Lokasi 2	0.171	0.309	0.247	0.257	0.288	0.274	0.289	0.266	0.270			
Lokasi 3	0.420	0.338	0.378	0.380	0.352	0.365	0.351	0.376	0.365			
												$\begin{bmatrix} 0.118 \\ 0.102 \\ 0.112 \\ 0.116 \\ 0.104 \\ 0.122 \\ 0.110 \\ 0.101 \\ 0.114 \end{bmatrix}$

Nilai prioritas alternatif dari masing-masing responden dapat diketahui berdasarkan hasil perkalian matrik. Nilai prioritas tersebut kemudian diurutkan berdasarkan nilai yang tertinggi. Urutan nilai prioritas masing-masing responden adalah sebagai berikut:

1. Responden konsumen:

1. Lokasi 3 dengan bobot prioritas : 0.344
2. Lokasi 1 dengan bobot prioritas : 0.339
3. Lokasi 2 dengan bobot prioritas : 0.317

2. Responden pedagang:

1. Lokasi 3 dengan bobot prioritas : 0.342
2. Lokasi 1 dengan bobot prioritas : 0.338
3. Lokasi 2 dengan bobot prioritas : 0.319

3. Responden pejabat instansi pemerintah:

1. Lokasi 3 dengan bobot prioritas : 0.370
2. Lokasi 1 dengan bobot prioritas : 0.367
3. Lokasi 2 dengan bobot prioritas : 0.262

Prioritas lokasi yang telah diperoleh di atas merupakan prioritas yang didasarkan pada kondisi saat ini. Hasil penelitian lain mungkin memiliki hasil yang berbeda. Hal tersebut dimungkinkan karena penilaian yang diberikan oleh para responden dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman dan intuisi masing-masing responden.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Penataan ruang merupakan aktivitas yang dilakukan atas ruang di atas tanah oleh karena itu tidak terlepas dari proses pemanfaatan lahan. Chapin dan Kaiser (1979) mengemukakan bahwa penggunaan lahan terkait erat dengan sistem aktivitas antar manusia sampai dengan kelembagaan yaitu individu, rumah tangga, perusahaan serta institusi pemerintah. Masing-masing pihak mempunyai kepentingan yang berbeda.

Individu dan rumah tangga dalam memanfaatkan lahan kota secara optimal dipengaruhi oleh faktor sosial ekonomi yang berorientasi pada proses pemenuhan kebutuhan pribadi. Perusahaan dalam hal ini swasta dalam memanfaatkan lahan kota biasanya dipengaruhi oleh orientasi pada keuntungan. Institusi pemerintah sebaliknya, memanfaatkan lahan kota secara optimal karena berorientasi pada pelayanan umum dengan tujuan untuk pengembangan manusia.

Penggunaan lahan dalam pelaksanaannya kota dalam pelaksanaannya diatur dalam suatu peraturan yang dibuat oleh pengambil keputusan di daerah dan dituangkan dalam bentuk Rencana Tata Ruang Kota (RTRK). Rencana Tata Ruang Kota harus dapat digunakan sebagai dasar bagi strategi pembangunan fisik kota dan dijabarkan lebih lanjut dengan materi yang lebih terperinci dalam Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK). RDTRK lebih bersifat operasional dan ditujukan untuk pengendalian dan pengawasan pelaksanaan pembangunan fisik kota, baik yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten, swasta maupun masyarakat.

Pembangunan pasar merupakan salah satu jenis penggunaan lahan kota yang mempunyai daya tarik yang cukup besar bagi masyarakat, karena erat kaitannya dengan proses pemenuhan kebutuhan harian mereka. Pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi sehingga proses jual beli terbentuk. Penentuan lokasi pembangunan pasar merupakan proses yang sangat penting sebagai bentuk pengambilan keputusan strategis pemanfaatan ruang dan pemenuhan kebutuhan masyarakat oleh Pemerintah Kabupaten.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat. Lokasi optimal tersebut dianalisis berdasarkan faktor lokasi penentu pasar. Prioritas lokasi sebagai lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat ditentukan dari tiga alternatif lokasi yang ada.

Hasil analisis terhadap faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat menunjukkan bahwa terdapat sembilan faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat, yaitu faktor lokasi dekat dengan pemukiman penduduk, ketersediaan lahan termasuk luasannya, jaringan jalan ke lokasi, kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat, bebas banjir, kepadatan penduduk, ketersediaan alat angkutan/transportasi, topografi dengan tingkat kemiringan rendah serta ketersediaan sarana pembuangan limbah. Faktor-faktor tersebut perlu dipertimbangkan dalam penentuan lokasi pasar di Kota Lahat.

Faktor-faktor lokasi tersebut merupakan faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi pasar sebagaimana yang dikemukakan Miles bahwa faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi pasar (pusat perbelanjaan) antara lain adalah zoning, kondisi fisik lahan, utilitas dan transportasi. Chiara dan Koppelman sejalan dengan hal tersebut mengemukakan bahwa kriteria dalam menentukan lokasi pasar antara lain adalah kedekatan terhadap konsumen, perumahan/pemukiman penduduk, peraturan setempat serta pertumbuhan kota di masa yang akan datang.

Faktor lokasi yang dekat dengan pemukiman penduduk berdasarkan hasil analisis merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam penentuan lokasi pasar di Kota Lahat. David Dewar dan Vanesa (1990) terhadap hal ini berpendapat bahwa faktor yang mempengaruhi lokasi sebuah pasar antara lain adalah *location of consumers* (lokasi yang dekat dengan pembeli/pengguna pasar). Tujuan pembangunan pasar adalah untuk melayani kebutuhan konsumen kota semudah/sedekat mungkin. Lokasi pasar sebaiknya mudah dijangkau oleh konsumen pasar.

Konsumen sebagai salah satu pengguna pasar secara langsung mempunyai pengaruh dalam penentuan lokasi pasar. Jumlah penduduk yang berada dalam suatu daerah permukiman menurut Djojodipuro (1992) sangat berpengaruh dalam penentuan lokasi kegiatan. Pasar yang *market range*-nya berada pada pemukiman yang padat

merupakan lokasi yang paling baik. Penduduk Kota Lahat yang berjumlah 112.960 jiwa (BPS, Tahun 2002) merupakan konsumen yang potensial bagi pelayanan pasar. Penduduk tersebut tersebar di setiap permukiman yang ada di Kota Lahat. Peta sebaran permukiman di Kota Lahat dapat dilihat dalam Gambar 4.6.

Pasar yang dekat dengan permukiman penduduk akan mempersingkat jangkauan pasar (*market range*) pasar tersebut. *Market range* menurut Christaller adalah jarak di mana seseorang bersedia untuk mengadakan perjalanan dalam mencapai fasilitas/sarana yang diperlukannya (Daldjoeni, 1997). *Market range* terbagi atas *inner limit* yang membatasi wilayah yang didiami oleh *population threshold* dan *outer limit* yang merupakan suatu garis yang membatasi *range of service*. Wilayah yang jauh dari *market range* akan memiliki jangkauan pelayanan yang semakin jauh dari pusat pelayanan. Batas pelayanan pasar (terendah atau tertinggi) tergantung pada ambang permintaan (*demand threshold*) berupa jumlah penduduk minimum yang dilayani serta lingkup permintaan (*demand range*) berupa luasan jangkauan pasar.

Alternatif lokasi pasar dalam analisis ini merupakan lokasi-lokasi yang dekat dengan permukiman penduduk. Alternatif lokasi pasar tersebut berada pada lokasi yang berbeda sehingga masing-masing lokasi mempunyai *market range* yang berbeda-beda. Alternatif lokasi pasar yang mudah dijangkau dari permukiman penduduk akan mempersingkat *market range* pasar tersebut sehingga dapat meningkatkan kemampuan pelayanan pasar. Lokasi yang mempunyai jangkauan pasar (*market range*) pada daerah permukiman yang lebih luas merupakan lokasi yang paling baik untuk pembangunan pasar di Kota Lahat. Jangkauan pasar (*market range*) masing-masing lokasi dengan luas jangkauan yang sama dapat dilihat pada Gambar 4.7. Pelayanan pasar akan optimal jika salah satu pasar memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dengan tingkat/orde pelayanan yang lebih tinggi daripada pasar yang lainnya.

Lokasi optimal merupakan lokasi terbaik bagi penempatan pembangunan pasar di Kota Lahat. Lokasi optimal ditentukan berdasarkan urutan prioritas alternatif lokasi yang didapatkan melalui analisis. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari tiga alternatif lokasi, alternatif lokasi yang ketiga mendapatkan nilai prioritas yang tertinggi.

Nilai prioritas didapatkan dari perbandingan antara alternatif lokasi terhadap kriteria faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat. Hasil analisis menunjukkan nilai prioritas masing-masing lokasi yang berbeda satu dengan yang lain, sehingga lokasi yang dianalisis dapat diurutkan berdasarkan nilai prioritas yang didapat.

Urutan prioritas lokasi pasar menurut pendapat responden berdasarkan hasil Proses Hirarki Analitik adalah sebagai berikut:

- Lokasi 3 : di Kelurahan Bandar Agung.
- Lokasi 1 : di Kelurahan Kota Jaya.
- Lokasi 2 : di Kelurahan Kota Baru.

Perbedaan nilai prioritas terjadi karena setiap responden menjawab berdasarkan pengetahuannya terhadap karakteristik dari masing-masing lokasi. Urutan nilai prioritas menunjukkan tingkat keoptimalan lokasi sebagai lokasi pasar di Kota Lahat. Hasil perhitungan analisis menunjukkan nilai prioritas antara lokasi pertama dan lokasi ketiga tidak terlalu jauh berbeda. Hal ini terjadi karena lokasi pertama dan ketiga sama-sama memiliki karakteristik yang kuat sebagai lokasi pasar.

Keberadaan lokasi pertama yang berada di dekat pusat kota, menjadikannya memiliki karakteristik yang berbeda dengan lokasi lain, sehingga hal ini menjadi salah satu pertimbangan responden. David Dewar dan Vanesa W (1990) terhadap hal ini berpendapat bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi lokasi pasar adalah *location of generator of population movement* (lokasi yang bisa menimbulkan pergerakan

populasi/orang). Suatu pasar mampu berkembang secara baik apabila berada pada lokasi yang begitu dekat dengan pergerakan orang banyak. Lokasi tersebut antara lain berada pada CBD (*central business district*) dan kumpulan pedagang formal lainnya.

Lokasi ketiga berada pada Kelurahan Bandar Agung, di mana arah perkembangan kota cenderung ke kawasan tersebut, hal ini menjadi pertimbangan beberapa responden dalam penentuan lokasi pasar di Kota Lahat. Chiara dan Koppelman (1997) terhadap hal ini berpendapat bahwa pertumbuhan kota di masa yang akan datang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi pasar.

Kriteria lokasi yang dekat dengan permukiman penduduk menjadi kriteria prioritas pertama dalam penentuan lokasi pasar di Kota Lahat. Daerah permukiman yang berada dalam jangkauan pasar (*market range*) lokasi ketiga lebih luas daripada alternatif-alternatif lokasi yang lain. Keberadaan lokasi ketiga yang dekat dengan permukiman penduduk menjadikannya memiliki karakteristik sebagai lokasi yang dekat dengan pembeli/pengguna pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat David Dewar dan Vanesa (1990) tentang *location of consumers*.

Lima kriteria yang mempunyai nilai prioritas tertinggi terdapat di lokasi ketiga menurut pendapat responden konsumen berdasarkan perbandingan antar alternatif lokasi terhadap sembilan kriteria faktor lokasi penentu pasar. Kriteria yang mempunyai nilai prioritas tertinggi di lokasi ketiga menurut pendapat responden pedagang ada lima, sedangkan menurut pendapat responden dari pejabat pemerintah terdapat enam kriteria. Lokasi ketiga secara keseluruhan memiliki kriteria faktor lokasi penentu pasar yang lebih besar daripada dua alternatif yang ada, sehingga lokasi ketiga merupakan lokasi yang paling optimal sebagai lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat.

Pusat Pemerintahan Kabupaten juga berada pada lokasi yang sama dengan lokasi ketiga yaitu di Kelurahan Bandar Agung. Perkembangan permukiman yang

cenderung ke arah Timur Kota Lahat mengakibatkan penambahan penduduk yang pesat di Kelurahan Bandar Agung. Terpilihnya lokasi pasar di Kelurahan Bandar Agung diharapkan dapat mengatasi permasalahan penyebaran distribusi pelayanan pasar. Pelayanan pasar selama ini hanya terkonsentrasi di pusat kota saja. Beban pusat kota dalam menampung kegiatan perkotaan akan berkurang dengan terpilihnya Kelurahan Bandar Agung sebagai prioritas pertama lokasi pembangunan pasar. Lokasi tersebut mempunyai luasan yang memadai untuk menampung kegiatan perdagangan, sehingga masalah daya tampung diharapkan dapat teratasi. Lokasi tersebut diharapkan mampu berperan sebagai pusat pelayanan bagi wilayahnya sendiri maupun wilayah sekitarnya.

Tempat yang merupakan pusat pelayanan adalah tempat yang memungkinkan terjadinya partisipasi manusia dengan jumlah maksimum, baik bagi mereka yang terlibat dalam aktivitas pelayanan maupun yang menjadi konsumen dari barang-barang dan pelayanan yang dihasilkan pusat pelayanan itu. Daerah yang jauh dari jangkauan pasar (*market range*) pusat pelayanan akan membentuk pusat pelayanan baru.

Market range masing-masing lokasi menggambarkan batasan pelayanan pasar tersebut. Batas pelayanan pasar (tertinggi atau terendah) ditentukan oleh jumlah penduduk yang dilayani (permukiman) dan luas jangkauan pasar. Kawasan permukiman yang memiliki jarak terdekat terhadap fasilitas pelayanan merupakan kawasan yang optimal dalam mendapatkan pelayanan pasar, apabila diasumsikan jumlah kepadatan penduduk dalam suatu permukiman adalah sama. Pasar yang memiliki jangkauan pasar pada daerah permukiman yang lebih luas merupakan pasar yang memiliki jumlah minimum penduduk tertinggi. *Market range* pasar yang sekarang ada di Kota Lahat dengan alternatif lokasi pasar prioritas pertama dapat dilihat dalam Gambar 4.8.

Pasar yang akan dibangun pada lokasi ketiga di Kelurahan Bandar Agung nantinya diharapkan mampu berperan lebih baik dibandingkan dari pasar yang ada sekarang, sehingga *market range*-nya akan menjadi lebih luas. Pasar tersebut harus mempunyai keunggulan bersaing dibandingkan dengan pasar yang ada sekarang. Strategi yang dapat dilakukan untuk memperoleh keunggulan bersaing salah satunya dengan melakukan strategi diferensiasi (*differentiation strategy*) dengan menciptakan persepsi keunggulan kinerja pasar, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik dan *brand image* yang lebih unggul (Porter, 1993).

Banyak hal yang dapat dilakukan terhadap pasar yang akan dibangun tersebut agar dapat diterapkan strategi diferensiasi. Tindakan yang dapat dilakukan antara lain dengan memperhatikan masalah harga, kualitas barang, kelengkapan barang, keanekaragaman barang dengan menyediakan barang-barang yang bersifat umum (*common goods*) maupun barang-barang khusus (*special goods*), pengaturan tata letak (*lay out*) pasar dan parkir, operasional kegiatan pasar, pelayanan, promosi penjualan dan reputasi pasar yang baik (Engel, 1995).

Keunggulan pasar yang akan dibangun (pasar yang baru) dapat menimbulkan jangkauan pasar (*market range*) yang lebih luas. Calon pembeli tidak akan merasakan keberatan untuk menempuh jarak yang lebih jauh dibandingkan dengan mereka berbelanja ke pasar yang lama karena pasar yang baru mempunyai daya tarik dan menjanjikan sesuatu yang lain.

Persepsi yang baik mengenai pasar yang baru tersebut harus sama atau bahkan lebih dibandingkan dengan kenyataan yang mereka alami setelah berbelanja, sehingga konsumen merasa puas dan akan menjadi pelanggan tetap bagi pasar tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melebihi harapan

pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Engel, 1995). Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Handy Irawan (2002) adalah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.

Kepuasan pelanggan bisa dipertahankan atau bahkan terus ditingkatkan dengan menerapkan strategi pemasaran tertentu, sehingga pasar tersebut dapat berkembang dengan baik. Lokasi yang menjadi prioritas pertama berdasarkan hasil analisis ini dengan didukung strategi pengembangan dan pemasaran yang baik, diharapkan dapat menjadi lokasi yang optimal bagi pembangunan pasar di Kota Lahat, sehingga pasar tersebut dapat menjalankan fungsi dan perannya sebagai salah satu komponen fasilitas pelayanan perkotaan di Kota Lahat dengan baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Kebutuhan akan fasilitas perkotaan semakin lama akan semakin meningkat seiring dengan perkembangan kota dan jumlah penduduk yang mendiami kota tersebut. Fasilitas perdagangan dan jasa sebagai salah satu fasilitas perkotaan sangat dibutuhkan oleh masyarakat di seluruh wilayah kota. Pasar yang merupakan fasilitas perdagangan perkotaan di Kota Lahat memerlukan pengaturan untuk mencapai daya guna dan hasil guna yang optimal. Pengaturan yang dimaksud antara lain pengaturan mengenai penyebaran dan lokasi penempatan pasar tersebut. Analisis lokasi optimal pembangunan pasar di Kota Lahat berdasarkan faktor-faktor lokasi penentu pasar ini, diharapkan akan menjadi salah satu usaha untuk mewujudkan pelayanan pasar yang mempunyai daya guna dan hasil guna yang optimal.

Variabel-variabel faktor lokasi penentu pasar didapatkan berdasarkan hasil kajian pustaka. Variabel-variabel tersebut kemudian dibuat dalam bentuk skala penilaian sebagai dasar pembuatan kuesioner, yang selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan Analisis Skoring. Sembilan kriteria/faktor lokasi penentu pasar di Kota Lahat yang didapatkan dari hasil Analisis Skoring dengan nilai prioritasnya masing-masing adalah sebagai berikut; kriteria dekat dengan pemukiman penduduk (0.1212), kriteria ketersediaan lahan termasuk luasannya (0.1183), kriteria jaringan jalan ke lokasi (0.1164), kriteria kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat (0.1137), kriteria bebas banjir (0.1124), kriteria kepadatan penduduk (0.1104), kriteria ketersediaan alat angkutan/transportasi (0.1039), kriteria topografi dengan tingkat kemiringan rendah (0.1015), kriteria sarana pembuangan limbah (0.1014).

Faktor lokasi yang dekat dengan permukiman penduduk merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam penentuan lokasi pasar di Kota Lahat. Pasar yang dekat dengan permukiman penduduk akan mempersingkat jangkauan pasar (*market range*) pasar tersebut.

Urutan prioritas alternatif lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat didapatkan dari hasil Proses Hirarki Analitik (PHA) dengan responden konsumen, pedagang serta pejabat instansi pemerintah. Urutan prioritas alternatif lokasi ditentukan berdasarkan besarnya bobot nilai prioritas yang didapat. Urutan prioritas menunjukkan tingkat keoptimalan lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat. Urutan prioritas alternatif lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat dengan pembobotan nilai prioritas pada masing-masing responden adalah sebagai berikut;

- Responden konsumen; lokasi 3 (0.341), lokasi 1 (0.340), lokasi 2 (0.319).
- Responden pedagang; lokasi 3 (0.342), lokasi 1 (0.340), lokasi 2 (0.318).
- Responden pejabat instansi pemerintah; lokasi 3 (0.369), lokasi 1 (0.368), lokasi 2 (0.363).

Urutan prioritas lokasi menurut responden konsumen, pedagang serta pejabat instansi pemerintah berdasarkan hasil penjumlahan nilai prioritas sebagai berikut:

1. Lokasi 3: di Kelurahan Bandar Agung.
2. Lokasi 1: di Kelurahan Kota Jaya.
3. Lokasi 2: di Kelurahan Kota Baru.

Lokasi ketiga terletak di Kelurahan Bandar Agung di mana Pusat Pemerintahan Kabupaten berada. Arah perkembangan kota yang cenderung ke kawasan tersebut mengakibatkan perkembangan permukiman yang pesat di kawasan itu. Keberadaan lokasi ketiga yang dekat dengan permukiman penduduk

menjadikannya memiliki karakteristik sebagai lokasi yang dekat dengan pembeli/pengguna pasar.

Terpilihnya lokasi pasar di Kelurahan Bandar Agung diharapkan dapat mengatasi permasalahan penyebaran distribusi pelayanan pasar. Pelayanan pasar selama ini hanya terkonsentrasi di pusat kota saja. Terpilihnya lokasi di Kelurahan Bandar Agung sebagai prioritas pertama, diharapkan akan mengurangi beban pusat kota dalam menampung kegiatan perkotaan. Lokasi tersebut mempunyai luasan yang memadai untuk menampung kegiatan perdagangan, sehingga masalah daya tampung diharapkan dapat teratasi. Pasar yang akan dibangun pada lokasi itu diharapkan mampu berperan sebagai pusat pelayanan bagi wilayahnya sendiri maupun wilayah sekitarnya.

Pasar yang akan dibangun harus mempunyai keunggulan bersaing dibanding dengan pasar yang ada sekarang. Keunggulan pasar yang akan dibangun (pasar yang baru) dapat menimbulkan jangkauan pasar (*market range*) yang lebih luas. Strategi yang dapat dilakukan untuk memperoleh keunggulan bersaing salah satunya dengan melakukan strategi diferensiasi. Tindakan yang dapat dilakukan antara lain dengan memperhatikan masalah harga, kualitas barang, kelengkapan barang, keanekaragaman barang dengan menyediakan barang-barang yang bersifat umum (*common goods*) maupun barang-barang khusus (*special goods*), pengaturan tata letak (*lay out*) pasar dan parkir, operasional kegiatan pasar, pelayanan, promosi penjualan dan reputasi pasar yang baik.

Persepsi yang baik mengenai pasar yang baru harus ditanamkan kepada calon konsumen, sehingga mereka berkeinginan datang dan berbelanja di pasar tersebut. Persepsi yang sudah baik itu minimal harus sama atau bahkan lebih baik dengan kenyataan yang mereka alami setelah berbelanja, sehingga konsumen merasa puas dan

menjadi pelanggan tetap pasar tersebut. Persepsi dan kenyataan yang memuaskan pelanggan terus dipertahankan dan ditingkatkan dengan menerapkan strategi pengembangan dan pemasaran yang baik.

5.2. Rekomendasi

Lokasi di mana pasar itu berada akan mempengaruhi perkembangan pasar tersebut. Proses penentuan lokasi pembangunan pasar di Kota Lahat, perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah faktor lokasi dekat dengan permukiman penduduk, ketersediaan lahan termasuk luasannya, jaringan jalan ke lokasi, kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Kota Lahat, bebas banjir, kepadatan penduduk, ketersediaan alat angkutan/transportasi, sarana pembuangan limbah dan topografi.

Lokasi optimal pembangunan pasar dalam penelitian ini merupakan lokasi terbaik yang dapat digunakan untuk pembangunan pasar tradisional baru di Kota Lahat menurut persepsi dan preferensi konsumen, pedagang maupun Pemerintah Kabupaten. Alternatif lokasi yang didapat melalui penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi Pemerintah Kabupaten Lahat dalam menentukan lokasi bagi pembangunan pasar di Kota Lahat.

Penelitian yang dilakukan dalam Tesis ini merupakan salah satu upaya untuk menentukan lokasi optimal bagi pembangunan pasar berdasarkan kajian faktor-faktor lokasi penentu pasar. Penelitian ini hanya merupakan bagian kecil dari usaha untuk mewujudkan pelayanan pasar yang mempunyai daya guna dan hasil guna yang optimal.

Kebutuhan adanya pasar sebagai salah satu fasilitas pelayanan perkotaan akan semakin meningkat seiring dengan perkembangan kota dan jumlah penduduk. Studi

lanjutan dengan substansi penelitian yang difokuskan pada tata cara penentuan lokasi pasar, analisis kebutuhan adanya fasilitas pelayanan pasar serta strategi pengembangan pasar sebagai salah satu komponen fasilitas pelayanan perkotaan dapat direkomendasikan.

Lokasi yang menjadi prioritas pertama berdasarkan hasil analisis ini merupakan lokasi optimal bagi pembangunan pasar di Kota Lahat karena mempertimbangkan preferensi para pengguna pasar, jadi bukan hanya berdasarkan keinginan pihak Pemerintah Kabupaten saja. Pasar yang akan dibangun tersebut harus didukung dengan strategi pengembangan dan pemasaran tertentu agar dapat berkembang dengan baik, sehingga pasar dapat menjalankan fungsi dan perannya sebagai salah satu komponen fasilitas pelayanan perkotaan di Kota Lahat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arikunto, Suharsimi. 1997. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit PT. Reneka Cipta.
- Blair, Jhon P. 1995. *Local Economic Development, Analysis and Practice*. California, USA: Sage Publications Inc.
- Campbell, R MC Conned and Stanley L Brue. 1990. *Economic, Problem and Policie*. MC Graw Publishing Company.
- Catanese, Anthony J. dan Snyder, James C. 1989. *Perencanaan Kota*. Jakarta: Penerbit PT. Erlanga.
- Chapin, F. Stuart, Jr and Kaiser Edward. 1979. *Urban Land Use Planning*. Chicago: University of Chicago Press.
- Daldjoeni, Nathaniel. 1997. *Geografi Baru Organisasi Keruangan Dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Alumni,.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- De Chiara, Joseph dan E Lee Koppelman. 1997. *Standar Perencanaan Tapak*. Jakarta: Penerbit PT. Erlangga.
- Dewar, David and Vanessa Watson.1990. *Urban Market Developing Informal Retailing*. London: Rontledge.
- Djojodipuro, Marsudi. 1992. *Teori Lokasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Engel, James F. 1995, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit PT. Bina Aksara.
- Galion,Arthur and Simon Eisner. 1994. *The Urban Pattern,3rd Edition*. New York.
- Galaty, Fillmore.W.Et All. 1991. *Modern Real Estate Practise, Twelfth Edition*. Chicago: Real Estate Education Company.
- Ginanjara, Nugraha Jiwapraja. 1980. *Masalah Ekonomi Mikro*. Jakarta: Acro.
- Hartono. 2002. *Bagaimana Menulis Tesis*. Malang: UMM Press.
- Irawan, Handy. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT. Elexmedia Computindo.

- Jayadinata, Johara. T, 1999. *Tata Guna Tanah Dalam Perencanaan Pedesaan, Perkotaan Dan Wilayah*. Bandung: Penerbit ITB.
- Kotler, Philip and Donald H Hauder, Irving Rein. 1998. *Marketing Palces : Attracting Investment, Industry and Tourism To Cities, State and Nations*. New York: The Free Press Adivission of Macmillan Inc.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT. Erlangga.
- Miles, Mike E. Et all. 1999. *Real Estate Development, Principles and Process*. Washington DC: Urban Land Institute.
- Mursid, M. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Porter, Michael E. 1993, *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Penerbit PT. Erlangga.
- Rankin. 1983. *Scalling Methods*. London: Lawrence Erlbaun Associates.
- Riduwan. 2002. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Saaty, Thomas L. 1993. *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin*. Jakarta: Penerbit PT. Bustaman Binaman Pressindo.
- Santoso, Singgih. 2003. *Buck Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: Penerbit PT. Elexmedia Computindo.
- Sevilla, Consuelo et. al. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Terjemahan Alimuddin Tuwu. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (ed). 1989. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: Penerbit PT. Pustaka LP3ES.
- Soesilo, Nining, J. 2000. *Ekonomi, Perencanaan dan Manajemen*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sumaatmadja, Nursid. 1988. *Studi Geografi, Suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan*. Bandung: Penerbit Alumni.