



**ANALISIS KELAYAKAN REVITALISASI PASAR UMUM  
GUBUG KABUPATEN GROBOGAN**

**TESIS**

Disusun Dalam Rangka Memenuhi Persyaratan  
Program Magister Teknik Sipil.

Oleh :  
Ucang Sukriswanto  
L4A007042

**PROGRAM MAGISTER TEKNIK SIPIL  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2012**

# **ANALISIS KELAYAKAN REVITALISASI PASAR UMUM GUBUG KABUPATEN GROBOGAN**

Tesis diajukan kepada  
Program Studi Magister Teknik Sipil  
Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Disusun oleh :

**UCANG SUKRISWANTO**

NIM. L4A 007 042

Diajukan pada Sidang Ujian Tesis  
Tanggal 31 Agustus 2012

Dinyatakan Lulus  
Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Magister Teknik Sipil

Semarang, Agustus 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Ir. Suripin, M.Eng.

Dr. Drs. PM. Broto Sunaryo, MSP.

Mengetahui  
Ketua Program Studi  
Magister Teknik Sipil  
Program Pascasarjana Universitas Diponegoro

Dr. Ir. Bambang Riyanto, DEA  
NIP. 19530326 198703 1 001

## **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. Apabila dalam Tesis saya ternyata ditemui duplikasi, jiplakan (plagiat) dari Tesis orang lain/Institusi lain maka saya bersedia menerima sanksi untuk dibatalkan kelulusan saya dan saya bersedia melepaskan gelar Magister Teknik dengan penuh rasa tanggung jawab.

Semarang,     Agustus 2012

Ucang Sukriswanto  
L4A007042

# ANALISIS KELAYAKAN REVITALISASI PASAR UMUM GUBUG KABUPATEN GROBOGAN

## ABSTRAK

Oleh : Ucang Sukriswanto

Kondisi pasar tradisional (Pasar Umum) di Desa Gubug Kecamatan Gubug sangat memprihatinkan, yaitu kotor, sempit, panas, bangunan (lapak – lapak) tidak rapi dan sangat tidak memberikan kenyamanan bagi para pedagang maupun pembeli (pengunjung). Pada saat kondisi sebelum kebakaran tanggal 16 November 2009 kondisi pasar juga sangat memprihatinkan. Setelah kebakaran untuk memenuhi aktivitasnya pedagang menggunakan lapangan sepak bola untuk pengganti pasar tradisional tersebut. Sebelum terjadi kebakaran kondisi pasar Umum Gubug adalah kurang teratur dalam penataannya. Hal ini dapat ditunjukkan dari lahan parkir untuk pengunjung pasar, penempatan los – los pasar, fasilitas penunjang pasar (WC) serta kondisi jalan menuju pasar tersebut. Kondisi yang tidak teratur (semrawut) membawa dampak pada keengganan penduduk untuk melakukan aktivitas (berbelanja) di pasar tersebut.

Pasca kebakaran kondisi pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan semakin parah. Hal ini disebabkan karena lokasi pasar menjadi semakin sempit serta fasilitas – fasilitas penunjang pasar menjadi tidak berfungsi. Sehingga timbul permasalahan, karena pedagang yang sebelumnya menempati Pasar yang terbakar pindah ke lokasi baru (darurat), sehingga mengakibatkan penurunan penghasilan. Berdasarkan permasalahan diatas dapat diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut : "Bagaimana Revitalisasi Pasar Umum Gubug, Kabupaten Grobogan dan Bagaimana Analisis Kelayakannya ?.

Berdasarkan Metode *Payback Period* menunjukkan investasi dapat ditutup pada waktu 6 tahun. Hal ini menunjukkan investasi dengan metode *payback period* proyek pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan dapat diterima. Berdasarkan *Net Present Value* pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan tidak dapat diterima. Pada tingkat bunga 10 % dan waktu investasi selama 10 tahun, menunjukkan pembangunan pasar umum Gubug dapat diterima ( $> 1$ ). Melalui metode *Internal Rate Return* menunjukkan proyek masih layak atau dapat diterima pada bunga sampai dengan 7,8 %.

Kata Kunci : Revitalisasi, Aspek Kelayakan

# **ANALYSIS OF PROPERNESS REVITALIZATION OF PUBLIC MARKET IN GUBUG GROBOGAN REGENCY**

## **ABSTRACT**

By : Ucang Sukriswanto

The condition of traditional market ( public market ) in Gubug Village, Gubug Subdistrict, is very apprehensive, that is dirty, narrow, hot, untidy constructions and it is not comfortable for buyers or sellers. The condition of the market was very apprehensive before the fire in November, 16<sup>th</sup> 2009. After the fire the sellers use the soccer field as the substitute of the traditional market. When the fire had not happened yet, the condition of public market in Gubug was not regulated nicely. It could be shown from the parking area for market visitors, the market stalls placement, the market supporting facility ( toilet ) and the road condition to the market. The disorganized condition caused the population were reluctant to buy something in the market.

Time after the fire, the condition of public market in Gubug, Grobogan Regency was increasingly in bad condition. It happened because the market location became narrower and narrower and the market supporting facilities became useless. As the sellers moved the new location ( temporary ) so it caused a problem that was the decrease of their income. Based on the above problem, it can be asked a question for a research : “ how is the revitalization of public market in Gubug, Grobogan Regency and how is its properness analysis?”

The development of public market in Gubug fulfills the properness in technique aspect, it is shown by the design structuring for final disposal place, the friendly environment construction, the drainage structuring and the improvement of drain, the strong base construction for two-story buildings, the calculation of constructions age structure, the provision of parking area, the structuring of an access and the structuring of traffic. If it is based on the market and marketing aspect, it can be realized to develop the new construction by considering the distance, transportation, the attraction of market, consumer's income and their attentions, merchandise, the selling duration, the gain of merchandise, trading capital and the transaction value. The sellers will have the market stalls by paying in installments. The development investment of public market in gubug Grobogan Regency can be fulfilled at 6 years. Based on the Net Present Value, the development of public market in Gubug Grobogan Regency can not be accepted, by considering BCR can be accepted and the project can be accepted on the interest up to 7,8 %.

Key words : Revatalization, Properness aspect

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “ ANALISIS KELAYAKAN REVITALISASI PASAR UMUM GUBUG KABUPATEN GROBOGAN “.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tesis ini tidak akan terselesaikan dengan baik, tanpa bantuan, bimbingan, petunjuk, saran dan fasilitasnya dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Bambang Riyanto, DEA, selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Sipil Universitas Diponegoro Semarang
2. Prof . Dr. Ir. Suripin, M. Eng, selaku Dosen Pembimbing I yang dengan rela mencurahkan waktu dan tenaga untuk membimbing Tesis hingga selesai.
3. Dr. Drs. PM. Broto Sunaryo, MSP, selaku Dosen Pembimbing II yang dengan rela meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing Tesis hingga selesai.
4. Dr. Ir. Suharyanto,M.Sc, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan dan saran demi perbaikan Tesis ini.
5. Ir. Joko Siswanto,M.SP, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dan saran demi perbaikan Tesis ini.
6. Segenap Dosen Program Magister Teknik Sipil Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Istri dan Anak – Anakku tercinta, terima kasih atas dorongan dan motivasi yang diberikan selama ini.

8. Keluarga atas segenap kasih sayang, doa, dan restunya yang tiada terhingga yang selalu menanamkan kejujuran dan perilaku yang sopan dan baik terhadap siapapun juga.

9. Sahabat-sahabatku yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas ini masih jauh dari sempurna, dengan segenap ketulusan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Akhir kata, penulis berharap semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, Agustus 2012

Penulis

(Ucang Sukriswanto)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
HALAMAN PERNYATAAN .....	III
ABSTRAK.....	IV
KATA PENGANTAR .....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR .....	XII
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian dan Sasaran.....	9
1.4. Batasan Masalah dan Ruang Lingkup .....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.6. Kerangka Pemikiran .....	11
1.7. Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1. Revitalisasi.....	14
2.2. Pengertian Pasar dan Pasar Tradisional.....	18
2.3. Perkembangan Pasar.....	22
2.4. Pasar Tradisional Sebagai Cermin Budaya Masyarakat.....	24
2.5. Lokasi Pasar dan Aksesibilitas .....	26
2.5.1 Lokasi Pasar .....	26
2.5.2 Aksesibilitas .....	29
2.6. Wilayah Pelayanan Pasar.....	31
2.7. Pengelompokkan Pasar.....	37
2.8. Pengguna Pasar.....	40
2.9. Fungsi dan Peranan Pasar .....	42
2.10. Tinjauan Sosiologi dan Pengguna Pasar.....	46
2.10.1. Tinjauan Sosiologi Ekonomi.....	46
2.10.2. Pengguna Pasar .....	46
2.10.3. Penggunaan dan Pemanfaatan Aspek Ruang .....	48
2.11. Tata Letak (Lokasi) Bangunan Pasar.....	49
2.11.1. Lokasi yang Menimbulkan Pergerakan Populasi (Orang).....	49

2.11.2. Sumber-Sumber Persediaan (Barang Yang Diperjualbelikan).....	50
2.11.3. Lokasi Pembeli.....	50
2.12. Tata Ruang Pasar .....	50
2.12.1 Penataan Komoditi Barang Dagangan .....	50
2.12.2 Ruang Terpinggirkan .....	51
2.13. Analisis Kebijakan Publik .....	54
2.14. Analisis Kelayakan Proyek.....	56
2.14.1 Kelayakan Teknis.....	57
2.14.2 Kelayakan Ekonomi dan Finansial.....	58
2.14.3 Kelayakan Politis .....	60
2.14.4 Kelayakan Administratif .....	62
2.15. Tahapan Pelaksanaan Proyek .....	71
2.16. Sintesa Tinjauan Pustaka .....	73
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>78</b>
3.1. Pendekatan Penelitian.....	78
3.2. Metode Penelitian .....	78
3.3. Lokasi Penelitian .....	78
3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	79
3.5. Kebutuhan Data .....	82
3.6. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	85
3.6.1. Teknik Pengumpulan Data.....	85
3.6.2. Teknik Pengolahan Data .....	86
3.7. Populasi dan Sampel.....	87
3.8. Teknik Analisis Data .....	90
3.8.1. Analisis Teknik dan Teknologis.....	90
3.8.2. Analisis Pasar dan Pemasaran.....	93
3.8.3. Analisis Kelayakan Ekonomi.....	94
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>97</b>
4.1 Gambaran Umum Kabupaten Grobogan .....	97
4.2 Kondisi Wilayah Kecamatan Gubug.....	98
4.3 Gambaran Umum Pasar Gubug.....	100
4.3.1. Kondisi Lokasi Tapak Perencanaan .....	101
4.3.2. Kondisi Sarana dan Prasarana.....	106
4.3.3. Monografi Pasar .....	106
4.4 Pasar Umum Gubug Pasca Kebakaran .....	116
4.5 Pembahasan .....	121

4.5.1.	Analisis Kelayakan Teknik dan Teknologis .....	122
4.5.1.1.	Desain Gedung Pasar Baru Gubug Kabupaten Grobogan .....	122
4.5.1.2.	Analisis Kelayakan Teknik .....	125
4.5.2.	Analisis Pasar dan Pemasaran .....	135
4.5.2.1	Analisis Hubungan antara Konsumen dengan Perkembangan Pasar .....	135
4.5.2.2	Analisis Hubungan antara Pedagang dengan Perkembangan Pasar .....	139
4.5.2.3	Analisis Kemampuan Bayar .....	143
4.5.3.	Analisis Ekonomi .....	144
4.5.3.1.	Payback Periode .....	149
4.5.3.2.	Net Present Value .....	150
4.5.3.3.	Benefit Cost Ratio (B/C Ratio) .....	152
4.5.3.4.	Internal Rate Return .....	153
BAB V PENUTUP .....		158
5.1.	Kesimpulan .....	158
5.2.	Saran .....	160
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN - LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Pengelompokan Fasilitas Perdagangan .....	39
Tabel 2.2 Prinsip Klasifikasi Pasar .....	40
Tabel 2.3 Rangkuman Kajian Teori .....	74
Tabel 3.1 Kebutuhan Data.....	83
Tabel 3.1 Jumlah Responden Berdasarkan Pedagang.....	89
Tabel 4.1 : Perhitungan ANOVA pada Konsumen (Pelanggan).....	136
Tabel 4.2 : Perhitungan ANOVA pada Pedagang .....	140
Tabel 4.3 : Rencana Anggaran Biaya Lantai 1.....	145
Tabel 4.4 : Rencana Anggaran Biaya Lantai 2.....	146
Tabel 4.5 : Taksiran Pengeluaran selama 10 Tahun dari tahun 2013 sampai dengan 2022 .....	147
Tabel 4.6 : Perkiraan Pendapatan Selama 10 tahun dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2022 .....	148
Tabel 4.7 : Perhitungan Net Present Value .....	151
Tabel 4.8 : Perhitungan Net Present Value pada Bunga 6 % dan 10 % .....	154

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 2.1 : Perkembangan Pasar Tradisional .....	23
Gambar 2.2 : Market Area .....	33
Gambar 2.3 : Skema Sistem Pemasaran Sederhana.....	42
Gambar 4.1 : Peta Kecamatan Gubug.....	99
Gambar 4.2 : Tampak Depan Pasar Umum Gubug dengan Atap Berbentuk Pelana dan Bahan Penutup dari Seng (Februari 2009) .....	102
Gambar 4.3 : Sirkulasi arus Lalulintas di Jl. Wr. Supratman (Sisi Barat Pasar Umum Gubug) (Febuari 2009).....	102
Gambar 4.4 : Sirkulasi arus lalulintas di (sisi Utara Pasar Umum Gubug) (Juli 2010) .....	103
Gambar 4.5 : Kondisi dalam Pasar Umum Gubug (sisi selatan) (Juli 2010) .....	103
Gambar 4.6 : Jalan lingkungan sisi selatan Pasar Umum Gubug (Februari 2009) .....	104
Gambar 4.7 : Fasilitas pasar, yaitu bak sampah dan sumur untuk mendukung kegiatan pasar (Juli 2010). .....	104
Gambar 4.8 : Kondisi Fisik Bangunan Los Pasar Umum Gubug sebagian besar sudah rusak (Februari 2009) .....	105
Gambar 4.9 : Lokasi Tapak Exsisting Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan.....	105
Gambar 4.10: Tata Letak Kios yang Tidak Teratur (Juli 2010).....	118
Gambar 4.11 : Jarak Kios dengan Kios yang Terlalu Dekat (Juli 2010) .....	118
Gambar 4.12 : Lokasi Pasar yang Sangat Dekat dengan Pemukiman Penduduk (Juli 2010) .....	119
Gambar 4.13 : Akses Jalan Masuk yang Sangat Sempit (Juli 2010) .....	119
Gambar 4.14 : Jalan yang Becek, Sempit dan Tidak Rata (Juli 2010).....	120
Gambar 4.15 : Tata Letak Barang Dagangan yang tidak Teratur (Juli 2010).....	120
Gambar 4.16 : Site Plan Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan .....	122

Gambar 4.17 : Gedung Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan Tampak Depan .....	123
Gambar 4.18 : Gedung Pasar Umum Gubug Tampak dari Samping Utara .....	123
Gambar 4.19 : Gedung Pasar Umum Gubug Tampak dari Samping Selatan .....	123
Gambar 4.20 : Gambar Lantai 1 Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan.....	124
Gambar 4.21 : Gambar Lantai 2 Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan.....	124

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kegiatan penduduk terdiri atas kegiatan sosial (kegiatan dalam berkeluarga, kesehatan, pendidikan, agama, rekreasi dan sebagainya) dan kegiatan ekonomi (kegiatan dalam mata pencaharian, cara berkonsumsi, pertukaran barang dan jasa dan sebagainya). Kegiatan sosial ekonomi tersebut dilakukan penduduk untuk mempertahankan hidupnya sebagai perseorangan dan sebagai kelompok. Secara naluri manusia mempunyai kebutuhan dan keinginan, di mana kebutuhan seseorang harus dapat dipenuhi untuk mempertahankan hidupnya, sedangkan keinginannya dapat dipenuhi untuk pemuasan hasrat atau selernya. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan itulah manusia melakukan kegiatan sosial dan kegiatan ekonomi (Jayadinata, 1999).

Kegiatan sosial dan kegiatan ekonomi mencirikan perkembangan suatu kota di samping aktivitas lain yang ada. Salah satu indikasi dari dinamika perkembangan kota dapat dilihat dari kondisi perekonomian kota tersebut (*urban economic*). Secara umum, ciri perkembangan kota dapat ditentukan oleh kapasitas prasarana dan sarana yang ada di kota itu. Kondisi tersebut mengindikasikan prasarana dan sarana menjadi bagian yang sangat vital dalam perkembangan suatu kota.

Kapasitas prasarana dan sarana perkotaan ini secara umum dapat dilihat dari jenisnya, daya tampung atau daya dukung dan sistem pengelolaannya serta kesesuaiannya dengan kondisi kota atau daerah baik secara fisik, sosial maupun

ekonomi. Prasarana atau infrastruktur adalah alat yang paling utama dalam kegiatan sosial dan kegiatan ekonomi atau dengan kata lain bahwa dalam meningkatkan perkembangan kegiatan sosial dan kegiatan ekonomi, prasarana merupakan hal yang penting. Menurut Jayadinata (1999) pembangunan tidak dapat berjalan dengan lancar jika prasarana tidak baik. Jadi prasarana dapat dianggap sebagai faktor potensial dalam menentukan masa depan dari perkembangan suatu wilayah perkotaan dan pedesaan.

Dinamika perekonomian suatu kota ditentukan oleh seberapa jauh efisiensi penggunaan ruang atau pola penggunaan ruang untuk aktivitas perekonomian di kota tersebut. Perkembangan perekonomian kota ini secara spesifik akan ditentukan oleh dinamika sistem perdagangan yang ada di kota itu dan juga di kawasan sekitarnya. Salah satu sarana perdagangan yang ada di kota adalah pasar, baik pasar tradisional maupun pasar modern. Keberadaan sarana perdagangan ini berfungsi sebagai (USDRP, 2005)

- a. Salah satu sub sistem dari sistem pelayanan prasarana dan sarana kota;
- b. Salah satu tempat kerja dan sumber pendapatan masyarakat;
- c. Salah satu pusat retail dalam sistem perdagangan kota/daerah;
- d. Salah satu sumber pendapatan asli daerah.

Aktivitas yang terjadi pada suatu pusat perdagangan secara umum dan pasar tradisional sebagai salah satu sub sistem pusat perdagangan di suatu kota, merupakan salah satu parameter yang dapat digunakan untuk mengukur pertumbuhan dan dinamika ekonomi suatu kota. Intensitas dan ragam kegiatan yang terjadi di suatu pasar mencirikan bagaimana aktivitas perekonomian di suatu

kota berjalan. Semakin tinggi aktivitas yang terjadi di pasar merupakan salah satu indikator semakin dinamisnya perputaran roda perekonomian kota.

Sebagai upaya untuk menjadikan pasar sebagai salah satu motor penggerak dinamika perkembangan perekonomian suatu kota, maka diperlukan adanya pasar yang dapat beroperasi secara optimal dan efisien serta dapat melayani kebutuhan masyarakat. Efisiensi dan optimasi pelayanan suatu pasar diantaranya dapat dilihat dari pola penyebaran sarana perdagangan, waktu pelayanan pasar, kondisi fisik pasar, jenis dan variasi barang yang diperdagangkan, untuk sistem pengelolaan (kelembagaan) pasar itu sendiri, yang dapat dijelaskan sebagai berikut (USDRP, 2005) :

- a. Pola penyebaran sarana perdagangan dan waktu pelayanan yang efisien akan memudahkan pedagang dan pembeli (konsumen) untuk berinteraksi dan mengurangi biaya dan waktu perjalanan yang diperlukan. Ketidakteraturan pola penyebaran dan sistem pelayanan pasar tradisional akan menyebabkan tidak efisiennya pelayanan pasar. Bila kondisi ini tidak segera ditangani secara tepat, akan terjadi inefisiensi dan pada akhirnya akan mengganggu sistem pelayanan kota secara keseluruhan.
- b. Variasi dan asal serta tujuan barang yang diperjualbelikan mengindikasikan kondisi aktivitas dan keterkaitan pasar dengan aktivitas di kawasan yang lain atau adanya keterkaitan keruangan (*spatial linkages*).
- c. Sistem pengelolaan pasar (kelembagaan) juga memegang peranan penting terhadap perkembangan dan kemajuan aktivitas pasar.

Perkembangan penduduk di suatu wilayah membawa dampak pada penyediaan sarana perekonomian. Sarana yang vital adalah pemenuhan untuk kebutuhan rumah tangga bagi penduduk tersebut. Bagi sebagian penduduk dalam memenuhi kebutuhan masih mengandalkan keberadaan pasar tradisional, meskipun ada sebagian lagi penduduk mengandalkan pasar modern dalam memenuhi kebutuhannya.

Perkembangan super market akhir – akhir ini semakin pesat hingga sampai ke pelosok pedesaan, yaitu dengan munculnya mart – mart hingga di pelosok desa tidak mampu menggeser peran pasar tradisional bagi masyarakat tersebut. Pasar tradisional masih membawa daya pikat tersendiri bagi sebagian masyarakat di pedesaan. Keberadaan pasar tradisional mempunyai peran strategis dalam perkembangan kegiatan perdagangan dan jasa. Apabila ditinjau dari aspek sosial ekonomi masyarakat, pasar tradisional telah memberikan manfaat yang sangat besar bagi berbagai pihak (masyarakat dan pemerintah).

Pasar tradisional di Pulau Jawa awalnya adalah merupakan fasilitas ekonomi tradisional, yang merupakan pusat kegiatan perdagangan masyarakat, disamping fungsi utama pasar sebagai tempat / wadah dimana kegiatan ekonomi perdagangan berlangsung, pasar juga mengemban misi sebagai wahana kegiatan sosial dan rekreasi. Pasar bisa digunakan untuk membaca ‘budaya’ dari masyarakat setempat.

Disamping fungsi tersebut pasar tradisional dengan skala perdagangan yang kecil telah mampu mengakomodasikan banyak pekerja informal dan pasar tradisional sejak dulu mempunyai potensi yang besar untuk itu. Di balik itu, tenaga kerja yang tergolong dalam sektor informal pulalah yang mendominasi

jaringan distribusi dari penghasil produk lokal kepada penajanya di perkotaan . Hal ini menunjukkan bahwa pasar bukan saja menjadi sumber penghidupan bagi para pedagangnya, namun juga lebih banyak lagi orang-orang terlibat dalam mendukung kegiatan pasar ini (seperti kegiatan jasa transportasi barang dan orang, parkir, keamanan dan sebagainya). Bahwa sektor informal banyak mewarnai kehidupan pasar tradisional telah ditengarai oleh Geertz dari hasil pengamatannya di Mojokerto (Jawa Timur) dan di Tabanan Bali pada tahun 50-an. Geertz melihat bahwa sektor perekonomian kita terbagi atas *bazaar-type economy* skala kecil yang melekat padanya dan *firm-centered economy*. Karenanya pasar tradisional secara langsung melibatkan lebih banyak pedagang yang saling berkompetisi satu sama lain di tempat tersebut. Meskipun istilah sektor informal belum secara tegas dinyatakan, hal itulah yang berlangsung pada pasar tradisional mencakup sektor masyarakat yang bukan informal. Memang pada umumnya hal-hal yang berbau tradisional dalam bidang ekonomi mempunyai konotasi informal.

Keberadaan pasar, khususnya yang pasar tradisional, merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Sebagai salah satu sarana publik keberadaan pasar tradisional juga mendukung kegiatan ekonomi masyarakat. Perkembangan jaman dan perubahan gaya hidup yang dipromosikan begitu hebat oleh berbagai media telah membuat eksistensi pasar tradisional menjadi sedikit terusik. Namun demikian, pasar ternyata masih mampu untuk bertahan dan bersaing di tengah serbuan modern dalam berbagai bentuknya. Kenyataan ini dipengaruhi adanya karakter/budaya konsumen. Meskipun informasi tentang gaya hidup modern dengan mudah diperoleh, tetapi

tampaknya masyarakat masih memiliki budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja ke pasar tradisional. Terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaan itulah adalah di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga. Dalam proses tawar-menawar terjalin kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern.

Untuk menjaga eksistensi pasar tradisional maka pemerintah daerah melakukan revitalisasi pasar tradisional di berbagai tempat. Target yang dipasang sangat sederhana, selama ini pasar tradisional selalu identik dengan tempat belanja yang kumuh, becek serta bau, serta minimnya jaringan utilitas, kondisi tersebut diyakini banyak menjadi penyebab banyaknya kasus kebakaran pasar tradisional, pasar tradisional juga hanya didatangi oleh kelompok masyarakat kelas bawah. Maka gambaran pasar seperti di atas harus diubah menjadi tempat yang bersih dan nyaman bagi pengunjung. Dengan demikian masyarakat dari semua kalangan akan tertarik untuk datang dan melakukan transaksi di pasar tradisional.

Peran pasar tradisional yang sangat signifikan hampir dirasakan oleh seluruh masyarakat di Indonesia (Kota maupun desa). Peran tersebut juga dirasakan oleh masyarakat di Kabupaten Grobogan pada umumnya dan masyarakat di sekitar Kecamatan Gubug pada khususnya. Sebagian masyarakat di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan masih menggantungkan hidup dan mencari nafkah dari kegiatan usaha di pasar-pasar tradisional tersebut. Kegiatan – kegiatan ini dari sifat jasa hingga produk, yaitu seperti berjualan produk, jasa

angkut, penitipan kendaraan dan kegiatan ekonomi lainnya yang dapat menghasilkan penghasilan bagi pelaku pasar tersebut.

Rata – rata setiap kecamatan di Kabupaten Grobogan memiliki 4 hingga 5 pasar tradisional dengan jumlah rata – rata pedagang setiap pasar 300 hingga 1.300 pedagang. Di kecamatan Gubug sendiri terdapat 4 pasar tradisional, yaitu pasar Jeketro, Pasar Telogomulyo, Pasar Penadaran dan Pasar Umum Gubug.

Peran Pasar tradisional selain berfungsi untuk kepentingan masyarakat luas juga sebagai suatu aset daerah. Pasar diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), fungsi pelayanan publik, serta menunjang perekonomian masyarakat. Setiap tahun kontribusi pasar Gubug terhadap pendapatan daerah yang diperoleh dari retribusi untuk kontribusi pada pemerintah daerah rata – rata per tahun mencapai Rp. 1,506,422,500,- (Dipenda, Grobogan, 2011).

Pendapatan atau kontribusi yang besar dari pasar Gubug terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) tidak diimbangi dengan perbaikan fasilitas – fasilitas yang ada di Pasar Gubug tersebut. Apabila pemerintah memperbaiki dan menambah jumlah kios dan los untuk para pedagang, tidak menutup kemungkinan jumlah pendapatan dari Pemerintah Kabupaten Grobogan juga akan semakin meningkat. Sehingga upaya untuk memperbaiki fasilitas dan jumlah kios di Pasar Gubug sangat menguntungkan berbagai pihak diantaranya adalah masyarakat melalui kenyamanan yang dirasakan, pedagang melalui jumlah dagangan yang terjual serta bagi pemerintah daerah dari retribusi yang masuk.

Saat ini kondisi bangunan pasar tradisional di Desa Gubug Kecamatan Gubug sangat memprihatinkan, yaitu kotor, sempit, panas, bangunan (lapak –

lapak) tidak rapi dan sangat tidak memberikan kenyamanan bagi para pedagang maupun pembeli (pengunjung). Hal ini terjadi karena pasca kebakaran pasar Gubug pada tanggal 16 November 2009 dengan jumlah kios yang terbakar sebanyak 191 serta 30 los yang terdiri atas 624 petak (Suara Merdeka, 2009). Untuk memenuhi aktivitasnya pedagang menggunakan lapangan sepak bola untuk pengganti pasar tradisional tersebut. Namun demikian jumlah pengunjung (pembeli) semakin meningkat dari hari ke hari.

Sebelum terjadi kebakaran pada tanggal 29 November 2009, kondisi pasar Gubug juga pada kondisi yang kurang baik. Kondisi kurang baik terlihat dari akses tidak lancar pada saat memasuki pasar, yaitu belum tertatanya parkir kendaraan, dokar, tukang becak serta mobil – mobil pengangkut atau pengirim bahan kebutuhan untuk diperdagangkan (aktivitas bongkar muat). Kondisi yang tidak lebih baik juga dari dalam pasar sendiri, seperti lorong – lorong sempit, para pedagang keliling yang memakan pejalan kaki serta kondisi lapak yang terlalu menjorok ke jalan pengunjung. Hal lain yang memprihatinkan adalah ketersediaan sarana persampahan yang minim juga berdampak pada kurangnya kebersihan dan keindahan di lingkungan Pasar Gubug.

Berdasarkan adanya hal-hal tersebut diatas maka perlu suatu kajian untuk merumuskan suatu gagasan ideal mengembangkan tapak Pasar Gubug sebagai kawasan perdagangan dan jasa yang multi fungsi, agar lebih tertata dan lebih baik. Pasar Gubug yang selama ini berfungsi sebagai pasar tradisional, diharapkan apabila dikembangkan lebih representatif dapat mendukung kawasan perdagangan dan jasa di wilayah tersebut, dan secara ekonomis dapat

meningkatkan standar kualitas kesejahteraan ekonomi masyarakat Grobogan pada umumnya serta wilayah Kecamatan Gubug khususnya

## **1.2. Rumusan Masalah**

Sebelum terjadi kebakaran kondisi pasar Umum Gubug adalah kurang teratur dalam penataannya. Hal ini dapat ditunjukkan dari lahan parkir untuk pengunjung pasar, penempatan los – los pasar, fasilitas penunjang pasar (WC) serta kondisi jalan menuju pasar tersebut. Kondisi yang tidak teratur (semrawut) membawa dampak pada keengganan penduduk untuk melakukan aktivitas (berbelanja) di pasar tersebut. Hal ini membawa penurunan pendapatan bagi pedagang itu sendiri.

Pasca kebakaran kondisi pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan semakin parah. Hal ini disebabkan karena lokasi pasar menjadi semakin sempit serta fasilitas – fasilitas penunjang pasar menjadi tidak berfungsi. Sehingga timbul permasalahan, karena pedagang yang sebelumnya menempati Pasar yang terbakar pindah ke lokasi baru (darurat), sehingga mengakibatkan penurunan penghasilan Berdasarkan permasalahan diatas dapat diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut : ”Bagaimana Revitalisasi Pasar Umum Gubug, Kabupaten Grobogan dan Bagaimana Analisis Kelayakannya ?

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

Tujuan dari penelitian ini adalah :  
Menyusun konsepsi revitalisasi dan bagaimana analisis kelayakan ekonomi normalisasi pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan.

Sasaran dari penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan konsepsi revitalisasi pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan
2. Menganalisis aspek teknik dan teknologis revitalisasi pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan
3. Menganalisis aspek pasar dan pemasaran revitalisasi pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan
4. Menganalisis kelayakan ekonomi dalam revitalisasi pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan
5. Merumuskan faktor-faktor revitalisasi pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan.

#### **1.4. Batasan Masalah dan Ruang Lingkup**

Guna lebih mengarahkan penelitian ini, maka dilakukan berapa batasan masalah sebagai berikut :

1. Wilayah studi adalah pada Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan
2. Penelitian difokuskan pada aspek teknik dan teknologis, pasar dan pemasaran, aspek keuangan dan aspek ekonomi.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Pengembangan ilmu Teknik Sipil, yaitu membandingkan antara teori yang diperoleh dengan praktek atau realita.
2. Kebijakan pembangunan prasarana bagi Pemerintah Kabupaten Grobogan adalah segi teknis praktis adalah sebagai masukan dan bahan kajian, khususnya bagi pengelola pasar.

## **1.6. Kerangka Pemikiran**

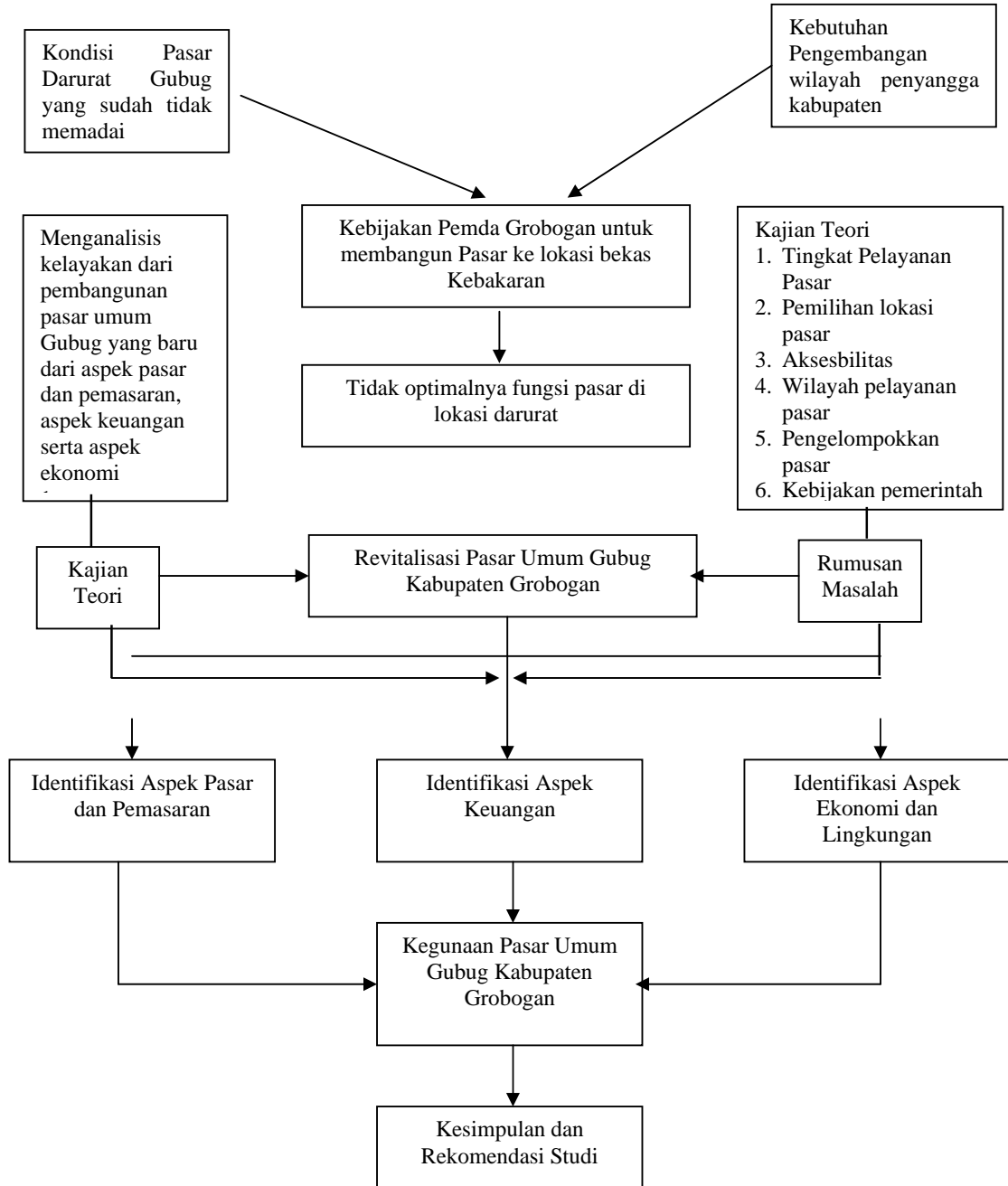
Pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan ekonomi menyebabkan tingginya aktivitas di lokasi pasar tradisional darurat (pasar lama terbakar) akibatnya pasar darurat menjadi padat dan tidak teratur. Selain itu juga sudah merupakan suatu kebutuhan untuk mengembangkan wilayah pinggiran, seperti di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan atau memacu aktivitas ekonomi di wilayah peyangga kabupaten dengan mengarahkan pendistribusian fasilitas ekonomi ke wilayah tersebut.

Berkaitan dengan hal tersebut pemerintah daerah telah menetapkan lokasi pembangunan pasar Gubug yang baru, yaitu ditempat pasar lama yang terbakar. Hal ini menimbulkan pertanyaan penelitian: “Faktor-faktor apa yang menyebabkan tidak optimalnya fungsi pasar tradisional , sehingga pembangunan pasar menjadi tidak layak ?”

Untuk menghindari adanya resiko kegagalan dalam pembangunan pasar, maka faktor – faktor penyebab berkembangnya pasar tersebut akan diteliti dengan mengembangkan jawaban atas pertanyaan sebagai berikut : faktor – faktor apa saja yang menyebabkan pasar tradisional bisa berkembang, faktor apa yang paling berpengaruh terhadap kelayakan pembangunan pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan, serta faktor – faktor apa saja yang perlu dipertimbangkan dalam pembangunan pasar tradisional di wilayah Gubug Kabupaten Grobogan.

Langkah yang pertama adalah dengan melakukan kajian terhadap literatur yang memuat masalah atau mempunyai hubungan dengan pembangunan pasar. Berdasarkan teori – teori tersebut maka dapat diketahui beberapa faktor (variabel) yang harus diketahui nilainya, apakah dengan memanfaatkan data yang sudah tersedia atau melalui pengamatan langsung ke lapangan sebagai upaya untuk

melengkapi kajian literatur, terutama untuk mengetahui keterkaitan antara faktor pedagang dengan perkembangan pasar.



**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## **1.7. Sistematika Penulisan**

Hasil penelitian disusun dalam beberapa bagian dengan sistematika penyajian sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan; berisi Latar Belakang studi ini dilakukan, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan dan Ruang Lingkup Studi, Manfaat Penelitian, kerangka Pemikiran, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan

Bab II : Kajian Teori Optimasi Pasar; berisi kajian teori yang berhubungan dengan topik bahasan antara lain Pengertian Pasar dan Pasar Tradisional, Perkembangan Pasar, Pasar Tradisional Sebagai Cermin Budaya Masyarakat, Lokasi Pasar dan Aksesibilitas, Wilayah Pelayanan Pasar, Pengelompokkan Pasar, Pengguna Pasar, Fungsi dan Peranan Pasar, Tinjauan Sosiologi dan Pengguna Pasar, Tata Letak (Lokasi) Bangunan Pasar, Tata Ruang Pasar, Analisis Kebijakan Publik dan Tahapan Pelaksanaan Proyek.

Bab III : Gambaran Umum Wilayah Penelitian yang berisi tentang Gambaran Umum Kabupaten Grobogan, Kondisi Wilayah Kecamatan Gubug, Gambaran Umum Pasar Gubug, Kondisi Lokasi Tapak Perencanaan, Kondisi Sarana dan Prasarana serta Monografi Pasar

Bab IV : Hasil dan Pembahasan yang berisi tentang : Kajian Pembangunan Pasar, Desain Gedung Pasar Baru Gubug Kabupaten Grobogan, Analisis Pasar dan Pemasaran, Analisis Ekonomi (Payback Periode, Net Present Value, Benefit Cost Ratio, Internal Rate Return), Kelayakan Ekonomi Pengembangan Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan

Bab V Penutup berisi tentang : Kesimpulan dan Saran

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Revitalisasi**

Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran/degradasi. Skala revitalisasi ada tingkatan makro dan mikro. Proses revitalisasi sebuah kawasan mencakup perbaikan aspek fisik, aspek ekonomi dan aspek sosial. Pendekatan revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan (sejarah, makna, keunikan lokasi dan citra tempat) (Danisworo dan , 2002).

Revitalisasi sendiri bukan sesuatu yang hanya berorientasi pada penyelesaian keindahan fisik saja, tapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakatnya serta pengenalan budaya yang ada. Untuk melaksanakan revitalisasi perlu adanya keterlibatan masyarakat. Keterlibatan yang dimaksud bukan sekedar ikut serta untuk mendukung aspek formalitas yang memerlukan adanya partisipasi masyarakat, selain itu masyarakat yang terlibat tidak hanya masyarakat di lingkungan tersebut saja, tapi masyarakat dalam arti luas (Laretna, 2002).

Persamaan fungsi yang dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional menimbulkan persaingan antara keduanya dan juga menimbulkan modernisasi dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern. Preferensi prioritas faktor internal, faktor eksternal, faktor bertahan, dan daya tarik pusat

perbelanjaan modern menyebabkan pasar tradisional mengalami kondisi bertahan, kehancuran, maupun modernisasi. Ketiganya ini dapat menyebabkan sebuah pasar tradisional dapat tetap mempertahankan konsep dan fisik bangunannya sebagai pasar, modernisasi dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern, dan menyebabkan suatu pasar tradisional ke arah kehancuran (Andreas Y.C. dan Marinus W., 2006).

Menurut Mudrajad Kuncoro (2008), isu utama yang berkaitan dengan perkembangan pasar tradisional adalah sebagai berikut.

1. Jarak antara pasar tradisional dengan *hypermarket* yang saling berdekatan.
2. Tumbuh pesatnya *minimarket* (yang dimiliki pengelola jaringan) ke wilayah pemukiman.
3. Penerapan berbagai macam syarat perdagangan oleh ritel modern yang memberatkan pemasok barang.
4. Kondisi pasar tradisional secara fisik sangat tertinggal, maka perlu ada program kebijakan untuk melakukan pengaturan.

Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, dikembangkan berbagai upaya untuk mengembangkan pasar tradisional. Salah satunya dilakukan dengan pemberdayaan pasar tradisional, antara lain dengan mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan, meningkatkan kompetensi pedagang dan pengelola, memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar tradisional yang telah ada sebelum dilakukan renovasi atau relokasi, serta mengevaluasi pengelolaan.

Revitalisasi yang dilakukan oleh pemerintah dengan maksud untuk kesejahteraan masyarakat menghadapi beberapa kendala. Kendala – kendala dalam revitalisasi adalah sebagai berikut : (Devi, 2012)

1. Menyangkut problem tata ruang. Selama ini, para pedagang selalu berebut menempati lahan dasar (*lower ground*) untuk meraup keuntungan dari pembeli. Karena itu, kalau ada pembangunan, mereka khawatir lahan yang ditempati bakal digeser. Hal ini yang menyebabkan setiap ada rencana pembangunan mereka selalu menolak. Problem tata ruang ini memang cukup rumit. Mengingat hampir semua pasar tradisional tidak memiliki *room programming (site plan)* memadai. Itu terbukti belum adanya penyediaan sarana yang memudahkan pembeli menjelajah pasar, seperti tangga berjalan, lift, dan lahan parkir. Tata ruang pasar dibiarkan begitu saja sehingga yang menempati lahan di luar *lower ground* selalu mendapatkan keuntungan kecil karena lebih jarang dikunjungi pembeli
2. Kecenderungan sosiologis pedagang pasar tradisional adalah menempatkan kecurigaan berlebihan (*over curiosity*) terhadap segala bentuk pembangunan. Mereka sering menyalah artikan, yakni pembangunan identik dengan penggusuran. Prasangka yang berkembang, setiap ada pembangunan berarti sewa atau pembelian stan menjadi barang mahal. Itu dipandang merugikan pedagang yang telah menempati stan pasar sebelumnya.

Beberapa langkah yang bisa dilakukan agar pasar bisa menjembatani berbagai kepentingan, baik pedagang, pemerintah maupun investor.

1. Dibutuhkan political will kuat dari pemerintah kota berupa jaminan kepada pedagang agar revitalisasi pasar benar-benar dilaksanakan. Adanya pembangunan pasar harus dilandasi garansi terhadap kelangsungan pedagang lama. Baru setelah itu, kehadiran investor diberikan rambu-rambu yang jelas agar tidak memberatkan karena terkait dengan penanaman modal. Kondisi ini tentu harus menjadi kajian semua pihak terutama Pemkot dan Dewan agar mencari solusinya. Tugas penting yang harus dilaksanakan adalah menciptakan keserasian. Yakni, jika ada investor yang ingin membangun pasar tidak berbenturan dengan pedagang yang telah menempati pasar.
2. Langkah revitalisasi pasar sebaiknya diujicobakan tanpa melibatkan investor. Caranya dengan mengembalikan pembangunan kepada pedagang. Setidaknya, di tiap pasar pedagang sudah memiliki organisasi yang menghimpun pedagang atau koperasi pasar. Yang perlu dilakukan masing-masing koperasi untuk mengelola dan mengatur pola revitalisasi itu, berapa besar beban kepemilikan stan serta penataan ruang terbuka hijau yang dibutuhkan agar pasar tidak terkesan kumuh.
3. Kepada lembaga yang menjadi fasilitator pembangunan dapat memberikan kredit lunak kepada pedagang. Hal ini dimaksudkan untuk meredam munculnya gejolak bila pembangunan pasar itu dilakukan.

## 2.2. Pengertian Pasar dan Pasar Tradisional

Pasar secara harfiah berarti berkumpul untuk tukar menukar barang atau jual beli sekali dalam 5 hari Jawa. Pasar diduga dari bahasa *Sanskerta Pancawara*. Pasar dalam konsep urban Jawa adalah kejadian yang berulang secara ritmik dimana transaksi sendiri tidak sentral, yang sentral dalam kegiatan pasaran adalah interaksi sosial dan ekonomi dalam satu peristiwa, Berkumpul dalam arti saling ketemu muka dan berjual beli pada hari pasaran menjadi semacam panggilan sosial periodik, Kata lain dari pasar adalah *peken* yang kata kerjanya *mapeken* artinya berkumpul (Wiryomartono, 1995).

Pasar mempunyai kaitan yang sangat erat dengan kegiatan ekonomi masyarakat, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Dalam hal ini pasar dapat diartikan sebagai arena distribusi atau pertukaran barang, di mana kepentingan produsen dan konsumen bertemu dan pada gilirannya menentukan kelangsungan kegiatan ekonomi masyarakatnya. Ginanjar (1980) berpendapat bahwa pasar adalah tempat untuk menjual dan memasarkan barang atau sebagai bentuk penampungan aktivitas perdagangan. Pada mulanya pasar merupakan perputaran dan pertemuan antar persediaan dan penawaran barang dan jasa.

Pasar dapat didefinisikan sebagai institusi atau mekanisme di mana pembeli (yang membutuhkan) dan penjual (yang memproduksi) bertemu dan secara bersama-sama mengadakan pertukaran barang dan jasa (Campbell, 1990). Sedangkan menurut Stanton (2006) pasar adalah sebagai orang-orang yang mempunyai kebutuhan untuk dipuaskan, mempunyai uang untuk dibelanjakan dan kemauan untuk membelanjakan uang.

Pasar merupakan tempat pembeli bertemu dengan penjual, barang-barang atau jasa-jasa ditawarkan untuk dijual dan kemudian terjadi pemindahan hak milik. Kottler (2002) melihat arti pasar dalam beberapa sisi, antara lain:

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

Pasar merupakan ruang sosial di samping ruang ekonomi. Faktor yang menyebabkan pasar tradisional masih tetap diminati adalah karakter/budaya konsumen. Meskipun informasi tentang gaya hidup modern dengan mudah diperoleh, tetapi tampaknya masyarakat masih memiliki budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja ke pasar tradisional. Terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaan itulah adalah di pasar masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga. Dalam proses tawar-menawar terjalin kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di modern (Mukhlas, 2007).

Berdasarkan pola manajemen yang dipakai, pasar dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar yaitu:

1. Pasar Tradisional, adalah pasar yang masih memakai pola manajemen yang sangat sederhana dengan ciri-cirinya setiap pedagang mempunyai satu jenis usaha, adanya interaksi antara penjual dan pembeli (tawar menawar harga), penempatan barang dijejer kurang tertata rapi, kenyamanan dan keamanan kurang diperhatikan.
2. Pasar Modern, adalah pasar yang sudah memakai pola-pola manajemen modern, dengan ciri-ciri jenis barang dagangan yang dilakukan oleh satu pedagang, harga *fixed* (tetap), tata letak barang dagangan teratur dengan baik dan rapi, kenyamanan dan keamanan sudah menjadi prioritas utama.

Ada pendapat lain, secara umum pasar dapat diklasifikasikan kedalam tiga kategori, yaitu :

1. Pasar tradisional merupakan pasar dengan area jual beli yang dikembangkan dan dikelola secara resmi oleh PEMDA dimana aktivitas tersebut hanya didukung oleh jumlah sarana serta tingkat kenyamanan yang relative secukupnya. Termasuk dalam hal ini pasar regional, pasar kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan.
2. Pasar modern, yaitu pasar dengan jual beli berbagai jenis barang yang dikelola secara terpadu dan pada umumnya menerapkan pola swalayan. Karakteristik yang terpenting dari pola pasar ini adalah adanya pengelolaan modern seperti manajemen, teknologi, serta promosi yang agresif, disamping tersedianya sarana belanja umum yang mewah, teratur, bersih dan nyaman. Pasar swalayan (supermarket), department store, pusat perbelanjaan seperti mall dan plaza termasuk dalam kategori pasar ini.

3. Pasar informal, merupakan pasar dengan area jual beli yang menempati lokasi secara tidak legal, sehingga aktivitas perdagangan yang terjadi berlangsung dalam suasana yang darurat dan seadanya. Pasar ini tidak memiliki sarana penunjang, pengaturan, maupun kenyamanan berbelanja. Pasar ini biasanya terdapat disekitar pasar formal, titik keramaian di jalan raya atau di wilayah permukiman.

Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan, pasar 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 kulakan/grosir. Pasar tradisional diartikan sebagai pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah atau koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

Departemen Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana, dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang tempat usaha sempit, sarana parkir yang kurang memadai, kurang menjaga kebersihan pasar, dan penerangan yang kurang baik). Barang-barang yang diperdagangkan adalah barang kebutuhan sehari-hari dengan mutu barang yang kurang diperhatikan,

harga barang relatif murah, dan cara pembeliannya dengan sistem tawar menawar. Para pedagangnya sebagian besar adalah golongan ekonomi lemah dan cara berdagangnya kurang profesional. Contoh pasar tradisional: Pasar Inpres, Pasar lingkungan dan sebagainya.

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

1. Orang dengan segala kebutuhan dan keinginannya atau sering disebut sebagai konsumen.
2. Daya beli, merupakan faktor yang dapat mengubah keinginan menjadi permintaan. Penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat tidak akan menjadi suatu permintaan apabila masyarakat tidak memiliki daya beli yang memadai.
3. Perilaku di dalam pembelian. Perilaku berkaitan dengan pola masyarakat di dalam pasar, seperti pola pengeluaran uang, perubahan selera jenis barang atau jasa, waktu mewujudkan dan membeli, fluktuasi harga atau nilai.

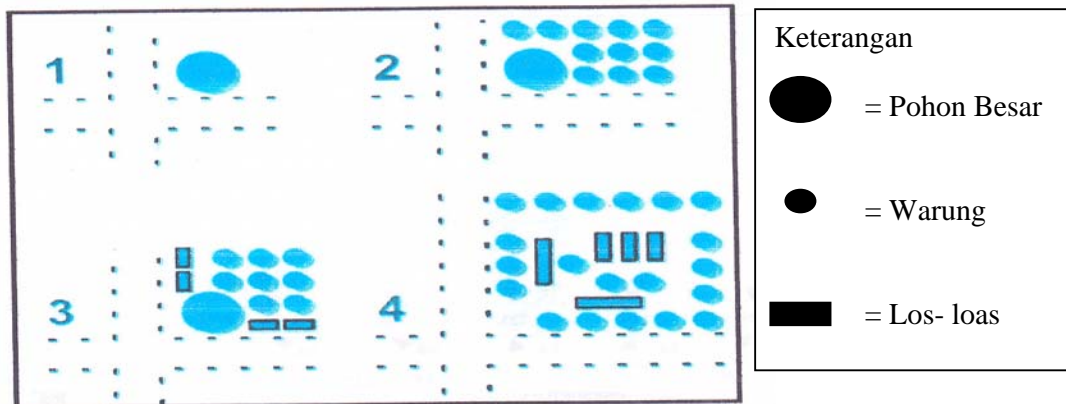
### **2.3. Perkembangan Pasar**

Perkembangan sebuah pasar secara garis besar diawali dengan adanya dua kebutuhan yang berbeda sehingga muncul barter pada saat itu. Pasar terus berkembang setelah dikenal nilai tukar barang (uang), muncul pasar tradisional yang memiliki lokasi tersebar pada ragam wilayah dan menempati tempat yang lebih permanen. Pada awalnya pasar tradisional ini mengambil tempat di suatu ruang atau lapangan terbuka, di bawah pohon besar yang telah ada, di salah satu

sudut perempatan jalan atau tempat lain yang setidaknya adalah strategis dilihat dari lokasi lingkungan yang bersangkutan (Moersid, 1995).

Pedagang dalam berjualan hanya sekedar menempati ruang terbuka tersebut dengan alat bantu berjualan yang dibawa dari tempat tinggalnya dan dibawa pulang setelah selesai berjualan. Pasar berkembang sejalan dengan munculnya bangunan sederhana terbuat dari bahan seperti bambu, kayu dan menempati ruang bercampur dengan para pedagang yang berjualan dengan cara sebelumnya. Campur tangan pihak pengelola daerah pada aktivitas pasar ini adalah berupa pembuatan kios / los yang permanen.

Adapun perkembangan bentuk Pasar Tradisional adalah dapat dijelaskan pada Gambar 2.1 di bawah ini :



**Gambar 2. 1**  
**Perkembangan Pasar Tradisional**

Berdasarkan Gambar 2.1 tersebut maka dapat dijelaskan :

1. Pada awalnya pasar berada pada ruang terbuka seperti lapangan, dan lokasi berada di bawah pohon.
2. Pasar lokasinya dibawah pohon-pohon.
3. Pasar lokasinya tetap dibawah pohon-pohon, tetapi pada saat yang sama sudah mulai muncul warung dan los-los yang bersifat permanen.
4. Perkembangan berikutnya mulai muncul los-los, toko kelontong, dan warung-warung. Inilah yang merupakan awal mulanya timbul pasar baru

#### **2.4. Pasar Tradisional Sebagai Cermin Budaya Masyarakat**

Fungsi utama pasar adalah sebagai tempat / wadah dimana kegiatan ekonomi perdagangan berlangsung, tetapi pasar juga mengemban misi sebagai wahana kegiatan sosial dan rekreasional. Pasar bisa digunakan untuk membaca 'budaya' dari masyarakat setempat (Moersid, 1995), Beberapa pasar memiliki karakteristik masing-masing dan ini membuat satu pasar dengan pasar yang lain berbeda. Pasar juga merupakan aset budaya yang mempunyai peran yang penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya masyarakat agraris pedesaan.

Melalui pengamatan pasar maka akan diketahui tentang :

- Menu makanan orang sehari-hari di daerah itu,
- Hasil bumi yang dihasilkan di *hinterland* kota itu,
- Bagaimana orang bertegur sapa,
- Cara berpakaian orang-orang dari berbagai kelas sekaligus,
- Tingkat disiplin warganya,

- Tingkat-tingkat bahasa yang dipakai dan banyak hal lagi yang bisa dijumpai di pasar.

Hal positif yang ada pada pasar tradisional (Moersid, 1995) adalah :

- Pasar memberikan pelayanan kepada semua tingkatan golongan masyarakat dan jadi tempat bertemunya antar golongan tersebut.
- Pasar menyediakan berbagai jenis pelayanan dan tingkat fasilitas sehingga pasar jadi tempat berbelanja dan berdagang dari berbagai golongan masyarakat.
- Pasar menampung pedagang-pedagang kecil golongan ekonomi lemah.
- Pasar menumbuhkan berbagai kesempatan kerja sampingan dan pelayanan penunjang
- Pasar dengan kelanjutan bentuk ‘tradisional’ ini menimbulkan suasana ‘*bazaar*’, tradisi tawar menawar dan hubungan langsung antar manusia yang manusiawi.

Tipe pasar tradisional sebenarnya sangatlah beragam jenisnya, dan dalam pertumbuhannya telah berlangsung lama. Masing-masing pasar memantapkan peran, fungsi serta bentuknya sendiri-sendiri. Bila umumnya mereka berfungsi sebagai pasar pengecer, di kota-kota beberapa pasar berkembang menjadi pasar pengumpul, sementara di kota-kota besar menjadi grosir. Beberapa pasar ada yang mengkhususkan pada penjualan komoditi tertentu, seperti hewan / ternak, buah dan sebagainya (Dewar dan Vanessa, 1990). Dalam waktu kegiatan perdagangannya pasar tradisional ini dikenal adanya pasar harian dan periodik (pasar Legi, Kliwon, Pon, Wage, pasar Minggu, pasar Jum’at dan sebagainya)

sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat akan komoditas pasar yang tidak selalu harus dipenuhi setiap hari.

## **2.5. Lokasi Pasar dan Aksesibilitas**

### **2.5.1 Lokasi Pasar**

Pasar membutuhkan lahan dan lokasi yang strategis, mengingat aktivitas yang terjadi di pasar tersebut dan pentingnya peran pasar sebagai salah satu komponen pelayanan kota, daerah dan wilayah yang mengakibatkan kaitan dan pengaruh dari masing-masing unsur penunjang kegiatan perekonomian kota. Dengan letak yang strategis, akan lebih terjamin proses transaksi jual-belinya daripada pasar yang letaknya kurang strategis. Dalam hal ini harus diperhatikan faktor-faktor keramaian lalu lintas, kemungkinan tempat pemberhentian orang untuk berbelanja, keadaan penduduk di lingkungan pasar, keadaan perparkiran dan sebagainya.

Dalam hal pemilihan lokasi pembangunannya, pasar sebaiknya didirikan pada lokasi yang ramai dan luas. Pendirian pasar pada lokasi yang tidak ada aktivitas perdagangannya, sangat sulit diharapkan akan dikunjungi oleh masyarakat. Sedangkan jumlah penduduk, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, aglomerasi dan kebijaksanaan pemerintah juga sangat mempengaruhi penentuan lokasi suatu kegiatan (Djojodipuro, 1992). Daerah dengan penduduk besar, merupakan pasar yang perlu diperhatikan.

Menurut Miles (1999), faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi adalah :

1. Zoning (peruntukan lahan)

2. 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, distribusi pendapatan)

De Chiara dan Koppelman (1999), menambahkan kriteria yang harus dipenuhi dalam menentukan lokasi pasar/pusat perbelanjaan adalah:

1. Kedekatan dengan pangsa pasar
2. Kedekatan dengan bahan baku
3. Ketersediaan tenaga listrik dan air
4. Iklim
5. Ketersediaan modal
6. Perlindungan terhadap kebakaran, perlindungan polisi, pelayanan kesehatan
7. Perumahan/permukiman penduduk
8. Peraturan setempat
9. Pertumbuhan kota di masa yang akan datang.

Selain hal-hal yang telah dikemukakan oleh Miles, De Chiara dan Koppelman, Duncan dan Hollander (dalam Ristantyo, 2004), mengemukakan hal-hal yang harus diperhatikan dalam penentuan lokasi pasar adalah:

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

Menurut Asy'ari (1993), diperlukan kemudahan yang maksimal bagi penyesuaian warga atau penduduk di suatu kota. Dalam jangka panjang diusahakan untuk menyediakan prasarana dan sarana melalui perencanaan menuju suatu keadaan yang ideal. Prinsip umum yang dijadikan pedoman dalam upaya manusia untuk mudah menyesuaikan diri pada alam lingkungan atau penyelarasan dengan sekitarnya, adalah:

1. Prinsip ongkos minimum, dengan mempertimbangkan faktor-faktor:
  - a. Perbedaan antara kegunaan dan harga tanah, bahan mentah, tenaga kerja serta modal

- b. Perbedaan permintaan dari berbagai pasar akan hasil (produksi) dengan harga penjualan
  - c. Ongkos transportasi bagi orang serta barang
  - d. Perbedaan harga dan ongkos penempatan barang dengan aspek keamanan atau resiko yang harus ditanggung
2. Prinsip lokasi median (*median location*), di mana lokasi yang paling tepat dapat ditentukan di tengah-tengah atau median dari segala arah. Jarak lokasi menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi yang paling tepat, dengan demikian dapat ditentukan letak zona atau lokasi pasar, pertokoan, supermarket, stasiun, pusat pendidikan, pusat pemerintahan, fasilitas kesehatan, dan lain sebagainya.
3. Prinsip penentuan jalur transportasi rutin. Pengaruh transportasi bagi *intersection* dari unit-unit permukiman penduduk sangat besar artinya dalam penentuan lokasi, misalnya untuk keperluan pabrik atau keperluan lainnya, sebab transportasi memudahkan mobilitas penduduk. Pertemuan antar rute transportasi merupakan median yang sangat strategis dan efisien bagi banyak keperluan.

Penentuan lokasi di kota sangat bervariasi, antara lain prinsip ongkos minimum, efisiensi, dan lokasi median, jalur transportasi, sumber bahan baku, pemasaran dan jumlah penduduk merupakan faktor yang mesti diperhitungkan.

### **2.5.2 Aksesibilitas**

Menurut Black (dalam Tamin, 2000), aksesibilitas adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi

satu sama lain dan mudah atau susah nya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Aksesibilitas adalah konsep yang menggabungkan sistem pengaturan tata guna lahan secara geografis dengan sistem jaringan transportasi yang menghubungkannya. Jadi dapat dikatakan di sini bahwa aksesibilitas merefleksikan jarak perpindahan di antara beberapa tempat yang dapat diukur dengan waktu dan/atau biaya yang dibutuhkan untuk perpindahan tersebut. Tempat yang memiliki waktu dan biaya perpindahan yang rendah menggambarkan adanya aksesibilitas yang tinggi. Peningkatan fungsi transportasi akan meningkatkan aksesibilitas karena dapat menekan waktu dan biaya yang dibutuhkan.

Jayadinata (1985) menambahkan bahwa terdapat beberapa alternatif kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan aksesibilitas suatu wilayah, supaya penduduknya dalam berbagai keadaan dapat menjangkau pelayanan sosial dan ekonomi yang dibutuhkan, yaitu:

1. Membantu mobilitas perorangan (ke tempat kerja, sekolah, pasar, balai pengobatan dan sebagainya)
2. Memberikan kegiatan pelayanan untuk penduduk (pelayanan keliling: kesehatan, perpustakaan dan sebagainya)
3. Merelokasi penduduk supaya dekat ke pusat kegiatan: pasar, sekolah dan sebagainya.
4. Menambah jalur pelayanan angkutan
5. Merelokasi kegiatan (supaya dekat dengan penduduk)

6. Mengadakan kebijakan tentang waktu (untuk berbagai kegiatan, dan untuk penjadwalan waktu seperti untuk: jam sibuk bagi sekolah, pasar, balai pengobatan dan sebagainya)

## 2.6. Wilayah Pelayanan Pasar

Dalam kegiatan ekonomi terdapat suatu istilah yaitu ambang (*threshold*) yang berarti jumlah minimal penduduk yang diperlukan untuk menunjang supaya suatu fungsi tertentu dapat berjalan lancar. Misalnya suatu macam prasarana atau sarana yang lebih tinggi fungsinya atau yang diperlukan oleh jumlah penduduk yang besar jumlahnya (pasar, sekolah menengah, dan sebagainya), harus terletak di wilayah yang jangkauan pelayanannya lebih luas yaitu bukan di desa tapi di kecamatan (Jayadinata, 1999).

Christaller (dalam Daldjoeni, 1987) melalui *central place theory* mengembangkan konsep range dan *threshold*. Diasumsikan suatu wilayah sebagai dataran yang homogen dengan sebaran penduduk yang merata, di mana penduduknya membutuhkan berbagai barang dan jasa. Kebutuhan-kebutuhan memiliki dua hal yang khas yaitu:

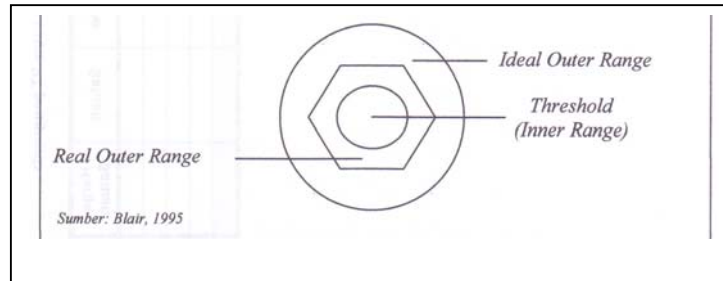
1. *Range*, jarak yang perlu ditempuh orang untuk mendapatkan barang kebutuhannya. Contoh *range* mebeler lebih besar daripada *range* susu, karena mebeler lebih mahal daripada susu.
2. *Threshold*, adalah minimum jumlah penduduk yang diperlukan untuk kelancaran dan kesinambungan suplai barang. Contohnya, toko makanan tidak memerlukan jumlah penduduk yang banyak, sedangkan toko emas

membutuhkan jumlah penduduk yang lebih banyak atau *threshold* yang lebih besar.

Barang dan jasa yang memiliki *threshold* dan *range* yang besar disebut barang dan jasa tingkat rendah, *threshold*-nya kecil dan *range*-nya terbatas. Makin tinggi tingkat barang dan jasa, makin besar pula *range*-nya dari penduduk di tempat kecil.

Christaller (1987) menganggap bahwa jumlah penduduk merupakan penentu dari tingkat pelayanan pusat sentral, selain itu juga fungsi dari pusat sentral itu menjadi penting, misalnya sebagai pusat kegiatan perdagangan, pendidikan, pemerintahan, maupun rekreasi. Ada hubungan yang sangat erat antara jumlah penduduk pendukung di suatu wilayah dengan tingkatan (hirarki) dari pusat pelayanan tempat sentral.

Teori tentang *market range* selanjutnya dikembangkan oleh Blair (1995), dengan pendapatnya tentang *market area*. *Market area* adalah suatu wilayah yang diperkirakan suatu produk bisa dijual. *Outer limit* menurut Blair terbagi dalam dua jenis, yaitu *ideal outer range* dan *real outer range*. *Ideal outer range* dari suatu barang jualan adalah jarak maksimum yang akan ditempuh oleh konsumen untuk memperoleh barang kebutuhannya selama biaya transportasi ditambah harga barang yang dibelinya masih dipandang lebih murah dari 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.



**Gambar 2.2**  
**Market Area**

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

1. Skala ekonomi (*economic scale*), barang/jasa usaha mempunyai skala ekonomi yang 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*.

Secara matematis, Huff (1963) dalam Tandiyar (2002) telah mengembangkan wilayah kemungkinan masyarakat belanja (*probability of an individual to shopping*), dengan mempertimbangkan luas bangunan pasar dalam satuan m<sup>2</sup> dan waktu tempuh dalam satuan menit dalam suatu rumus matematis sebagai berikut :

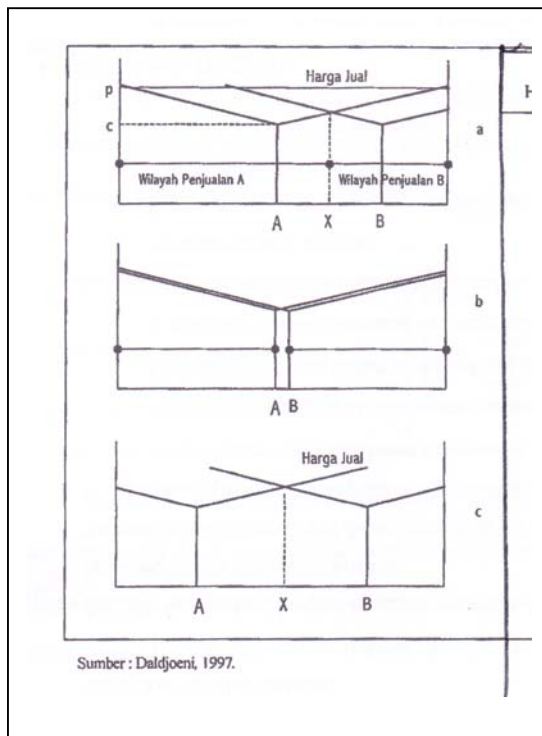
$$P_{is} = \frac{S_s / (T_{is})^b}{\sum_{I=1}^n S_j / (T_{ij})^b}$$

Dimana :

- P<sub>is</sub> = Kemungkinan Belanja Masyarakat
- S<sub>s</sub> = Luas bangunan pasar yang akan dibangun
- S<sub>j</sub> = Luas bangunan pasar yang terdekat
- T<sub>is</sub> = Waktu tempuh dari lingkungan masyarakat ke rencana pasar
- T<sub>ij</sub> = Waktu tempuh dari lingkungan masyarakat ke pasar terdekat
- b = eksponen, similar dengan kuadratnya *Reilly's Laws*.

Dalam perencanaan lokasi di perkotaan, teori ini akan lebih mudah untuk dimengerti, karena dalam masyarakat perkotaan, ketersediaan sarana dan prasarana angkutan, baik umum maupun pribadi sudah dianggap tidak menjadi persoalan. Dekatnya jarak tidak menjamin suatu kemudahan dalam pencapaian, akibat kemungkinan adanya kemacetan dan sebagainya. Masyarakat di perkotaan dianggap merupakan komunitas dengan kepadatan rata – rata yang lebih tinggi dari pada pedesaan, sehingga dukungan pengguna (*demand*) dipastikan akan tetap ada, sehingga dalam memperhitungkan pangsa pasar yang menjadi perhatian adalah kemungkinan pengaruh dari pesaing (daya tarik pesaing).

Persaingan wilayah pemasaran dapat dijelaskan pula dengan *Hotelling models* (Daldjoeni, 1997). Pada gambar 2.2, firma A dan B bersaing sebagai *duoplist in space* didalam melayani pasaran linier yang tercemrin pada garis sumbu horizontal. Biaya produksi (*c*) dianggap sama besarnya di semua lokasi, produk dijual dengan harga (*p*) yang mencerminkan biaya transportasi konsumen. Pada gambar a, nampak lokasi firma A terlatk di pusat daerah pemasaran, sedangkan firma B berada dalam jarak tertentu di sebelah kananya. Persaingan penjualan terjadi di posisi X dengan harga jual yang sama. Pada kondisi permintaan tidak elastis, yaitu dimana konsumen berbelanja secara berkala dengan tanpa memperdulikan harga, maka penggabungan (angglomerasi antara 2 firma tersebut) dengan bergesernya lokasi firma B ke arah kiri mendekati firma A sebagaimana tampak pada Gambar b, tidak akan menimbulkan kerugian baginya, meskipun tindakan ini akan menaikkan harga komoditi bagi konsumen yang berada di sebelah kanan akibat bertambahnya biaya *transport*.



Beraglomerasi firma B ke lokasi firma A, menyatakan bahwa kegiatan relokasi tidak menambah keuntungan selama berlaku permintaan elastis yang tidak terbatas. Namun apabila konsumen mulai mempertimbangkan pengaruh besarnya harga jual, maka produsen (firma A dan B) akan bergerak pada posisi yang bisa mengurangi harga jual, dalam hal ini bergerak ke arah kuartil, seperti ditunjukkan dalam Gambar c.

Upaya pengembangan wilayah pasaran telah banyak dilakukan oleh para ekonom, diantara oleh Weber dan Losch. Dalam upaya tersebut, Weber lebih mengemukakan dalam meminimuman biaya, sedangkan Losch menitikberatkan pada masalah *demand*. Upaya mengkombinasikan pendapat keduanya dilakukan oleh Greenhut dan Isard. Greenhut mengupayakan kombinasi diantara keduanya

dalam pemaksimalan laba, sedangkan Isard berupaya dengan mengecilkan biaya produksi melalui cara substitusi suatu lokasi.

Pasar tradisional yang termasuk dalam pedagang eceran, mempunyai cara untuk menempatkan lokasi dagangannya, diantaranya adalah dengan menempatkannya di pusat jalur transportasi atau di persimpangan jalan serta ditempat yang tidak mempunyai persaingan antara sesama pedagang dengan jualan sejenis (Morris dalam Chrismanto, 2000). Hal ini hampir sama dengan apa yang disebut dengan lokasi media dan lokasi yang merupakan jalur transportasi rutin, dilalui oleh kendaraan umum termasuk angkot dan kendaraan pribadi, yang diungkapkan oleh Asy'ari dalam Chrismanto (2000).

Jumlah penduduk, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, aglomerasi dan kebijaksanaan pemerintah sangat berpengaruh dalam penentuan lokasi suatu kegiatan (Djojodipuro, 1992). Suatu daerah yang memiliki jumlah penduduk yang banyak merupakan pasar yang perlu diperhatikan. Daerah perkotaan merupakan tempat pemusatan penduduk dengan pendapatan perkapita yang lebih tinggi dari pedesaan, disamping itu daerah perkotaan cenderung menunjukkan distribusi pendapatan yang kurang merata. Kondisi ini menyebabkan daerah perkotaan menjadi lebih menarik bagi pemasaran barang kebutuhan sehari – hari.

Hingga yang ditentukan oleh pedagang didasarkan atas biaya produksi (biaya untuk membeli barang dagangan) dan kondisi permintaan yang dihadapi, baik yang berupa elastisitas permintaan ataupun besarnya biaya angkutan yang

harus dikeluarkan. Hal ini menimbulkan adanya fluktuasi dan perbedaan harga antara suatu pasar dengan pasar lainnya.

Berkumpulnya berbagai jenis kegiatan mengakibatkan timbulnya penghematan eksternal yang dapat dinikmati oleh semua pedagang/pembeli yang ada dipasar tersebut. Pada dasarnya ada dua perbedaan jenis penghematan aglomerasi : 1). Penghematan yang diperoleh pasar sejenis atau pasar yang mempunyai hubungan satu sama lainnya dan 2) penghematan yang diperoleh pedagang pasar yang berlokasi di pusat perkotaan karena adanya infrastruktur di daerah perkotaan yang telah berkembang pesat.

Selain penghematan seperti yang diuraikan diatas, aglomerasi suatu pusat kegiatan ekonomi memungkinkan makin lengkapnya barang kebutuhan masyarakat ditempat itu, dengan demikian maka nilai ekonomis, geografis dan psikologisnya akan semakin meningkat (Daldjoeni, 1997).

Pemerintah berperan dalam menentukan lokasi pasar melalui berbagai kebijakan yang dikeluarknya. Kebijakan ini dapat berupa dorongan ataupun hambatan dan bahkan larang untuk industri berlokasi di tempat tertentu. Kebijakan tersebut didasari oleh adanya pengaturan perencanaan kota, penataan pertanahan ataupun ekonomi.

## **2.7. Pengelompokkan Pasar**

Melihat gambar distribusi materi perdagangan, maka pasar akan memegang peranan penting dalam kegiatan ekonomi kota. Banyaknya unsur yang terlibat dalam mekanisme distribusi juga akan mengakibatkan terjadinya pengelompokan atau pengkategorian pasar. Menurut Eisner (1993) pusat

perbelanjaan dapat dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan lingkup pelayanannya :

1. Pusat Lingkungan

Merupakan sumber setempat untuk bahan makanan serta pelayanan sehari-hari untuk penduduk sebesar 7.500 sampai 20.000 orang. Ukuran rata-ratanya adalah sekitar 40.000 ft<sup>2</sup> atau 3720 m<sup>2</sup> luas lantai kotor, namun bisa bervariasi antara 30.000 - 74.000 ft<sup>2</sup> (2787 - 6875 m<sup>2</sup>). Lokasi ini harus berada dalam kawasan seluas 4 - 10 acre (1,6 - 4 ha). Pusat perbelanjaan ini biasanya dirancang di sekitar kawasan pasar swalayan sebagai pelayanan perdagangan eceran utama.

2. Pusat Daerah/Kota

Bisa melayani penduduk antara 20.000 - 100.000 orang dan memperluas pelayanan pusat lingkungan dengan menyediakan toko atau toserba kecil sebagai unsur utama. Ukuran rata-ratanya adalah 150.000 ft<sup>2</sup> (13,935 m<sup>2</sup>) luas lantai kotor atau antara 100.000 - 300.000 ft<sup>2</sup> (9.240 - 27.871 m<sup>2</sup>), dengan luas lahan antara 10 - 30 acre (4 - 12 ha).

3. Pusat 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 ini dapat melayani penduduk antara 100.000 - 250.000 orang. Ukuran rata-ratanya adalah 400.000 ft<sup>2</sup> (37.161 m<sup>2</sup>) luas lantai, meskipun bisa mencapai 1.000.000 ft<sup>2</sup> (92.903 m<sup>2</sup>). Minimum luas arealnya adalah 40 acre (16 ha), sedangkan pusat yang terbesar memerlukan sampai 100 acre (40,5 ha).

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 sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Matriks Pengelompokan Fasilitas Perdagangan**

No.	Jenis Kegiatan	Minimum Penduduk (Jiwa)	Lokasi	Luas Tanah (m <sup>2</sup> )	Radius Pencapaian (m)	Standar (m <sup>2</sup> /Pddk)
1	2	3	4	5	6	7
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*

Terdapat suatu standar yang digunakan dalam pengaturan kota yang dikemukakan Chapin dalam Jayadinata (1999) bahwa jarak tempuh antara pasar atau prasarana lain harus bisa ditempuh dari lingkungannya yang dilayaninya (market area) sampai jarak  $\frac{3}{4}$  km atau 10 menit berjalan kaki. Sedangkan untuk standar luasnya ditetapkan 500 m<sup>2</sup>/1.000 penduduk. Standar tersebut tidak mutlak, hanya merupakan patokan dalam perencanaan prasarana dan sarana perkotaan.

Kotler membuat suatu prinsip klasifikasi pasar menurut lokasi, skala pelayanan, jenis barang dagangan, konstruksi fisik, jumlah pedagang, keramaian, permodalan dan luas areal pasar. Aspek-aspek tersebut berbeda untuk setiap tingkatan pasar, seperti pada Tabel 2.2 berikut:

**Tabel 2.2**  
**Prinsip Klasifikasi Pasar**

No.	Ciri-ciri Fasilitas Pasar	Krempyeng/ Darurat	Kelas III (Pasar Lingkungan)	Kelas II (Pasar Kecamatan)	Kelas I (Pasar Kota)	Kelas Utama (Pasar Regional)
1	Lokasi	RW	Kelurahan	Kecamatan	Wilayah sub kota/wilayah kota yang strategis	Wilayah kota yang sangat strategis
2	Skala Pelayanan Radius: Pengguna:	1.000 m 250-750 jiwa	2.000 m 10.000-20.000 jiwa	7.500 m 50000-75000 jiwa	10.000 m 250.000-500.000 jiwa	Lokal dan regional 500.000-750.000 jiwa
3	Barang Dagangan	Kebutuhan pokok	Kebutuhan primer dan sekunder dengan harga murah	Kebutuhan primer dan sekunder dengan harga menengah	Kebutuhan primer dan sekunder dengan harga menengah serta lux	Kebutuhan primer dan sekunder dengan harga lux
4	Konstruksi Fisik	Bangunan biasa dan alat peraga	Bangunan semi permanen	Bangunan permanen dan tersedia fasilitas parkir	Bangunan permanen/bertingkat, tersedia fasilitas parkir dan bongkar muat	Bangunan permanen berlingkat standard, berukuran memadai, tersedia fasilitas parkir, bongkar muat dan fasilitas penunjang lain cukup.
5	Jumlah Pedagang	100-150 jiwa	250-300 jiwa	300-500 jiwa	1000-2500 jiwa	2000-4000 jiwa
6	Keramaian	Cukup, waktu terbatas	Cukup ramai	Cukup ramai	Cukup tinggi	Tinggi
7	Permodalan	Relatif kecil	Relatif kecil	Relatif sedang	Relatif besar	Relatif besar
8	Luas Areal	0,05-0,07 ha	0,07-0,30 ha	0,60-1,50 ha	1,00-2,50 ha	5,00-6,00 ha

*Sumber: Kotler, 1976 dalam Master Plan Pasar Waru Indah, Bappeda Tk II Semarang, 1994*

## 2.8. Pengguna Pasar

Pengguna pasar secara umum dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu pembeli dan pedagang. Menurut Damsar (1997) pembeli dapat digolongkan menjadi:

1. 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.
2. 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.
3. 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 seseorang penjual tidak terjadi secara kebetulan tetapi melalui proses interaksi sosial.

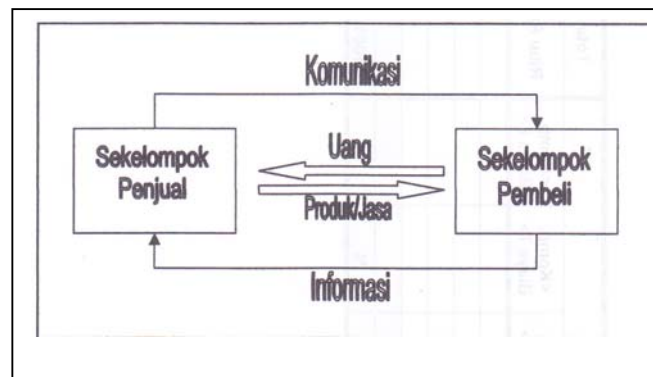
Dalam aktivitas perdagangan, pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam ekonomi, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan, dapat dibedakan menjadi pedagang distributor (tunggal), pedagang (partai) besar, dan pedagang eceran.

Sedangkan dari pandangan sosiologi ekonomi, menurut Damsar (1997), membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengolahan pendapatan yang didapatkan dari hasil perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan penggunaan dan pengolahan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, pedagang dikelompokkan menjadi :

1. Pedagang profesional, yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan sebagai sumber utama pendapatan dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
2. Pedagang semi profesional, yaitu pedagang yang melakukan aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan tersebut merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
3. Pedagang subsistensi, yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian ke pasar desa atau kecamatan.

4. 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, sebagai gantinya mereka menerima uang dan informasi. Hubungan antara penjual dan pembeli tersebut dapat dilihat dalam skema sistem pemasaran sederhana berikut.



**Gambar 2.3**  
**Skema Sistem Pemasaran Sederhana**

*Sumber: Kotler & Armstrong, 2001*

## **2.9. Fungsi dan Peranan Pasar**

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

Berdasarkan Keputusan Menteri Pekerjaan Umum No.378/KPTS/1987 tentang Pengesahan 33 Standar Konstruksi Bangunan Indonesia, fungsi pasar yang ada saat ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tempat pengumpulan hasil pertanian

Hasil-hasil pertanian seperti ketela, kol, kentang, beras, bawang dan sebagainya, penjualannya banyak terjadi di pasar. Proses jual beli di lokasi penghasil pertanian lebih banyak dilakukan oleh Pengumpul, kemudian dilakukan proses jual beli di pasar.

2. Tempat distribusi barang industri

Di samping hasil pertanian, barang-barang industri tertentu (kelontong dan alat rumah tangga) yaitu peralatan yang diperlukan sebagai pelengkap dapur dan kebutuhan sehari-hari, juga disediakan di pasar. Kualitas hasil industri yang dipasarkan juga tergantung pada tingkat pelayanan pasar.

3. Tempat menukar barang kebutuhan

Sering kali terjadi proses jual beli tidak mempergunakan alat tukar (uang) tetapi barang (barter). Proses ini sebagai akibat jual beli terjadi kontak langsung antara penjual dan pembeli, kuatnya faktor budaya atau kebiasaan dari penjual.

4. Tempat jual beli barang dan jasa

Pasar sebagai fungsi ekonomis merupakan tempat jual beli barang dan jasa. Jasa di sini tidak selalu berupa barang, tetapi lebih merupakan tenaga keahlian atau pelayanan, misalnya tukang cukur, tukang parut dan pembawa barang dagangan.

## 5. Tempat informasi perdagangan

Pasar merupakan tempat informasi perdagangan, karena di dalam pasar terjadi proses perputaran jenis barang, uang dan jasa. Melalui informasi pasar dapat diketahui jumlah barang atau jenis barang yang beredar atau diperlukan, harga yang berlaku hingga pola distribusi barang.

Pasar terus berkembang perannya sebagai akibat berkembangnya fungsi pasar. Berdasarkan pada pengertian-pengertian mengenai pasar dan dengan berkembangnya ragam kegiatan yang terjadi, maka pasarpun mempunyai peranan yang beragam. Dalam Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 378/KPTS/1987 tentang Pengesahan 33 Standar 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 dapat diartikan bahwa di dalam pasar dapat ditemukan kebutuhan pokok sehari-hari atau kebutuhan pada waktu-waktu tertentu.

### 2. Pasar sebagai tempat rekreasi

Pasar menyediakan beraneka ragam kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan untuk waktu 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. Dari besarnya penarikan retribusi akan menambah pendapatan daerah. Besarnya penarikan retribusi akan tergantung pada kondisi pasar, skala pelayanan dan pengelolaan pasar.

4. Pasar sebagai tempat pencaharian atau kesempatan kerja

Berdagang juga merupakan pelayanan jasa, sehingga dalam kegiatan pasar, tidak lagi sekedar tempat jual beli, tetapi juga tempat kerja.

5. Pasar sebagai tempat komunikasi sosial

Bentuk jual beli, antara pedagang dan pembeli terjadi dengan kontak langsung, sehingga dalam proses jual beli terjadi komunikasi, terjadi interaksi sosial. Pada pasar-pasar tradisional yang sifat kemasyarakatannya masih menampilkan sifat kerukunan, paguyuban, orang datang ke pasar, kadang-kadang hanya untuk mengobrol, mengikat kerukunan yang telah ada dan menyambung hubungan bathin. Paguyuban ini nampak akrab karena pembeli (pengunjung) yang datang tidak dibedakan status sosial atau profesi.

6. Pasar sebagai tempat studi dan latihan

Untuk mengetahui seluk beluk kondisi pasar dan perkembangan pasar, maka pasar dapat dipakai sebagai tempat studi dan pendidikan. Dari pasar dapat diketahui tingkat kebutuhan suatu daerah/kota, tingkat pendapatan, tingkat pelayanan, pola hubungan antar pasar dengan komponen pelayanan lain.

## **2.10. Tinjauan Sosiologi dan Pengguna Pasar**

### **2.10.1. Tinjauan Sosiologi Ekonomi**

Pasar merupakan salah satu penggerak dinamika ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi tidak lepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pengguna pasar yakni pembeli dan pedagang.

Menurut Damsar dalam bukunya Sosiologi Ekonomi (1997) didalam teori ekonomi keberadaan budaya dan hubungan sosial pembeli juga penjual dapat diabaikan. Para ekonom mengasumsikan bahwa aktor ekonomi (pembeli dan penjual) bertindak untuk mencapai kepentingan pribadinya sendiri, dalam isolasi dari setiap faktor budaya dan hubungan sosial yang ada. Sehingga latar belakang budaya dan hubungan sosial pembeli dan penjual dalam pandangan teori ekonomi bisa diabaikan.

Lebih jauh Damsar mengatakan bahwa : aktor ekonomi adalah *homo sociologicus*. Ini bukan berarti bahwa aktor mengikuti secara otomatis atau mekanis adat istiadat, kebiasaan atau norma yang dimilikinya tetapi dia menginterpretasikan kesemuanya itu dalam sistem hubungan sosial yang sedang berlangsung.

### **2.10.2. Pengguna Pasar**

Pengguna pasar dibedakan menjadi 2 yaitu pembeli dan pedagang. Menurut Damsar (1997) pembeli dikelompokkan menjadi 3 yakni:

- a. Pengunjung, yaitu mereka yang datang ke pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap 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, tetapi melalui proses interaksi sosial.

Dalam aktivitas perdagangan, pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam ekonomi, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan dapat dibedakan menjadi : pedagang distributor (tunggal), pedagang (partai) besar, dan pedagang eceran. Sedangkan dari pandangan sosiologi ekonomi menurut Damsar (1997) membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengolahan pendapatan yang didapatkan dari hasil perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan penggunaan dan pengolahan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, pedagang dapat dikelompokkan menjadi :

- Pedagang Profesional, yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan merupakan pendapatan / sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
- Pedagang Semi Profesional, yaitu pedagang yang mengakui aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.

- Pedagang Subsistensi, yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian ke pasar desa atau kecamatan.
- Pedagang Semu, yaitu orang yang melakukan kegiatan 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, malahan mungkin saja sebaliknya ia (akan) memperoleh kerugian dalam berdagang.

### **2.10.3. Penggunaan dan Pemanfaatan Aspek Ruang**

Menurut Damsar (1997) pemanfaatan dan penggunaan ruang bagi aktor ekonomi dalam hal ini adalah orang-orang yang terlibat dalam aktivitas jual beli di pasar terutama ditujukan kepada fungsi ekonomi, disamping juga dapat diselimuti oleh kombinasi dengan aspek lain seperti politik, sosial dan budaya. Upaya penggunaan dan pemanfaatan ruang sedemikian hingga bagaimana menjadikan ruang sebagai tempat yang strategis atau bagaimana memperoleh ruang yang strategis sehingga posisi yang ditempati menghasilkan sesuatu yang menguntungkan (segi finansial, akses kepada pembeli, dsb). Strategi yang *pertama* dimaksudkan untuk memperindah dan mempercantik ruang, sehingga menarik orang untuk memperhatikan atau sekedar melirik tempat tersebut. Strategi *kedua* ditujukan untuk membuat orang yang berlama-lama dan kembali lagi pada waktu yang lain ke tempat yang sama (Damsar, 1997).

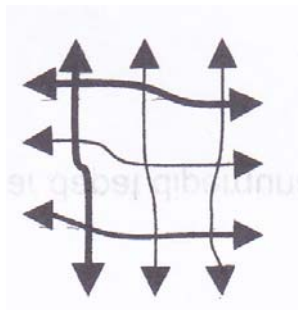
## 2.11. Tata Letak (Lokasi) Bangunan Pasar

Menurut David Dewar dan Vannesa W (1990), lokasi sebuah pasar adalah merupakan faktor yang penting / berpengaruh pada keberhasilan pasar tersebut. Pada skala kota ada 3 faktor utama yang mempengaruhi lokasi tersebut yakni :

- a. *Location of generator of population movement* (lokasi yang menimbulkan pergerakan populasi / orang),
- b. *Sources of supply* (sumber-sumber persediaan barang yang diperjualbelikan),
- c. *Location of consumers* (lokasi dari pembeli / pemanfaat pasar).

### 2.11.1. Lokasi yang Menimbulkan Pergerakan Populasi (Orang)

Pasar-pasar sangat peka pada sirkulasi dan konsentrasi dari pejalan kaki dan lalu lintas dan paling berhasil dari sebuah pasar adalah karena begitu dekat dengan orang banyak (D Dewar and Vanessa W, 1990). Karena itu pasar-pasar yang paling berhasil berada di CBD (*Central Business District*) dan kumpulan perdagangan formal yang lain, pusat / konsentrasi industri, sekitar terminal transportasi umum (terminal bus, stasiun kereta api, dsb) dan lokasi yang memiliki kepadatan tinggi.



### **2.11.2. Sumber-Sumber Persediaan (Barang Yang Diperjualbelikan)**

Faktor kedua yang mempengaruhi keberhasilan lokasi sebuah pasar adalah kunjungan dari sumber-sumber utama dari persediaan (*is the siting of mayor sourcess of supply*) barang-barang yang diperjualbelikan.

### **2.11.3. Lokasi Pembeli**

Berdasarkan sudut pandang perencanaan sebuah pasar, faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan dalam menentukan lokasi pasar adalah kebutuhan untuk melayani konsumen kota semudah / sedekat mungkin. Dalam artian bahwa lokasi pasar sebaiknya mudah dijangkau oleh konsumen pasar, baik yang menggunakan kendaraan pribadi (*higher income*), pejalan kaki (*lower income*) ataupun yang menggunakan angkutan umum.

## **2.12. Tata Ruang Pasar**

### **2.12.1 Penataan Komoditi Barang Dagangan**

Dalam kaitannya penataan sebuah pasar terutama kaitannya dengan komoditi barang dagangan menurut D Dewar dan Vanessa W dalam bukunya *Urban Market Developing Informal Retailing* (1990) dibedakan penempatannya sesuai sifat barang tersebut. Barang-barang yang memiliki karakter hampir sama seperti buah-buahan sayur, ditempatkan pada tempat yang berdekatan juga daging dan ikan, telur, dsb. Penempatan barang-barang yang memiliki karakter sejenis ini dengan alasan bahwa (D.Dewar dan Vanessa.W, 1990) :

- Para konsumen / pembeli bisa dengan mudah untuk memilih dan membandingkan harganya.

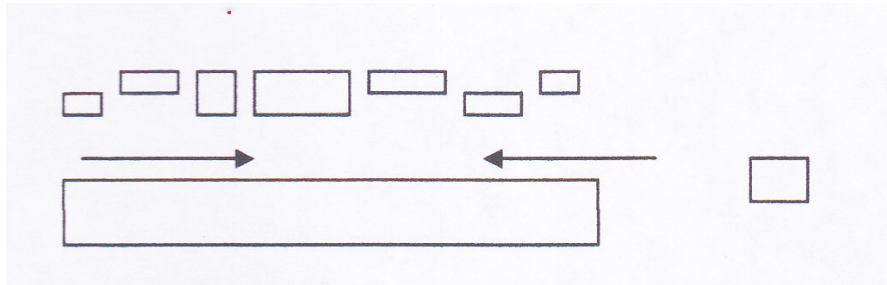
- Perilaku pembeli begitu banyak kemungkinannya, konsentrasi dari sebagian barang-barang dan pelayanan memberikan efek image dari pasar pada konsumen.
- Setiap barang mempunyai karakter penanganan, seperti tempat bongkarnya, drainage, pencuciannya, dsb.
- Setiap barang mempunyai efek-efek samping yang berlainan seperti bau dan pandangan.

Setiap barang membutuhkan lingkungan yang spesifik untuk mengoptimalkan penjualannya seperti butuh pencahayaan, butuh penataan khusus seperti pakaian, sepatu, dsb.

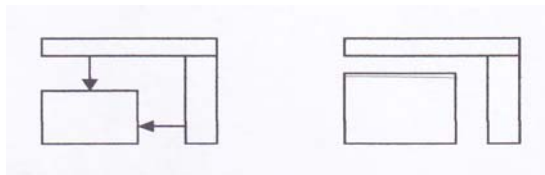
### **2.12.2 Ruang Terpinggirkan**

Problem yang paling sering dijumpai berhubungan dengan *lay out* fisik ruang pasar adalah problem ruang terpinggirkan / *spatial marginalization* (D.Dewar dan Vanessa W, 1990). *Lay out* ini berhubungan dengan pergerakan populasi pengunjung di dalam sebuah pasar yang terkait dengan tata ruang los / kios-kiosnya. Penyebaran dari flow / pergerakan pedestrian dipengaruhi oleh tiga faktor utama yakni : lingkungan, orientasi dari pasar pada pola sirkulasi pedestrian yang dominan, dan kontak visual. Pergerakan / sirkulasi di dalam pasar akan berpengaruh pada sering atau jarang nya suatu tempat / kios / los dikunjungi atau dilewati oleh calon pembeli, sehingga di dalam sebuah pasar tidak menutup kemungkinan dijumpai tempat-tempat yang mati / jarang dikunjungi oleh pembeli (*dead spots*). Ada 4 bentuk dari *dead spots* ini yang perlu diperhatikan untuk diamati pada sebuah pasar yakni :

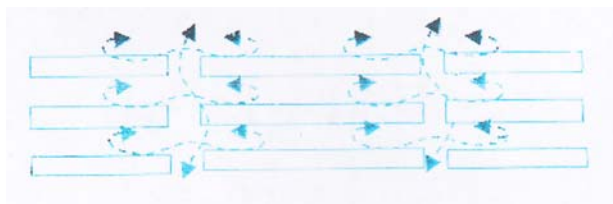
- *Dead spots* disebabkan oleh bentuk pasar yang tidak bersebelahan atau terpecah (*caused by a non contiguous, fragmented market form*).



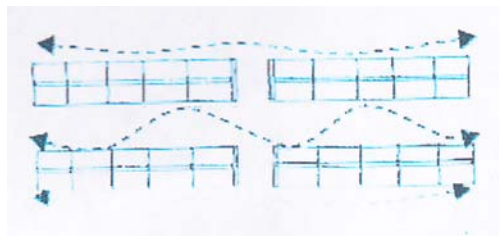
- Dead spots terjadi ketika toko dan kios saling berhadapan.



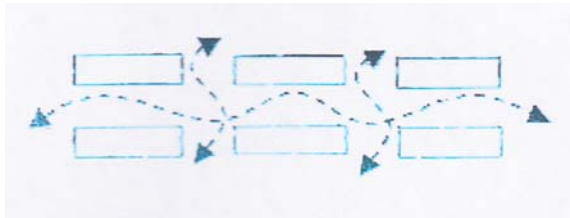
- Dead spots yang disebabkan oleh banyaknya pertemuan jalur sirkulasi pengunjung



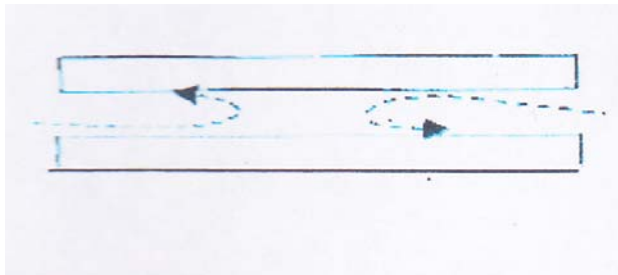
- Ruang mati yang disebabkan terlalu lebarnya jalur sirkulasi pengunjung



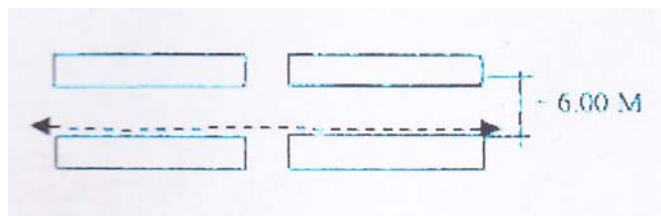
Selain masalah *dead spots*, panjang kios / los (*stalls*) dan lebar jalur sirkulasi berpengaruh pada pergerakan konsumen pasar, adapun hubungan beberapa contoh fenomenanya adalah sebagai berikut :



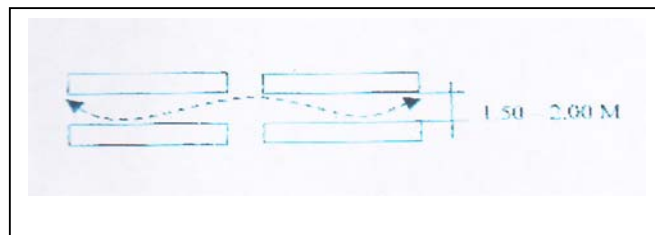
- Terlalu pendeknya jarak pertemuan untuk pergerakan pembeli



- Terlalu lebar dan panjang jalur untuk pergerakan pembeli



- Terlalu sempit jalur untuk pergerakan pembeli



### **2.13. Analisis Kebijakan Publik**

Menurut Dunn (2003), analisis kebijakan (*policy analysis*) adalah suatu aktivitas intelektual dan praktis yang ditujukan untuk menciptakan, secara kritis menilai dan mengkomunikasikan pengetahuan tentang proses kebijakan dan di dalam proses kebijakan. Pada dasarnya analisis kebijakan dibagi dalam dua aspek yaitu analisis kebijakan deskriptif (*descriptive policy analysis*) dan analisis kebijakan normatif (*normative policy analysis*).

Analisis kebijakan deskriptif adalah aspek analisis kebijakan yang ditujukan ke arah penciptaan, kritik dan komunikasi klaim pengetahuan tentang sebab dan akibat kebijakan, sedangkan analisis kebijakan normatif adalah aspek analisis kebijakan yang ditujukan ke arah penciptaan, kritik dan komunikasi klaim pengetahuan tentang nilai kebijakan untuk generasi masa lalu, sekarang dan masa mendatang. Dalam analisis kebijakan terdapat prosedur umum yang biasa dipakai untuk memecahkan masalah, yaitu perumusan masalah, peramalan, rekomendasi, pemantauan dan evaluasi. Perumusan masalah (definisi) menghasilkan informasi mengenai kondisi-kondisi yang menimbulkan masalah kebijakan.

Peramalan (prediksi) menyediakan informasi mengenai konsekuensi di masa mendatang dari penerapan alternatif kebijakan, termasuk tidak melakukan sesuatu. Rekomendasi (preskripsi) menyediakan informasi mengenai nilai atau kegunaan relatif dari konsekuensi di masa depan dari suatu pemecahan masalah. Pemantauan (deskripsi), menghasilkan informasi tentang konsekuensi sekarang dan masa lalu dari diterapkannya alternatif kebijakan. Evaluasi, menyediakan

informasi mengenai nilai atau kegunaan dari konsekuensi pemecahan atau pengatasan masalah.

Dalam era otonomi daerah saat ini, kemampuan pemerintah daerah untuk dapat menganalisis dan memecahkan permasalahan yang ada di daerahnya sudah merupakan suatu keharusan yang tidak dapat ditunda lagi. Menurut Tangkilisan (2003), kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah harus responsif terhadap kepentingan masyarakat luas, dan dapat memelihara suatu mekanisme pengambilan keputusan yang taat pada asas pertanggungjawaban publik. Harus ada transparansi kebijakan, artinya untuk setiap kebijakan yang diambil, harus jelas siapa yang memprakarsai kebijakan itu, apa tujuannya, apa resiko yang harus ditanggung dan siapa yang harus bertanggung jawab jika kebijakan itu gagal.

Di bidang ekonomi, pemerintah daerah dapat mengembangkan kebijakan regional dan lokal untuk mengoptimasi pendayagunaan potensi ekonomi di daerahnya. Ini memungkinkan lahirnya berbagai prakarsa pemerintah daerah untuk menawarkan fasilitas investasi, memudahkan proses perizinan usaha dan membangun berbagai infrastruktur yang menunjang perputaran ekonomi di daerahnya. Untuk menciptakan pemerintahan yang lebih efektif, Osborne dan Gaebler (dalam Sutopo, 2000) menawarkan prinsip-prinsip untuk mereformasi penyelenggaraan pemerintahan baik di tingkat daerah/lokal maupun di tingkat pusat, diantaranya adalah:

- a. *Catalytic government, steering rather than rowing*: prinsip ini mengemukakan bahwa pemerintah seyogyanya lebih banyak mengatur dan mengendalikan daripada melaksanakan sendiri semua urusan dan pelayanan. Dalam hal ini

pemerintah harus dapat memberikan peran dan tanggung jawab kepada swasta dan masyarakat dalam menyelenggarakan urusannya.

- b. *Community-owned government, empowerment rather than serving*: pemerintah secara normatif adalah milik rakyat (masyarakat) oleh karena itu mestinya pemerintah melepaskan pengawasan atas pelayanan dari birokrasi pemerintah dan diserahkan kepada masyarakat dengan cara memberdayakan masyarakat. Dengan demikian masyarakat diharapkan mampu berswadaya sehingga dapat mengurangi ketergantungan kepada pemerintah.
- c. *Customer-driven government, meeting needs of the customer not the bureaucracy*: pemenuhan kebutuhan masyarakat sebagai pelanggan jasa pelayanan umum merupakan kewajiban pemerintah, bukan pemenuhan kebutuhan birokrasi pemerintah itu sendiri. Organisasi pemerintah harus tahu siapa pelanggan mereka.
- d. *Anticipatory government, prevention rather than cure*: pemerintah harus selalu dapat mengantisipasi kemungkinan timbulnya masalah-masalah didalam masyarakat, sehingga mampu melakukan tindakan pencegahan. Melakukan tindakan pencegahan akan lebih murah daripada mengatasi masalah yang cenderung makin meluas.

#### **2.14. Analisis Kelayakan Proyek**

Kelayakan suatu proyek biasanya diukur dengan empat macam kelayakan, yaitu: Kelayakan teknis, kelayakan ekonomi dan finansial, kelayakan politis, dan kelayakan administratif. Keempat kelayakan ini diprediksi sebelum suatu proyek dijalankan. Kelayakan teknis berkaitan dengan pertanyaan apakah secara teknis,

proyek tersebut dapat dilaksanakan ?. Kelayakan ekonomi dan finansial berkaitan dengan biaya dan keuntungan, sedangkan kelayakan politis berkaitan dengan perkiraan pengaruh proyek terhadap berbagai peran atau kekuatan politik di masyarakat dan pemerintahan yang terkait dengan proyek tersebut. Kelayakan administratif mengukur apakah proyek tersebut dapat diimplementasikan dalam sistem administrasi pemerintahan yang ada (Patton dan Sawicki, 1986).

#### **2.14.1 Kelayakan Teknis**

Dua kriteria prinsip yang termasuk dalam katagori teknis adalah: efektivitas dan ketercukupan (*adequacy*). *Efektif* berarti proyek dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Tapi, seringkali ketercapaian tujuan tidak selalu dapat dilacak hanya karena keberadaan proyek tersebut, sering banyak faktor yang lain ikut mempengaruhi. Cara paling langsung dan cepat untuk memprediksi kelayakan teknis adalah dengan cara melihat apakah proyek seperti itu secara teknis dapat dilaksanakan di tempat lain. Perlu untuk diwaspadai faktor-faktor lain yang khas di lokasi mungkin sekali ikut mempengaruhi keberhasilan proyek di lokasi tersebut, sehingga cara ini pun tidak selalu cocok untuk dipakai (Patton dan Sawicki, 1986)..

Beberapa dimensi dalam keefektivitasan meliputi: langsung atau tidak langsung, jangka panjang atau jangka pendek, bisa dikuantitatifkan atau tidak, mencukupi atau tidak. Proyek dikatakan berpengaruh langsung bila pengaruh tersebut memang menjadi tujuan proyek tersebut; pengaruh tidak langsung merupakan pengaruh ikutan, yang sebenarnya bukan menjadi tujuan proyek

tersebut. Katagori pengaruh menjadi *jangka panjang* dan *jangka pendek* tergantung macam program.

Beberapa pengaruh dapat diukur secara *kuantitatif*, sedangkan sisanya perlu dicari *cara lain*. Contoh: perubahan harga tanah bisa dikuantitatifkan, sedangkan perubahan estetika lingkungan sulit untuk dikuantitatifkan. Dalam hal *ketercukupan*: proyek mungkin tidak dapat mencukupi hal-hal yang menjadi tujuan atau tidak cukup mengatasi permasalahan. Misal: proyek tidak dapat membiayai secara penuh semua kegiatan yang diperlukan, jadi harus dipilih kegiatan-kegiatan utamanya saja (yang taktis).

#### **2.14.2 Kelayakan Ekonomi dan Finansial**

Salah satu alasan mengapa disiplin ekonomi mencapai kepopulerannya dalam analisis kebijakan adalah karena mempunyai konsep-konsep yang terukur. Analis dan pengambil keputusan lebih menyukai analisis dan informasi yang "keras" yang dapat dikomunikasikan dengan istilah-istilah kuantitatif. Tiga konsep yang sering dijumpai dalam kelayakan ekonomi, yaitu: kriteria yang terlihat dan yang tidak terlihat, dapat atau tidak dapat diukur secara moneter, dan langsung atau tak langsung diukur dengan analisis biaya-keuntungan (Patton dan Sawicki, 1986).

Secara umum, biaya dan keuntungan yang terlihat (*tangible*) adalah yang bisa dihitung dengan jelas. Biaya dan keuntungan yang dapat diukur secara moneter (*moneterizable*) bahkan lebih jauh lagi, yaitu dapat dinyatakan dalam ukuran satuan uang (misal: Rupiah); hal ini dimungkinkan karena kita dapat mengukurnya di pasaran. Dalam hal langsung atau tidak langsung, tergantung

pada tujuan utama proyek. Keuntungan yang menjadi tujuan utama merupakan pengaruh langsung. Contoh, pembangunan bendungan dengan pembangkit tenaga listrik mempunyai pengaruh langsung (*direct*) yaitu bertambahnya tenaga listrik (yang dapat diukur secara moneter), disamping itu, mempunyai pengaruh tak langsung (*indirect*) yaitu meningkatnya kegiatan rekreasi dan perikanan (yang juga dapat diukur secara moneter).

*Efisiensi ekonomis* berkaitan dengan pemakaian sumber daya (biaya) yang ada dalam mencapai keuntungan yang maksimal (maksimal dari segi kepuasan masyarakat). Catatan: efisiensi dan efektivitas berkaitan tapi tidak boleh dicampur-adukkan. Sebuah proyek bisa efisien (hemat dalam pembiayaan), tapi mungkin tidak efektif (tidak mencapai tujuan). Cara yang populer untuk mengukur efisiensi adalah analisis perbandingan biaya lawan keuntungan (*cost-benefit analysis*). Proyek efisien bila nilai keuntungan yang (dapat) diperoleh melebihi nilai biaya yang (akan) dikeluarkan. Hal yang perlu diingat dalam mengukur keuntungan proyek adalah keterbatasan sumber daya (untuk dipakai bersama-sama oleh banyak proyek).

Bila mengukur proyek satu per satu, maka mungkin layak, tapi bila dikaji pemakaian bersama sumber daya, mungkin sekali tidak layak (kehabisan sumber daya). Profitabilitas (*profitability*) merupakan salah satu ukuran yang dipakai pemerintah daerah dalam mengkaji usulan proyek atau program. Ukuran ini memperlihatkan selisih antara pendapatan yang akan diterima pemerintah dikurangi biaya yang harus dikeluarkan oleh pemerintah berkaitan dengan proyek yang diusulkan. Bila berkaitan dengan proyek pembangunan fisik (misal:

perumahan/ real-estat), profitabilitas ini biasa disebut sebagai analisis dampak fiskal (*fiscal impact analysis*).

*Efektivitas biaya* merupakan ukuran lain, yang berarti dapat mencapai tujuan dengan biaya yang minimal. Dalam hal ini, semua upaya yang dapat dianggap mencapai tujuan diperbandingkan dalam hal biaya yang dikeluarkan. Salah satu yang paling sedikit memerlukan biaya itulah yang paling tinggi efektif biayanya.

### **2.14.3 Kelayakan Politis**

Program atau proyek yang dibiayai dengan dana pemerintah merupakan kebijakan publik yang harus layak secara politis (dalam arti didukung oleh pihak eksekutif, legislatif maupun masyarakat luas pembayar pajak). Dalam kelayakan ini, perlu dicermati pengaruh proyek yang diusulkan terhadap kekuatan-kekuatan politik. Keuntungan apa saja yang didapat masing-masing kelompok politik tersebut ?. Kajian politik juga berkaitan dengan keyakinan dan motivasi tiap pemeran politik (Patton dan Sawicki, 1986).

Membuat keputusan apakah suatu proyek layak secara politis merupakan usaha yang berbahaya, karena yang layak hari ini mungkin tidak layak besok pagi. Situasi politik mudah berubah. Meskipun demikian, ada lima kriteria kelayakan politis yang dapat dianalisis, yaitu : dapat diterima tidaknya (*acceptability*), kesesuaian (*appropriateness*), merupakan tanggapan terhadap kebutuhan atau bukan (*responsiveness*), sesuai perundang-undangan (*legality*), dan kesama-rataan (*equity*) (Patton dan Sawicki, 1986). Untuk lebih jelasnya berikut lima kriteria kelayakan secara politis :

1. Dapat diterima tidaknya (*acceptibility*)

Berkaitan dengan apakah kebijakan (usulan proyek) tersebut dapat diterima oleh pemeran-pemeran politik dalam proses pengambilan keputusan ?, apakah klien dan pemeran lainnya dapat menerima kebijakan baru ?. Sesuai atau tepat tidaknya (*appropriateness*) suatu proyek berkaitan dengan jawaban terhadap pertanyaan: apakah tujuan proyek mengenai sasaran yang dituju atau diperlukan oleh masyarakat ? Hal-hal yang berkaitan, antara lain: nilai-nilai kemanusiaan, hak-hak masyarakat, pendistribusian kembali, atau sejenisnya.

2. Tanggapan terhadap kebutuhan atau bukan (*responsiveness*)

Berkaitan dengan diterima tidaknya dan sesuai tidaknya tersebut di atas serta persepsi kelompok sasaran terhadap proyek: apakah merupakan tanggapan terhadap kebutuhan mereka atau bukan ? Misal, suatu proyek dapat dilaksanakan secara efisien (hemat), efektif (mencapai tujuan yang diharapkan oleh proyek), tapi ternyata tidak dibutuhkan oleh masyarakat.

3. Sesuai perundang-undangan (*legality*)

Berkaitan payung hukum yang akan melindungi keberadaan proyek tersebut. Sangat membahayakan secara politis apabila keberadaan proyek tidak mempunyai payung hukum (aspek legal) yang kuat. Karena dapat berdampak akan menyeret pihak – pihak yang terlibat proyek di depan hukum.

#### 4. Kesama-rataan (*equity*)

Berkaitan dengan distribusi pengaruh proyek ke setiap kelompok masyarakat. Suatu proyek jarang dapat memuaskan semua pihak secara merata. Tingkat kesama-rataan yang lebih tinggi berarti lebih banyak yang diuntungkan daripada yang tidak dapat keuntungan dari proyek yang diusulkan. Dalam hal ini, kelayakan ekonomis (efisien dan profitabilitas) biasanya tidak mengindahkan pertimbangan kesama-rataan ini.

#### 2.14.4 Kelayakan Administratif

Bila suatu proyek telah dikaji layak dari segi teknis, ekonomis maupun politis, tapi tidak dapat diimplementasikan dalam sistem administrasi pemerintahan yang ada, maka proyek tersebut mendapat masalah. Menurut Patton dan Sawicki (1986) kelayakan administratif berkaitan dengan: kewenangan (*authority*), komitmen kelembagaan (*institutional commitment*), kemampuan (*capability*), dan dukungan organisasional (*organizational support*).

Kewenangan (*authority*) untuk mengimplementasikan suatu kebijakan, menjadikannya suatu program atau proyek, sering merupakan kriteria yang kritis. Apakah institusi yang akan melaksanakan benar-benar mempunyai wewenang untuk melakukan perubahan yang diperlukan ? mempunyai wewenang untuk bekerja sama dengan instansi terkait? untuk menentukan prioritas ?

Komitmen kelembagaan (*institutional commitment*) dari lembaga atasan dan lembaga bawahan merupakan hal yang penting. Tidak hanya unsur pimpinan, tapi juga unsur pegawai pelaksana harus komit (setuju, taat) terhadap

implementasi kebijakan tersebut. Kemampuan (*capability*) juga perlu dimiliki, dalam hal sumber daya manusia maupun pembiayaan.

Dukungan Organisasional (*organizational support*) juga diperlukan, karena tidak cukup hanya dengan kewenangan, kemampuan, dan komitmen saja. Apakah dukungan yang berupa peralatan, fasilitas fisik, dan sebagainya, tersedia? bila belum tersedia, apakah dapat disediakan bila kebijakan tersebut mampu untuk dilaksanakan serta mendapatkan dukungan?

Kelayakan politis ini dapat diilustrasikan dalam hal kerjasama pembangunan prasarana perkotaan antar dua ibukota kabupaten yang masing-masing berada di dua propinsi yang berbeda. Bila dua korban berdekatan tersebut membentuk suatu otoritas bersama, timbul pertanyaan, antara lain: apakah kedua kota tersebut mempunyai wewenang untuk langsung bekerjasama? (padahal mereka berada di dua propinsi yang berbeda) — perlu ijin Mendagri dan Gubernur masing-masing; apakah otoritas yang dibentuk mempunyai wewenang di dua wilayah yang berbeda propinsinya? apakah instansi-instansi di kedua propinsi yang berbeda mau (komit) dan mempunyai wewenang untuk bekerja sama dengan otoritas tersebut? (Patton dan Sawicki, 1986).

Studi kelayakan proyek (*project feasibility study*) diartikan sebagai "penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek yang dilaksanakan dengan berhasil" (Husnan dan Suwarsono, 1994). Secara umum, suatu studi seperti ini menyangkut tiga aspek, yaitu: (1) manfaat ekonomis proyek tersebut bagi proyek itu sendiri, dalam arti apakah keuntungannya lebih besar daripada biaya atau risikonya; (2) manfaat ekonomis proyek tersebut dilihat dari kepentingan nasional

(ekonomi makro); (3) manfaat sosial proyek tersebut dilihat dari kepentingan masyarakat sekitar proyek (Husnan dan Suwarsono, 1994).

Studi kelayakan proyek bertujuan untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. Umumnya, suatu studi seperti ini disusun untuk menjawab butir-butir pertanyaan sebagai berikut : (Husnan dan Suwarsono, 1994)

- 1). Apa saja ruang lingkup (bidang) kegiatan proyek ?
- 2). Siapa yang akan menjadi pihak pengelola ?
- 3). Apa saja faktor-faktor yang menjadi kunci keberhasilan proyek ?
- 4). Sarana dan fasilitas apa saja yang diperlukan proyek ?
- 5). Apa saja hasil-hasil yang diharapkan dari proyek dan berapa biaya untuk mewujudkan hasil-hasil tersebut ?
- 6). Apa akibat-akibat (dampak) dan manfaat proyek tersebut ?
- 7). Apa saja langkah-langkah (jadwal dan metode) yang diperlukan untuk menjalankan proyek tersebut? Intensitas (kedalaman) studi untuk berbagai proyek berbeda, tergantung pada hal-hal sebagai berikut :
  - (a) besarnya dana yang diinvestasikan;
  - (b) tingkat kepastian/ketidakpastian hasil proyek;
  - (c) kerumitan (kompleksitas) unsur-unsur yang mempengaruhi proyek.

Suatu studi kelayakan proyek biasanya diperlukan oleh: penanam modal (investor), pemberi pinjaman modal (kreditur/bank), dan Pemerintah (mengkaji manfaat proyek untuk perekonomian nasional/daerah). Kelayakan suatu proyek biasanya diukur dengan empat macam kelayakan, yaitu : Kelayakan teknis,

kelayakan ekonomi dan finansial, kelayakan politis, dan kelayakan administratif. Keempat kelayakan ini diprediksi *sebelum* suatu proyek dijalankan (Potton dan Sawicki, 1986).

Kelayakan teknis berkaitan dengan pertanyaan apakah secara teknis, proyek tersebut dapat dilaksanakan atau tidak. Kelayakan ekonomi dan finansial berkaitan dengan biaya dan keuntungan, sedangkan kelayakan politis berkaitan dengan perkiraan pengaruh proyek terhadap berbagai peran atau kekuatan politik di masyarakat dan pemerintahan yang terkait dengan proyek tersebut. Kelayakan administratif mengukur apakah proyek tersebut dapat diimplementasikan dalam sistem administrasi pemerintahan yang ada (Potton dan Sawicki, 1986).

Aspek – aspek kelayakan proyek pada umumnya, suatu studi kelayakan proyek perlu membahas aspek-aspek: pasar, teknis, keuangan, hukum dan ekonomi negara. Hal-hal yang dikaji dari setiap aspek secara ringkas, sebagai berikut : (Husnan dan Suwarsono, 1994)

### **1). Aspek Pasar dan Pemasaran**

#### a). Permintaan (*demand*)

Aspek permintaan ini adalah permintaan baik secara total ataupun diperinci menurut daerah, jenis konsumen, perusahaan besar pemakai. Disini juga perlu diperkirakan tentang proyeksi permintaan tersebut.

#### b). Penawaran (*supply*)

Penawaran ini baik yang berasal dari dalam negeri, maupun juga yang berasal dari impor. Bagaimana perkembangannya di masa lalu dan bagaimana perkiraan di masa yang akan datang. Faktor – faktor yang

mempengaruhi penawaran ini, seperti jenis barang yang bisa menyaingi, perlindungan dari pemerintah dan sebagainya.

c). Harga/biaya

Harga dilakukan perbandingan dengan barang – barang barang dari penyedia barang lainnya (pasar modern). Apakah ada kecenderungan perubahan harga dan bagaimana pola perubahan harga tersebut.

d). Program pemasaran

Program pemasaran mencakup strategi pemasaran yang akan dipergunakan. Identifikasi siklus kehidupan produk, pada tahap apa produk yang akan dibuat.

e). Perkiraan penjualan

Perkiraan penjualan juga dapat dilakukan oleh pedagang untuk memperkirakan penjualan yang akan diraih pada waktu yang akan datang, sehingga keberadaan pasar akan membawa peningkatan pendapatan pada pedagang tersebut.

## **2). Aspek Teknis**

a). Studi/pengujian pendahuluan (yang pernah dilakukan)

Studi ini dilakukan untuk memperkirakan kelayakan proyek secara menyeluruh terkait aspek teknis dan operasionalnya.

b). Optimasi skala produksi

Apakah luas produksi ini akan meminimumkan biaya produksi rata- rata, ataukah akan memaksimumkan lab. Jadi, pertimbangan secara simultan, seperti lokasi, luas tanah, pengaturah fasilitas dan lain sebagainya

c). Ketepatan proses produksi yang dipilih

Umumnya ada beberapa alternatif proses produksi untuk menghasilkan produk yang sama.

d). Ketepatan pemilihan sarana produksi (mesin-mesin dan perlengkapan)

Faktor yang diperhatikan adalah tentang umur ekonomis dan fasilitas pelayanan kalau terjadi kerusakan mesin – mesin tersebut.

e). Perlengkapan dan pekerjaan tambahan

Faktor – faktor seperti material handling, supply bahan pembantu, kontrol kualitas dan lain sebagainya.

f). Penanganan limbah produksi

Limbah dari aktivitas pasar atau produksi perlu dipikirkan agar tidak mengganggu lingkungan di sekitar pasar, sehingga tidak menimbulkan persoalan tersendiri terkait kebersihan dan kesehatan.

g). Ketepatan tata letak fasilitas produksi

Penentuan letak fasilitas pendukung perlu ditempatkan dengan pertimbangan efisien dan praktis. Agar pendukung – pendukung produksi atau kegiatan bisnis dapat berjalan dengan lancar.

h). Kesesuaian lokasi dan tapak produksi

Kesesuaian lokasi dan tapak produksi perlu mendapatkan perhatian, salah dalam penentuan lokasi dapat membawa kerugian atau menghilangkan kesempatan profit.

i). Tata kelola kerja

Sistem tata kelola yang baik perlu disiapkan secara matang dan mempertahankan agar sistem atau aturan yang menjadi panduan bagi semua pihak yang terlibat.

j). Kajian sosial terhadap teknologi yang dipakai

Penggunaan teknologi yang tepat guna dan memberikan keuntungan secara sosial bagi masyarakat luas perlu diperhatikan. Hal ini untuk mengurangi penggunaan biaya – biaya yang dapat dikurangi apabila menggunakan teknologi yang baru.

**3). Aspek Keuangan**

a). Dana yang diperlukan untuk investasi

Dana yang akan digunakan untuk investasi perlu dipersiapkan dengan matang. Investasi yang tidak didukung dengan dana yang kuat akan membuat pembangunan atau proyek menjadi tersendat – sendat.

b). Sumber-sumber anggaran

Seberapa banyak dana yang berupa modal dari modal sendiri maupun yang bersumber dari pinjaman ataupun sumber yang lainnya perlu dipastikan.

c). Taksiran penghasilan, biaya, dan rugi/laba

Taksiran penghasilan, biaya, dan rugi/laba ataupun proyek yang nirlaba, sehingga proyek tersebut pada akhirnya mampu berjalan sendiri ataupun tidak mengganggu keuangan pada sektor yang lainnya.

d). Manfaat dan biaya (finansial)

Manfaat dalam hal ini adalah seperti : *rate of return on investment, net present value, internal rate of return, profitability index dan payback periode*. Estimasi terhadap resiko proyek, resiko dalam artian total atau kalau mungkin yang hanya sistmatis.

e). Proyeksi keuangan

Pembuatan neraca yang diproyeksikan dan proyeksi sumber dan penggunaan dana

**4). Aspek Manajemen**

a). Manajemen selama masa pembangunan proyek (pengelola, tata kala, pelaku studi-studi);

Dalam kaitan hal ini adalah harus mampu menjawab, diantaranya adalah siapa pelaksana proyek ?, Bagaimana jadwal penyelesaian proyek tersebut ?, siapa yang melakukan studi masing – masing aspek : pemasaran, teknis dan lain sebagainya ?.

b). Manajemen dalam masa pengoperasian (bentuk dan struktur organisasi, deskripsi dan spesifikasi jabatan, personalia, jumlah SDM).

Dalam menjalankan atau pengoperasiona, diperlukan suatu struktur organisasi yang mengatur tugas dan wewenang masing anggota. Deskripsi dan spesifikasi jabatan perlu untuk mengurangi atau meminimalisir terjadinya overlap serta menentukan jumlah karyawan atau sumber daya manusia yang akan menyelesaikan serangkaian pekerjaan tersebut.

## **5). Aspek Hukum**

- a). Bentuk badan hukum/badan usaha

Untuk memberikan kepastian hukum dalam usaha, bentuk badan hukum atau badan usaha perlu dibentuk dengan aspek kelangsungan serta keamanan selama usaha tersebut berlangsung.

- b). Jaminan terhadap pinjaman

Apabila organisasi masih menggunakan dana hasil dari pinjaman dari pihak lain (Perbankan atau jasa keuangan lainnya) perlu memproyeksikan kemampuan membayar semua kewajiban yang ada.

- c). Surat-surat legal: akta, sertifikat, izin, yang diperlukan

Surat – surat pendukung perusahaan perlu dilengkapi dan dipastikan legal. Hal ini untuk menjaga kelangsungan organisasi dari hal – hal aspek legal yang menjadi kewajiban dari organisasi tersebut.

## **6). Aspek Ekonomi dan Sosial**

- a). Penghasilan negara

Proyek yang dijalankan oleh swasta maupun yang dijalankan oleh pemerintah sendiri diharapkan mempunyai dampak terhadap penghasilan negara yang berupa pajak atau pungutan – pungutan resmi lainnya sebagai konsekuensi pendirian usaha.

- b). Devisa (yang bisa dihemat dan yang bisa diperoleh)

Pembangunan proyek haus mampu melakukan penghematan dari devisa. Sehingga dari aspek moneter pemerintah juga mendapatkan keuntungan yang tentunya akan dikembalikan oleh pemerintah kepada masyarakat

secara tidak langsung melalui pembangunan – pembangunan yang berkelanjutan.

c). Penambahan dan pemerataan kesempatan kerja

Proyek yang dilakukan akan membawa dampak pada penambahan dan pemerataan kesempatan kerja bagi masyarakat secara umum dan masyarakat disekitar proyek pada khususnya.

d). Industri lain terkait

Industri lain yang terkait juga akan mendapatkan keuntungan atau benefit melalui kerja sama yang terjalin antar organisasi.

e). Kondisi sosial masyarakat sekitar

Secara sosial masyarakat sekitar akan terkena imbas dari pembangunan proyek, baik imbas secara positif yang memberikan manfaat ataupun imbas negatif yang berakibat bagi kerugian oleh masyarakat.

### **2.15. Tahapan Pelaksanaan Proyek**

Seperti diketahui bahwa pembangunan infrastruktur dalam hal ini pembangunan fisik pasar tradisional merupakan suatu kegiatan yang berdasarkan analisis dari berbagai aspek untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu dengan hasil seoptimal mungkin. Tahapan yang harus dilalui dalam pelaksanaan pembangunan adalah tahap studi, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan serta tahap operasi dan pemeliharaan.

Tahapan-tahapan tersebut menurut Kodoatie (2003) dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Tahapan Studi

Tahapan studi ini terdiri dari pra studi kelayakan yaitu diadakan analisis yang meliputi aspek teknis, aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan (AMDAL). Data yang diperoleh pada tahap ini belum detail dan dari kajian aspek-aspek tersebut akan diketahui suatu proyek layak atau tidak layak dan dibuat rekomendasinya. Tahapan studi yang berikut adalah studi kelayakan, yang dilakukan berdasarkan rekomendasi yang diberikan dari pra studi kelayakan. Pada tahapan ini data primer dan sekunder dikumpulkan secara lengkap sehingga analisis teknis, ekonomi, sosial dan lingkungan dapat dilakukan lebih detail. Dari studi ini muncul juga berbagai alternatif dan rekomendasi yang sudah dikaji secara mendalam. Lokasi yang terpilih pun sudah lebih spesifik.

### 2. Tahapan Perencanaan

Hasil rekomendasi dari studi kelayakan menyodorkan beberapa alternatif dengan aspek-aspeknya yang lebih detail. Pada tahapan ini akan dilakukan seleksi perancangan dengan berbagai kendala yang ada, misalnya keterbatasan sumber dana, lahan atau lingkungan. Pertimbangan tentang keterbatasan-keterbatasan tersebut telah diungkapkan dalam tahap studi kelayakan. Setelah itu, baru dilakukan detail desain yang menyangkut aspek teknis, ekonomis dan metode pelaksanaan.

### 3. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahapan ini gambar detail desain diwujudkan dalam bentuk fisik sesuai dengan gambar kerja, RAS dan ketentuan-ketentuan lain.

#### 4. Tahapan Operasi dan Pemeliharaan

Setelah pelaksanaan fisik selesai maka bangunan yang telah dibuat dioperasikan dan dipelihara sesuai dengan umur bangunan yang direncanakan.

### **2.16. Sintesa Tinjauan Pustaka**

Berdasarkan paparan mengenai pendapat para ahli dari berbagai disiplin keilmuan sebagaimana dipaparkan diatas, dapat diketahui bahwasanya faktor penentu agar suatu pasar bisa berkembang (diterima oleh sistem). Teori – teori yang disajikan tidak berasal dari unsur fisik saja, namun meliputi pula unsur – unsur non fisiknya.

Guna mempermudah pengkajian dan pemanfaatan teori guna mengetahui faktor – faktor apa saja yang akan ditelaah lebih lanjut, maka teori – teori tersebut selanjutnya dibuat ringkasannya dalam bentuk tabel sebagaimana disajikan pada Tabel berikut ini.

**Tabel 2.3**  
**Rangkuman Kajian Teori**

No	Sumber	Uraian	Kaitan dengan Penelitian
1	Christaller, Blair, Johara T. Jayadinata, 1987, Kepmen PU Nomor 387/KPTS/1987	Jumlah minimal penduduk yang dibutuhkan untuk mendukung kelancaran dan kesinambungan suplai barang. Barang dan jasa yang mempunyai treshold dan range besar disebut barang dan jasa tingkat tinggi Barang dan jasa yang mempunyai treshold dari range kecil disebut barang dan jasa tingkat rendah	Berapa sebenarnya jumlah penduduk pendukung pasar umum Gubug sehingga bisa beroperasi. Apakah memang seperti yang diisyaratkan oleh stangar Pekerjaan Umum (PU), pendapat Johara atau ditemukan data lain
3	Mashudi Djodipuro, 1992	Luas suatu pasar ditentukan oleh unsur jumlah penduduk, pendapatan percapita dan distribusi pendapatan. Pendapatan percapita yang lebih tinggi dari pedesaan serta distirubsi pendapatan yang tidak merata merupakan suatu lokasi yang baik (bagi pendirian pasar).	Penelitian pada kondisi keruangan dari para konsumen yang mendukung perkembangan pasar tersebut yang meliputi besarnya pendapatan dan pengeluaran untuk kebutuhan sehari – hari. Berdasarkan analisis statistik dapat diketahui dalam kondisi ekonomi bagaimana pasar Tanah baru ini berada Adanya keterkaitan antara perkembangan pasar dengan dukungan program – program non fisik dan cara pemerintah dalam mengatur kepemilikan los
	Mursid, 1997	Unsur utama yang perlu dikaji sehubungan dengan pengertian pasar: - Konsumen	Memberikan arahan tentang unsur-unsur yang perlu dikaji dalam kaitan

		- Daya beli - Perilaku	dengan tingkat pelayanan pasar
	Miles, 1999, De Chiara dan Koppelman, 1999, Duncan dan Hollander (dalam Ristantyo, 2004)	Tugas yang dilakukan oleh stakeholder dalam menemukan lokasi untuk real properti, faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi, serta kriteria penentuan lokasi pasar	Referensi untuk menganalisis kebijakan pemilihan lokasi pasar yang baru yang dalam kenyataannya tidak berfungsi dengan baik
	Black (dalam Tamin, 2000)	Hubungan aksesibilitas dengan guna lahan. Aksesibilitas merefleksikan jarak perpindahan di antara beberapa tempat yang dapat diukur dengan waktu dan/atau biaya.	Mengkaji aksesibilitas sebagai salah satu faktor yang diduga berpengaruh terhadap tidak optimalnya fungsi pasar tradisional di lokasi yang baru dan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan aksesibilitas
	Jayadinata, 1985	Alternatif kebijakan pemerintah yang dapat meningkatkan tingkat aksesibilitas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membantu mobilitas perorangan</li> <li>• Memberikan kegiatan pelayanan</li> <li>• Merelokasi penduduk</li> <li>• Menambah jalur pelayanan angkutan umum</li> <li>• Merelokasi kegiatan</li> </ul> Prasarana yang lebih tinggi fungsinya atau yang diperlukan oleh banyak orang harus terletak di wilayah yang jangkauan pelayanannya lebih luas.	Mengkaji lokasi dan wilayah pelayanan pasar dalam hal ini pasar di lokasi baru, dengan menganalisis wilayah pelayanan pasar dan jumlah penduduknya
	Christaller (dalam Daldjoeni, 1987), Blair, 1995	Central place theory menggambarkan bahwa penduduk memiliki kebutuhan dengan dua hal khas yaitu range dan threshold. Teori market range dikembangkan	Memberikan pemahaman tentang pengaruh lokasi dan jenis komoditas terhadap fungsi pasar.

		oleh Blair bahwa market area terdiri dari ideal outer range dan real outer range	
	Eisner, 1993	Pusat perbelanjaan dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan lingkup pelayanannya : - Pusat lingkungan - Pusat daerah/kota - Pusat regional wilayah	Sebagai referensi untuk membandingkan kondisi eksisting pasar tradisional yang ada di Kota Atambua, dan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap tingkat pelayanan pasar.
	Kotler, 2002	Prinsip klasifikasi pasar menurut lokasi, skala pelayanan, jenis barang dagangan, konstruksi fisik, jumlah pedagang, keramaian, permodalan dan luas areal pasar	
	Dunn, 2003	Dalam analisis kebijakan terdapat prosedur umum yang biasa dipakai untuk memecahkan masalah, yaitu perumusan masalah, peramalan, rekomendasi, pemantauan dan evaluasi	Dalam memecahkan permasalahan sehubungan dengan kebijakan publik, dapat ditempuh langkah-langkah yang diperkenalkan oleh Dunn
	Tangkilisan, 2003	Pemerintah daerah dapat mengembangkan kebijakan regional dan lokal untuk mengoptimasi pendayagunaan potensi ekonomi di daerahnya yang memungkinkan lahirnya berbagai prakarsa pemerintah daerah untuk menawarkan fasilitas investasi, memudahkan proses perizinan usaha dan membangun berbagai infrastruktur yang menunjang perputaran ekonomi di daerahnya	Analisis Kebijakan: Di era otonomi daerah, pemerintah daerah mempunyai wewenang yang cukup luas untuk mengatur perekonomian daerahnya sendiri yang dapat menunjang perputaran ekonomi di Daerahnya
	Osborne dan Gaebler (dalam Sutopo,	Prinsip-prinsip untuk mereformasi penyelenggaraan pemerintahan baik di tingkat	Analisis Kebijakan: Harus dapat diselenggarakan

	2000)	<p>daerah/lokal maupun di tingkat pusat, antara lain:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Catalytic government, steering rather than rowning</i></li> <li>• <i>Community-owned government, empowerment rather than serving</i></li> <li>• <i>Customer-driven government, meeting needs of the customer not the bureaucracy</i></li> <li>• <i>Anticipatory government, prevention rather than cure</i></li> </ul>	<p>pemerintahan yang lebih berorientasi kepada masyarakat. Setiap kegiatan pembangunan harus melibatkan masyarakat dan pihak swasta sebagai <i>stakeholder</i></p>
--	-------	--	--

Sumber : Hasil Sintesa dari Kajian Teori, 2012

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan studi kasus dengan tinjauan kinerja studi kelayakan pembanguann pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan serta aspek ekonomi. Sehingga dapat diambil kesimpulan apakah pembangunan pasar umum tersebut layak untuk dilakukan.

#### **3.2. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif, yaitu suatu penelitian yang bersifat induktif. Dalam penelitian kuantitatif adalah menerapkan metode – metode sebagai berikut :

- a. Luas dan rinci
- b. Literatur berhubungan dengan masalah dan variabel yang diteliti
- c. Prosedur yang spesifik dan rinci langkah – langkahnya
- d. Masalah dirumuskan dengan spesifik dan jelas

#### **3.3. Lokasi Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di kawasan Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan. Batas – batas dari obyek penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Jalan Raya (Permukiman)
2. Sebelah Selatan : Jalan Raya (SD Negeri 1 Gubug)
3. Sebelah Timur : Jalan K.H. Hasan Anwar
4. Sebelah Barat : Jalan Wr. Supratman

### **3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel adalah karakteristik yang akan diobservasi dari satuan pengamatan, sedangkan obyek yang karakteristiknya sedang kita amati dinamakan satuan pengamatan, Harun Al Rasyid lebih tegas menyebutkan variabel adalah karakteristik yang dapat diklasifikasikan kedalam sekurang-kurangnya dua buah klasifikasi (kategori) yang berbeda. Variabel diklasifikasikan menjadi dua yaitu : variabel kualitatif dan variabel kuantitatif.

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Variabel Kualitatif (*qualitative variable*) yang merupakan variabel kategori, baik nominal maupun ordinal. Berdasarkan Kajian teori dan observasi di lapangan, serta dengan melakukan wawancara terbatas dengan pedagang di Pasar Umum Gubug, maka dapatlah dibuat variabel penelitian yang diharapkan dapat menjawab permasalahan yang ada yaitu membuktikan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan fungsi ruang di Pasar Umum Gubug. Adapun variabel penelitian yang digunakan yaitu :

#### **1. Konsumen atau Masyarakat**

Pada konsumen atau masyarakat, indikator penelitian adalah :

##### **a. Frekuensi berbelanja di pasar Gubug**

Variabel ini mengukur frekuensi berbelanja dari konsumen atau masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari – hari. Variabel frekuensi berbelanja diukur dengan skala rasio (matrik)

##### **b. Jarak**

Variabel jarak ini adalah menunjukkan sejauh mana jarak antara rumah tinggal atau tempat usaha dari konsumen sampai dengan pasar Gubug. Rasio ini diukur dengan skala interval.

c. Transportasi

Variabel transportasi adalah menunjukkan alat transportasi apa yang digunakan oleh konsumen atau masyarakat untuk menuju ke pasar Gubug. Variabel transportasi diukur dengan skala nominal

d. Kebiasaan berbelanja

Variabel kebiasaan berbelanja adalah menunjukkan kebiasaan atau perilaku dari konsumen atau masyarakat dalam memilih tempat untuk berbelanja atau memenuhi kebutuhan sehari – hari. Variabel kebiasaan berbelanja ini diukur dengan skala nominal.

e. Daya Tarik pasar

Variabel daya tarik pasar adalah sejauh mana konsumen atau masyarakat mempunyai pilihan atau faktor apa yang membuat konsumen atau masyarakat tertarik untuk berbelanja di pasar Gubug. Variabel daya tarik pasar diukur dengan skala nominal.

f. Pendapatan konsumen

Variabel pendapatan konsumen adalah seberapa besar pendapatan konsumen atau masyarakat dalam satu bulan. Variabel pendapatan konsumen diukur dengan skala interval.

g. Tingkat kepedulian

Variabel tingkat kepedulian adalah sejauh mana konsumen atau masyarakat mempunyai kepedulian terhadap keberadaan dan eksistensi dari pasar Gubug. Variabel tingkat kepedulian ini diukur dengan skala ordinal.

## **2. Pedagang**

Pada pedagang, indikator penelitian adalah :

a. Jumlah Transaksi

Variabel jumlah transaksi adalah seberapa banyak terjadi transaksi dalam satu hari yang dialami oleh pedagang. Variabel jumlah transaksi diukur dengan skala rasio (matrik)

b. Barang Dagangan

Variabel barang dagangan adalah jenis barang apa yang diperdagangkan oleh pedagang di pasar Gubug. Variabel barang dagangan diukur dengan skala nominal

c. Lama Berjualan

Variabel lama berjualan adalah seberapa lama pedagang melakukan aktivitas berjualan di pasar Gubug. Variabel lama berjualan diukur dengan skala interval.

d. Perolehan Barang Dagangan

Variabel perolehan barang dagangan adalah dari mana pedagang memperoleh barang dagangan untuk diperdagangkan kembali oleh pedagang di pasar Gubug. Variabel perolehan barang dagangan diukur dengan skala nominal.

e. Metode Penyerahan Barang

Variabel metode penyerahan barang adalah penggunaan metode apa dalam penyerahan yang biasanya sering digunakan oleh pedagang dalam menyerahkan barang kepada konsumen atau pelanggan. Variabel penyerahan barang diukur dengan skala nominal

f. Modal Berdagang

Variabel modal berdagang adalah seberapa besar modal dagang dari pedagang di pasar Gubug untuk melakukan aktivitas berjualan di pasar tersebut. Variabel modal berdagang diukur dengan rasio interval.

g. Nilai Transaksi

Variabel nilai transaksi adalah seberapa besar nilai uang transaksi yang terjadi dalam satu hari di salah satu pedagang. Variabel nilai transaksi diukur dengan skala interval.

### 3.5. Kebutuhan Data

Pada dasarnya data terdiri dari dua macam yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama atau sumber langsung di lapangan baik bersumber dari individu atau kelompok seperti hasil wawancara, kuesioner dan observasi. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain dalam bentuk jadi (sudah dikumpulkan oleh pihak tersebut), misalnya diperoleh dari berbagai instansi pemerintah, hasil penelitian sebelumnya dan hasil *browsing* di internet. Data yang diperoleh dari *browsing* di internet adalah sebagai *best practice* dan data pembanding dengan kondisi eksisting yang ada.

Data primer dan data sekunder dikumpulkan pada saat penelitian, kemudian dianalisis untuk memperoleh gambaran mengenai faktor-faktor penyebab tidak optimalnya fungsi pasar tradisional di lokasi baru. Kebutuhan data untuk penelitian ini seperti digambarkan dalam tabel berikut :

**Tabel 3.1**  
**Kebutuhan Data**

No	Aspek yang Ditinjau	Variabel	Sub Variabel/Indikator	Sumber Data
	Aspek Kebijakan Pemerintah	Produk-produk Kebijakan Pemerintah Daerah Tk II Grobogan	a. Kesesuaian dengan b. produk tata ruang Perda	Data Primer: - Wawancara Data Sekunder - Bappeda - Bag. Hukum Setda
	Aspek Fisik Keruangan	Lokasi Pasar	a. Wilayah pelayanan b. Jarak dari permukiman c. Sarana transportasi d. Kemiringan lahan e. Kedekatan dengan pangsa pasar f. Kedekatan dengan bahan baku g. Aksesibilitas	Data Primer: - Wawancara - Observasi - Kuesioner Data Sekunder - Bappeda - Dinas  Perhubungan
		Sarana dan Utilitas Pasar	a. Kios b. Los pasar c. Meja dagangan d. Kantor pasar e. Pos keamanan f. Tempat parkir g. Tabung pemadam h. KM/WC i. Air bersih j. Listrik k. Telekomunikasi l. Drainase m. Sanitasi n. Kondisi jalan	Data Primer: - Wawancara - Observasi - Kuesioner Data Sekunder - Dinas Pasar - Dinas Kimpraswil

No	Aspek yang Ditinjau	Variabel	Sub Variabel/Indikator	Sumber Data
		Kenyamanan Pasar	a. Sampah b. Becek c. Banjir d. Serangga e. Kebocoran atap f. Gangguan preman g. PKL	Data Primer: - Wawancara - Observasi - Kuesioner Data Sekunder - Dinas Pasar
	Aspek Sosial Ekonomi	Keadaan Sosial	a. Pertumbuhan Penduduk b. Jumlah penduduk c. Jumlah rumah tangga d. Frekwensi berbelanja e. Jumlah pedagang f. Hubungan pedagang dan konsumen g. Sebaran fasilitas sosial	Data Primer: - Wawancara - Kuesioner Data Sekunder - Kantor Kecamatan - BPS - Dinas Pasar
		Keadaan Ekonomi	a. Penghasilan konsumen b. Jumlah pengeluaran konsumen c. Tingkat penjualan pedagang d. Penghasilan pedagang e. Jenis barang dagangan f. Asal barang dagangan g. Sebaran fasilitas perdagangan	Data Primer: - Wawancara - Observasi - Kuesioner

Sumber : data primer dan sekunder yang diolah

### **3.6. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data**

#### **3.6.1. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data yang diperlukan, antara lain :

##### **a. Data Primer**

Data yang didapatkan langsung dari objek yang diteliti, yaitu diperoleh dari individu dan kelompok ataupun pihak – pihak dari Pasar Umum Gubug. Data ini diperoleh dengan cara :

##### **1) Interview (wawancara)**

Interview yaitu metode pengumpulan data dengan tanya jawab secara lisan, yang diarahkan pada materi yang dibahas.

##### **2) Kuesioner**

Kuesioner yaitu daftar pertanyaan digunakan untuk memperoleh data. Kuesioner ini dilakukan dengan mengajukan lembaran angket kepada responden, yang berisikan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup artinya jawaban alternatif telah disediakan.

##### **3) Observasi**

Metode observasi yaitu metode pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung pada obyek penelitian, yaitu di Pasar Umum Gubug Kabupaten Dati II Grobogan.

##### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Data ini diperoleh melalui studi pustaka, yaitu dari buku atau literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti.

### 3.6.2. Teknik Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan diolah melalui beberapa tahapan sebagai berikut (Nazir, 2003):

#### 1. Mengedit Data (*Editing*)

*Editing* merupakan proses yang dilakukan sebelum data diolah. Data yang diperoleh diedit untuk memperbaiki kualitas data serta menghilangkan keraguan terhadap data yang diperoleh, serta untuk memastikan konsistensi data tersebut. Editing juga dilakukan untuk memilih data yang akan digunakan dan data yang tidak dapat digunakan atau harus dikonfirmasi ulang.

#### 2. Pengkodean (*Coding*)

Setelah diedit, data yang dikumpulkan tersebut (dapat berupa angka atau data deskriptif) di-*coding* yaitu dengan memberikan kode pada jawaban atau pernyataan yang diperoleh dengan memberi angka pada jawaban atau pernyataan tersebut.

#### 3. Tabulasi Data (*Tabulating*)

Kegiatan selanjutnya adalah melakukan tabulasi yaitu memasukkan data ke dalam tabel-tabel dan mengatur angka-angka sehingga dapat dihitung jumlah kasus dalam berbagai kategori. Data yang ada dipindahkan ke dalam suatu *coding sheet* (kartu tabulasi) atau dapat juga dipindahkan langsung dari daftar pertanyaan ke dalam tabel. Dalam penelitian ini tabulasi data dilakukan dengan bantuan komputer.

#### 4. Analisis

Kegiatan terakhir dalam mengolah data adalah analisis data yaitu dengan mengelompokkan, membuat suatu urutan, memanipulasi serta menyingkatkan data sehingga mudah untuk dibaca. Analisis dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian yaitu dengan memperlihatkan sesuatu yang khas atau penunjukan kecenderungan tengah-tengah dari variabel-variabel yang dianalisis.

### 3.7. Populasi dan Sampel

#### 3.7.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2002). Dalam melakukan penelitian ini, obyek penelitian yang dipilih adalah dari semua orang atau individu yang ada di pasar Umum Gubug. Berdasarkan survey yang dilakukan selama 7 hari dapat diperkirakan selama satu bulan adalah 185 pengunjung dan jumlah pedagang sebanyak 1235 pedagang.

#### 3.7.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi yang karakteristiknya diselidiki (Indriantoro dan Supomo, 2002). Menurut *Suprpto, 1992* dalam *Wasito (1995)* pengertian untuk *sampling* adalah cara pengumpulan data atau penelitian hanya elemen sampel (sebagian dari elemen populasi) yang diteliti, hasilnya merupakan data perkiraan (*estimate*). *Sampling* hanya mencatat/menyelidiki sebagian dari obyek, gejala atau peristiwa dan tidak seluruhnya. Sebagian individu yang diselidiki itu disebut sampel dan metodenya disebut *sampling*, sedangkan hasil yang diperoleh adalah nilai karakteristik

perkiraan (*estimate value*) yaitu taksiran tentang keadaan populasi. Tujuan teori *sampling* ialah membuat penelitian menjadi efisien, artinya biaya yang lebih rendah diperoleh tingkat ketelitian yang sama tinggi atau dengan biaya yang sama diperoleh tingkat ketelitian yang lebih tinggi.

Menurut *Richardson (1982)* besar sampel yang sebaiknya diambil dari suatu populasi agar mampu mempresentasikan kondisi seluruh populasi yang ada, pada dasarnya dipengaruhi oleh tiga faktor utama:

1. Tingkat variabilitas dari parameter yang ditinjau dari seluruh populasi yang ada.
2. Tingkat ketelitian yang dibutuhkan untuk mengukur parameter yang dimaksud.
3. Besarnya populasi dimana parameter akan disurvei

Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi yang karakteristiknya diselidiki (*Indriantoro dan Supomo, 2002*). Besar sampel yang akan diambil menggunakan rumus berikut ini (*Rao, 1996*) :

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

Dimana :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : *margin of error max*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditoleransi

Jadi perhitungannya adalah :

$$n = \frac{185.000}{1 + 185.000(0,1)^2}$$

= 99,95 dibulatkan 100 responden

Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang konsumen atau masyarakat pengguna atau yang menjadi pelanggan di pasar Gubug Kabupaten Grobogan. Agar terjadi keseimbangan maka pedagang yang diambil atau dijadikan sampel penelitian adalah sebagian dari sampel konsumen, yaitu sebanyak 50 pedagang yang dipilih secara *Stratified Proportional Random Sampling* (Sugiyono, 2002).

Melalui penggunaan metode ini, strata atau sub strata atau kelompok ditentukan terlebih dahulu sebelum melakukan pemilihan secara acak. Stratifikasi pada penelitian ini dibagi kedalam jenis pedagang. Adapun jumlah sampel dari masing-masing jenis tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Pedagang**

Jenis Pedagang	Populasi	Persentase	Jumlah Sampel
Pedagang Toko	184	$\frac{184}{1235} \times 50$	7
Pedagang Los	577	$\frac{577}{1235} \times 50$	23
Pedangan Los Berdikari	15	$\frac{15}{1235} \times 50$	1
Pedagang Los Mandiri	24	$\frac{24}{1235} \times 50$	1
Pedangan Dasaran	322	$\frac{322}{1235} \times 50$	13
Pedagang Lesehan	13	$\frac{13}{1235} \times 50$	1
Pedagang Pinggir Jalan	100	$\frac{100}{1235} \times 50$	4
	1.235		50

### **3.8. Teknik Analisis Data**

#### **3.8.1. Analisis Teknik dan Teknologis**

Terhadap aspek kelayakan teknik adalah dengan menggunakan aspek teknik sipil. Aspek teknik sipil ini akan dilakukan analisis secara deskriptif kualitatif dan juga beberapa analisis kuantitatif seperti analisis indeks sentralitas, analisis waktu pencapaian dan analisis faktor. Aspek teknik sipil pada hakekatnya adalah tata letak berbagai kegiatan sosial-ekonomi masyarakat serta prasarana dan sarana yang diperlukan dalam ruang. Untuk melangsungkan berbagai kegiatan sosial-ekonomi masyarakat dengan berdaya guna dan berhasil guna, prasarana dan sarana yang diperlukan harus diadakan atau dibangun lebih dahulu. Dalam pembangunan berbagai prasarana dan sarana tersebut diperlukan peran teknik sipil.

Pertimbangan teknik sipil dalam penataan ruang berpengaruh terhadap biaya pembangunan, operasi dan pemeliharaan prasarana dan sarana. Agar biaya dapat diusahakan serendah mungkin, peran teknik sipil harus dilibatkan pada seluruh proses penataan bangunan. Dalam perencanaan bangunan, teknik sipil berperan dalam menetapkan letak atau lokasi semua kegiatan sosial ekonomi beserta prasarana dan sarana yang diperlukan termasuk memperkirakan biaya pembangunannya

Aspek teknik sipil diantaranya adalah :

##### **1. Penataan desain tempat pembuangan akhir**

Selama ini penyediaan tempat pembuangan akhir menjadi permasalahan yang krusial. Permasalahan ini dirasakan oleh para pedagang, pengunjung ataupun masyarakat di sekitar pasar Umum Gubug.

2. Konstruksi bangunan yang ramah lingkungan

Konstruksi bangunan dirancang untuk ramah dengan lingkungan. Sehingga tidak ada pihak – pihak yang dirugikan oleh pembangunan pasar tradisional, bahkan pembangunan pasar diupayakan untuk menguntungkan berbagai pihak yang terkait dengan pembangunan pasar.

3. Penataan Drainase dan Perbaikan Saluran Air

Pasar Umum Gubug lokasinya dekat dengan aliran sungai Tuntang dan posisinya masih dibawah atau sejajar dengan dasar sungai. Jadi pasar dapat sewaktu – waktu terancam banjir apabila tanggul sungai yang menjadi andalan pengamanan wilayah Daerah Gubug tersebut jebol. Sehingga dalam pembangunan drainase dan saluran pembuangan air harus menyesuaikan dengan kondisi yang ada dilapangan. Drainase dan saluran pembuangan dibuat lebih tinggi, sehingga air – air dapat langsung mengalir lancar ke pembuangan akhir.

4. Konstruksi pondasi yang kuat untuk bangunan lantai 2

Konstruksi pondasi yang dipergunakan haruslah lebih kuat. Hal ini untuk menopang beban bangunan dan penghuni dalam kondisi yang maksimal. Konstruksi pondasi yang kuat tentunya lebih memberikan kenyamanan dan ketenangan dari para pengunjung dari robohnya bangunan.

5. Perhitungan Struktur dan Perhitungan Umur Bangunan

Pembangunan pasar Tradisional ini diharapkan mempunyai umur yang panjang (30 tahun). Sehingga strukturnya juga disesuaikan dengan umur bangunan yang ditetapkan.

#### 6. Penyediaan Lahan Parkir

Banyak keluhan dari para pengunjung pasar ataupun dari pihak – pihak pedagang serta dari para pihak pendukung dari pasar tradisional. Selama ini parkir tidak teratur, sehingga tidak memberikan kenyamanan bagi para pengguna pasar tradisional. Lahan parkir perlu disediakan dengan lebih representatif, luas dan bersih serta dikelola secara profesional. Sehingga memberikan kenyamanan bagi semua pihak yang mempunyai kepentingan pada pasar tradisional.

#### 7. Penataan Jalan Akses Masuk

Sering kali terjadi kesemrawutan di akses masuk ke pasar. Banyak pedagang – pedagang dadakan yang menjajakan dagangan di akses masuk jalan. Hal ini sangat mengganggu perjalanan para pengunjung atau pedagang dalam memasuki pasar. Akses jalan masuk perlu diperbaiki serta ditata dengan baik, sehingga pengunjung dan pedagang merasa nyaman dalam memasuki atau keluar pasar tradisional.

#### 8. Penataan Lalu Lintas

Lalu lintas jalan raya yang berdekatan dengan akses masuk menuju kawasan pasar perlu ditata. Hal ini dimaksudkan untuk memperlancar pejalan atau pengguna jalan lain. Sehingga keberadaan pasar tradisional tidak mengganggu lalu lintas jalan raya.

### **3.8.2. Analisis Pasar dan Pemasaran**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah (Ghozali, 2001).

#### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas berhubungan dengan masalah kepercayaan. Reliabilitas alat ukur mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi, jika alat ukur tersebut dapat memberikan hasil yang tepat. Maka reliabilitas alat ukur berkaitan dengan masalah ketepatan alat ukur (Arikunto, 1998).

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian dalam suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat penyimpulan. Karena instrumen tersebut sudah valid. Instrumen yang dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data kenyataan, maka berapa kalipun diambil, tetap akan sama. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan (Sugiyono, 2002).

#### **c. Analisis Of Variance (ANOVA)**

Analisis of Variance (ANOVA) untuk menemukan hubungan antara variabel dependen yang berupa data non metrik (nominal, ordinal dan interval) terhadap variabel dependen (metrik). Analisis of Variance (ANOVA) ini juga dapat mengetahui seberapa erat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2005).

### 3.8.3. Analisis Kelayakan Ekonomi

#### a. Metode Payback Period

Payback period adalah periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi yang menggunakan aliran cash netto/proceed. Waktu yang diperlukan agar dana yang ditanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya. (Riyanto, 2002)

Rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{payback.period} = \frac{\text{investasi}}{\text{proceed}}$$

Dimana:

Outlay = Jumlah uang yang dikeluarkan atau investasi

Proceed = Jumlah uang yang diterima

Apabila investor dihadapkan pada dua pilihan investasi, maka pilih payback period yang paling kecil.

Metode penilaian investasi memiliki kelemahan yaitu:

1. Metode ini mengabaikan penerimaan investasi (proceed) sesudah Payback Period, hanya mengukur kecepatan kembalinya dana.
2. Mengabaikan time Value Of Money.

#### b. Metode Net Present Value

*Net Present Value* adalah selisih Present Value dari keseluruhan revenue dengan Present Value dari keseluruhan biaya (Kodoatie, 2005).

- Bila present value proceed lebih besar atau sama dengan present value investasi maka usul investasi diterima.

- Bila present value proceed lebih kecil present value investasi maka usul investasi ditolak.

Rumus yang dapat digunakan adalah:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}$$

Dimana:

Bt : Benefit atas rencana investasi yang diperoleh sejak startign point hingga ending point

Ct : Cost atas rencana investasi yang dikorbankan sejak starting point hingga ending point

t : umur ekonomis

i = Tingkat Bunga/discount rate

### c. Benefit and Cost Ratio (B/C Ratio)

Benefit Cost Ratio (B/C Ratio) merupakan suatu analisis pemulihan proyek yang biasa dilakukan karena mudah, yaitu perbandingan antara benefit dengan cost. Kalau nilainya < 1 maka proyek itu tidak ekonomis, dan kalau > 1 berarti proyek itu feasible. Kalau B/C ratio = 1 dikatakan proyek itu marginal (BEP).

Rumus yang digunakan adalah :

$$B/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{Bt}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{Ct}{(1+i)^t}}$$

Keterangan :

Bt : Manfaat kotor pada tahun t

C<sub>t</sub> : Biaya kotor pada tahun t

n : umur ekonomis

i : tingkat bunga

**d. Metode Internal Rate of Return (IRR)**

*Internal Rate of Return* adalah tingkat bunga yang akan menjadikan jumlah nilai sekarang dari proceeds sama dengan nilai sekarang dari outlay (Riyanto, 2002).

Rumus yang dapat digunakan dalam IRR adalah:

$$IRR = P1 - C1 \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

Dimana:

P1 = nilai persentasi (i) yang menghasilkan NPV positif/tingkat bunga ke-1

P2 = nilai persentasi (i) yang menghasilkan NPV negatif/tingkat bunga ke-2

C1 = NPV positif/NPV ke-1

C2 = NPV negative/NPV ke-1

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Kabupaten Grobogan

Dilihat dari Peta Provinsi Jawa Tengah, Kabupaten Grobogan terletak diantara dua Pegunungan Kendeng yang membujur dari arah barat ke timur, berada di tengah bagian timur dan berbatasan dengan :

- Sebelah Barat : Kabuapten Semarang dan Kabupaten Demak
- Sebelah Utara : Kabupaten Kudus, Kabupaten Pati dan Kabupaten Blora
- Sebelah Timur : Kabupaten Blora
- Sebelah Selatan : Kabupaten Ngawi (Jawa Timur), Kabupaten Sragen, Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Semarang.

Ibukota Kabupaten Grobogan adalah di Purwodadi. Secara geografis, terletak di 110°15' BT – 111°25' BT dan 7° LS - 7°30' LS. Luas wilayah sebesar 1.975,865 Km<sup>2</sup>. Kabupaten Grobogan merupakan Kabupaten terluas nomor 2 setelah Kabupaten Cilacap dengan jarak dari Utara ke selatan ± 37 km dan jarak dari Barat ke Timur ± 83 km. dan secara administratif terdiri 19 kecamatan, 273 desa dan 7 kelurahan 1753 RW dan 9.017 RT. Kecamatan terluas adalah Kecamatan Geyer dengan luas 196,19 Km<sup>2</sup> (9,9 %) dan yang terkecil Kecamatan Klambu dengan luas 46,56 Km<sup>2</sup> (2,2 %), Kecamatan yang memiliki Desa terbanyak adalah Kecamatan Godong, yaitu sebanyak 28 Desa, yang memiliki desa paling sedikit adalah Kecamatan Tanggunharjo yaitu sebanyak 9 Desa.

Jumlah penduduk sampai dengan Tahun 2010 sebanyak 1.413.328 jiwa, dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 0,63%. Sex ratio penduduk dari Tahun

2006 sampai dengan 2010 sebesar 98 %. Mata pencaharian penduduk dominan pada jenis mata pencaharian pertanian dan perdagangan.

#### **4.2 Kondisi Wilayah Kecamatan Gubug.**

Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan memiliki relief daerah pegunungan kapur dan perbukitan serta berada pada ketinggian sampai 50 meter di atas permukaan air laut dengan kelerengan 0° - 8° Dilihat dari, Kecamatan Gubug teletak di bagian barat kota Purwodadi. Jarak antara keduanya sekitar 30 Km.

Adapun potensi di wilayah kecamatan ini meliputi hasil-hasil Pertanian (padi, palawija), dan Industri Rumah Tangga (Kecap, Sirup, Tahu Tempe) sebagaimana aspek umum di bawah ini. Gubug = Rumah kecil. Cikal bakal, ketika babat alas (membuka kawasan hutan untuk dijadikan permukiman) terdapat 2 gubug, sehingga dinamakan Gubug.

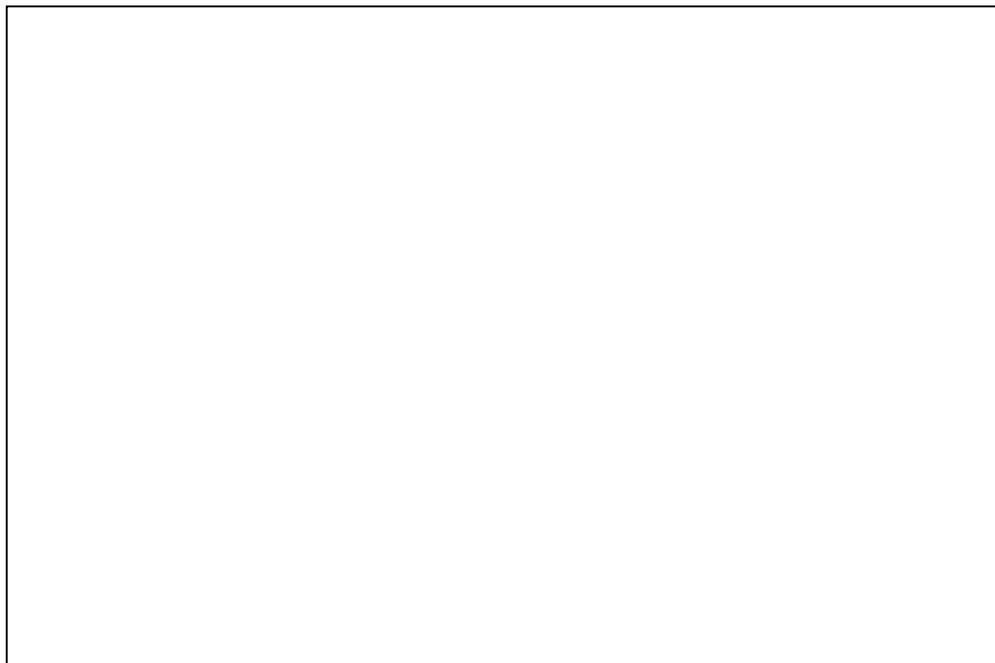
Kecamatan Gubug sebagaimana kecamatan lain di Grobogan terbentuk bersama-sama dengan terbentuknya Kabupaten Grobogan yaitu berdasarkan UU No. 13 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-daerah Kabupaten di lingkungan Propinsi Jawa Tengah.

Kondisi wilayah Kecamatan Gubug memiliki luas tanah 7.111,05 Ha. Dan seluruh wilayah kecamatan yang ada, Kecamatan Gubug memiliki komposisi pola tata guna lahan sebagai tanah permukiman. Tanah sawah seluas 3.471,00 Ha, dan tanah kering seluas 3.640,05 Ha, terdiri dari tanah tegal, pekarangan, tanah hutan negara dan lainnya.

Dilihat dari komposisi kedudukan wilayah Kecamatan Gubug dibatasi oleh:

- Sebelah Utara : Kecamatan Dempet Kabupaten Demak
- Sebelah Selatan : Kecamatan Tanggunharjo
- Sebelah Barat : Kecamatan Tegowanu
- Sebelah Timur : kecamatan Godong dan Karangrayung

Sedangkan kondisi pasar yang ada di kecamatan Gubug yaitu Pasar Umum Gubug kondisinya sangat parah dan terlihat kumuh. Penataannya yang tidak teratur dan zoning yang tidak jelas memperparah kondisi pasar tersebut.



**Gambar 4.1**  
**Peta Kecamatan Gubug**

Secara administratif Kecamatan Gubug terdiri dari 21 Desa, 464 RT, dan 106 RW dengan ibukota berada di Desa Gubug. Kecamatan ini mempunyai luas

71,11 Km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk pada Tahun 2011 sebanyak 79.937 jiwa, sebagaimana Tabel 4.1 di bawah ini.

**Tabel 4. 1**  
**Jumlah Penduduk Kecamatan Gubug Tahun 2011**

No	Desa	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Jumlah Penduduk	Jumlah RT	Jumlah RW
1	Penadaran	10,56	4.227	24	6
2	Glapan	4,07	1.775	18	5
3	Ngroto	3,34	5.086	25	6
4.	Ginggangtani	2,35	4.169	19	4
5.	Jeketro	2,71	2.763	14	3
6.	Saban	1,98	2.455	11	2
7.	Mlilir	2,20	3.628	24	6
8.	Kemiri	2,20	3.478	21	4
9.	PapanRejo	2,28	2.762	19	4
10.	Kunjeng	2,29	2.763	20	4
11.	Trisari	2,77	2.841	14	4
12.	Kuwaron	4,80	8.185	36	9
13.	Rowosari	3,44	2.762	20	5
14.	Gubug	4,02	10.236	63	12
15.	Pranten	2,04	2.034	9	3
16	Jatipearon	1,87	2.186	13	4
17	Baturagung	4,21	5.418	29	5
18	Tambakan	2,95	3.196	20	5
19	Ringin Kidul	1,59	1.696	10	3
20	Ringinharjo	3,58	3.402	24	6
21	Tlogomulyo	4,20	4.875	31	6
	Jumlah	71,11	79.937	464	106

Sumber : BPS Kabupaten Grobogan, tahun 2011

### 4.3 Gambaran Umum Pasar Gubug

Tahun 2011, Produksi pertanian terbesar diantara produksi pertanian yang lain di Kecamatan Gubug adalah komoditas Padi yang mencapai 46.199 ton,. Produksi padi di kecamatan ini mencapai 6,51% dari total produksi di Kabupaten Grobogan yang mencapai 710.091 ton.

Produksi perikanan dari perairan umum lebih tinggi dibandingkan produksi kolam, yang mencapai 36.918 Kg. Sementara produksi dari kolam mencapai 8.735 Kg. Sedangkan untuk peternakan, jumlah ternak kambing mencapai 483 ekor, domba mencapai 142 ekor.

Industri yang berkembang masih didominasi industri rumah tangga yang mencapai 1.058 unit, industri kecil mencapai 40 unit, industri sedang mencapai 3 unit. Sedangkan untuk industri besar belum berkembang di kecamatan ini. Selanjutnya dapat dilihat pada Tabel 4.2 di bawah ini.

**Tabel 4.2**  
**Kondisi Sosial Kecamatan Gubug**

No	Sektor	Jumlah	No	Sektor	Jumlah
1	Pendidikan		4.	Perikanan	
	* Jumlah TK	43		* Perairan umum	36.918
	* Jumlah SD	49		* Kolam	8.735
	* Jumlah SMP	8	5.	Peternakan	
	* Jumlah SMP T	1		*Sapi Potong	23
	* Jumlah SMA	4		* Kambing	483
	* Jumlah SMK	5		* Domba	142
2	Kesehatan		6	Industri	
	* Jumlah RS	2		* Besar	0
	* Jml Puskesmas	3		* Sedang	3
	* Jml Pustu	4		* Kecil	40
	* Jml Posyandu	99		* Industri RT	1.058
3.	Pertanian		7	Kondisi Jalan	
	* Produk Padi (ton)	46.199		* Baik (km)	11.348
	* Produk Jagung	6.644		* Sedang (km)	4.194
	* Kedelai	70		* Rusak (km)	2.756
	* Kacang Hijau	813		* Rusak Berat (km)	10.303

Sumber : BPS Kabupaten Grobogan, tahun 2011

#### 4.3.1. Kondisi Lokasi Tapak Perencanaan

Tapak perencanaan Pasar Umum Gubug ini menempati luas lahan kurang lebih 17.870 m<sup>2</sup>, dengan keadaan kontur tanah yang relatif datar dan kemiringan lahan yang relatif datar. Elevasi lahan Pasar Umum Gubug selama ini relatif di bawah – 50 cm dari elevasi jalan raya Semarang – Kedungjati. Yang mana keadaan ini nantinya sebaiknya dirubah dengan merencanakan elevasi lahan Gubug menjadi + 30 sampai dengan + 40 cm dari jalan raya yang ada.

Berikut ini dapat dilihat kondisi existing Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan.



**Gambar 4. 2**  
**Tampak Depan Pasar Umum Gubug dengan Atap Berbentuk Pelana dan**  
**Bahan Penutup dari Seng (Februari 2009)**



**Gambar 4. 3**  
**Sirkulasi arus Lalulintas di Jl. Wr. Supratman (Sisi Barat Pasar Umum**  
**Gubug) (Februari 2009)**



**Gambar 4. 4**

**Sirkulasi arus lalu lintas di (sisi Utara Pasar Umum Gubug) (Juli 2010)**



**Gambar 4. 5**

**Kondisi dalam Pasar Umum Gubug (sisi selatan) (Juli 2010)**



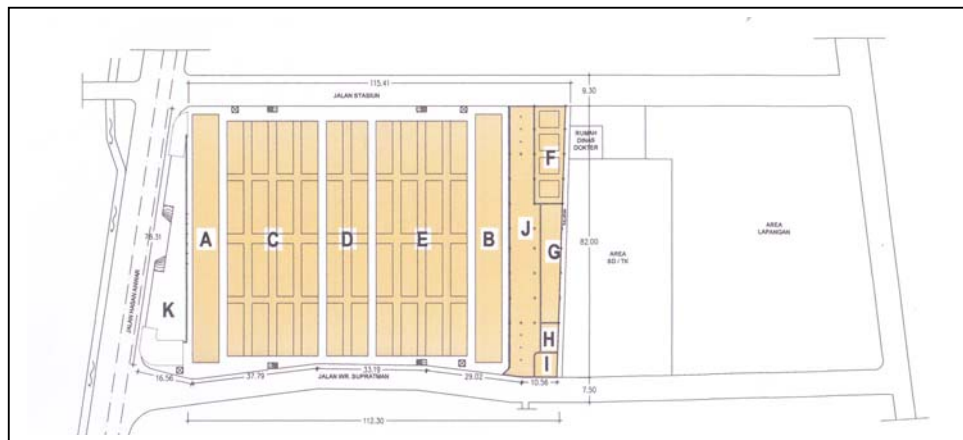
**Gambar 4.6**  
**Jalan lingkungan sisi selatan Pasar Umum Gubug (Februari 2009)**



**Gambar 4.7**  
**Fasilitas pasar, yaitu bak sampah dan sumur untuk mendukung kegiatan pasar (Juli 2010).**



**Gambar 4. 8**  
**Kondisi Fisik Bangunan Los Pasar Umum Gubug sebagian besar sudah rusak (Februari 2009)**



**Gambar 4.9**  
**Lokasi Tapak Existing Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan**

#### 4.3.2. Kondisi Sarana dan Prasarana

Prasarana utama seperti jalan telah menjangkau seluruh wilayah kecamatan Gubug, walaupun pada beberapa ruas di pinggiran kota masih berupa jalan perkerasan/jalan tanah. Masih terdapat beberapa ruas jalan di dalam kota yang mengalami kerusakan dan belum ditangani. Jaringan listrik sudah menjangkau seluruh Kecamatan Gubug. Jaringan telepon Kabel ataupun Telepon seluler sudah menjangkau di seluruh Kecamatan Gubug. Terdapat permasalahan pada jaringan drainase kota yang masih belum ditangani dengan baik sehingga terjadi banjir pada beberapa wilayah di Kecamatan Gubug, Khususnya di keluarahan Gubug sendiri, sehingga mengakibatkan banjir pada musim hujan.

Adapun kondisi sarana dan prasarana yang ada di Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan terdiri dari kondisi fisik dan kondisi jumlah pedagang.

#### 4.3.3. Monografi Pasar

Penjelasan mengenai data spesifik yang terdiri dari data luasan, kondisi eksisting pasar dan jumlah pedagang

##### a. Luas pasar

**Tabel 4.3**  
**Luas Pasar**

No	URAIAN	LUAS
1	Luas lahan existing pasar dan area parkir	10.028 m <sup>2</sup>
2	Luas lahan yang tidak terpakai ( lahan kosong)	7.842 m <sup>2</sup>
	Jumlah	17.870 m <sup>2</sup>

Sumber : Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa luas lahan pasar dan area parkir adalah 10.028 m<sup>2</sup> dan luas lahan yang tidak terpakai adalah 7.842 m<sup>2</sup>. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak lahan kosong yang tidak dimanfaatkan secara maksimal. Selain lahan kosong tersebut menjadi persoalan, seperti banyak berserakan tempat sampah dan ditumbuhi tumbuhan liar juga dapat disalahgunakan penggunaan oleh masyarakat untuk kepentingan bisnis ataupun kepentingan yang lainnya.

**b. Bangunan Gedung**

**Tabel 4.4**  
**Bangunan Gedung**

No	URAIAN	JUMLAH
1	Kantor	1 buah
2	Bangunan Sekolah Dasar	1 buah
3	MCK & TPS	1 buah

Sumber : Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bangunan yang berada di sekitar pasar adalah berupa kantor 1 buah, Bangunan Sekolah Dasar 1 buah dan MCK serta TPS 1 buah. Hal ini perlu adanya perubahan lay out, yaitu Bangunan Sekolah Dasar perlu dipindahkahkan (digeser). Hal ini dikarenakan bangunan Sekolah Dasar tersebut sangat dekat dengan pasar. Sehingga sangat aktivitas pasar akan sangat mengganggu proses belajar mengajar di Sekolah Dasar tersebut.

#### 4.3.3.1. Pedagang

**Tabel 4.5**  
**Jumlah Pedagang**

No	URAIAN	JUMLAH
1	Pedagang Toko	184 pedagang
2	Pedagang Los	577 pedagang
3	Pedagang Los berdikari	15 pedagang
4	Pedagang Los mandiri	24 pedagang
5	Pedagang Dasaran	322 pedagang
6	Pedagang Lesehan	13 pedagang
7	Pedagang Pinggir jalan	100 pedagang
	Jumlah	1235 pedagang

Sumber : Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa kelayakan pedagang dalam berjualan masih belum mampu untuk dipenuhi. Hal ini masih ditemui pedagang dasaran (322 pedagang) dan pedagang di pinggi jalan (100 pedagang) yang masih tinggi. Kondisi ini sangat mengganggu kenyamanan pengunjung untuk berbelanja serta dapat mengganggu lalu lintas penjalan kaki. Sehingga akan mempengaruhi perolehan laba dari para pedagang.

#### 4.3.3.2. Kios dan Los

**a Daftar Pedagang Toko**

**Tabel 4. 6**  
**Daftar Pedagang Toko**

No.	Jenis Dagangan	Jumlah
1	Toko utara ( kantor ke timur )	70
2	Toko Mandiri	11
3	Toko Mandiri sebelah selatan	103
	Jumlah	184

Sumber :Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebaran pedagang toko masih belum merata. Penyebab adalah akses jalan atau kemudahan untuk menjangkau toko – toko tersebut. Keberadaan toko dibagian utara perlu di tambah, agar jumlah toko menjadi berimbang. Sehingga dapat mengurangi kemacetan lalu lintas di disekitar pasar. Hal ini disebabkan karena para pembeli toko sering memarkirkan kendaraan di depan toko yang kebetulan posisinya sangat dekat dengan jalan (dibahu jalan). Dampak yang ditimbulkan adalah tidak tercapainya kenyamanan bagi pengunjung pasar tersebut.

#### **b Daftar Pedagang Los**

**Tabel 4.7**  
**Daftar Pedagang Los**

No	Jenis Dagangan	Jumlah
1	Pedagang Pakaian	199
2	Pedagang Sepatu sandal	11
3	Pedagang Gerabah	130
4	Pedagang Warung Makan	16
5	Pedagang Klithikan	19
6	Pedagang kelontong	1
7	Pedagang makanan kecil	19
8	Pedagang minuman / es	7
9	Pedagang arloji	4
10	Pedagang alat dapur	2
11	Pedagang Beras	3
12	Pedagang Sayuran	40
13	Pedagang Daging	24
14	Pedagang Ikan	22
15	Pedagang Ayam	10
16	Pedagang Buah	5
17	Pedagang Tahu / Tempe	18
18	Pedagang Krupuk	3
19	Pedagang Bumbu	22
20	Pedagang Kelapa	2
21	Pedagang Plastik	8
22	Penjahit pakaian	3
23	Pedagang lain-lain	9
	Jumlah	577

Sumber : Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan pedagang pakaian merupakan pedagang yang paling banyak di Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan, yaitu mencapai 199 pedagang. Secara umum kondisi pada pedagang pakaian juga tidak pada kondisi yang layak. Permintaan pakaian yang tinggi di kawasan Gubug masih membuat pedagang tersebut tetap bertahan dalam kondisi yang sangat tidak layak. Sehingga petugas pasar perlu untuk memperbaiki fasilitas yang ada pada pedagang pakaian, selain juga tetap harus memperhatikan pedagang yang lainnya.

**c Daftar Pedagang Los Berdikari**

**Tabel 4. 8**  
**Daftar Pedagang Los Berdikari**

No.	Jenis Dagangan	Jumlah
1	Pedagang sayuran	6
2	Pedagang makanan	6
3	Pedagang bumbu	3
	Jumlah	15

Sumber :Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Pedagang los berdikari pada Tabel 4.8 menunjukkan terdapat 15 pedagang. Pedagang kurang berminat untuk menempati di pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan. Tidak menariknya para pedagang untuk berjualan sayuran, makan dan bumbu adalah peminat atau pembeli yang mencari komoditas sayuran dan bumbu adalah sangat rendah. Hal ini disebabkan pembeli lebih suka memilih sayuran atau bumbu dari tempat lain yang lebih banyak varian pilihan seperti di kawasan Ganefo Mranggen (pasar tumpah) yang menyediakan jenis sayuran yang lengkap dengan harga yang lebih murah.

**d Daftar Pedagang Los Mandiri**

**Tabel 4. 9**  
**Daftar Pedagang Los Mandiri**

No.	Jenis Dagangan	Jumlah
1	Pedagang bumbu	6
2	Pedagang gerabah	8
3	Pedagang Tempe / tahu	8
4	Pedagang ikan	2
	Jumlah	24

Sumber : Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pedagang gerabah dan pedagang tahu/tempe merupakan pedagang terbesar pada kelompok pedagang los mandiri. Sedangkan pedagang ikan merupakan pedagang yang terendah, yaitu sebanyak 2 pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa pada kelompok pedagang los mandiri masih didominasi oleh pedagang gerabah, tempe dan tahu.

**e Daftar Pedagang Lesehan**

**Tabel 4. 10**  
**Daftar Pedagang Lesehan**

No.	Jenis Dagangan	Jumlah
1	Pedagang pakaian	2
2	Pedagang telur	1
3	Pedagang makanan	1
4	Pedaang alat dapur	2
5	Pedagang makanan kecil	6
6	Pedagang kerupuk	1
	Jumlah	13

Sumber : Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa pedagang lesehan yang terbanyak adalah pedagan makanan kecil yaitu sebanyak 6 pedangang. Dalam pedagang lesehan masih terdapat 2 pedagang pakaian. Hal ini perlu dibenahi agar

kerapian dan kenyamanan pada pedagang juga dapat dipenuhi. Sehingga masing – masing pedagang dengan tingkat sampah yang ditimbulkan. Pedagang pakaian sebaiknya perlu untuk dipindahkan ke los pakaian tersendiri.

**f Daftar Pedagang Pinggir Jalan**

**Tabel 4. 11**  
**Daftar Pedagang Dasaran Terbuka**

No.	Jenis Dagangan	Jumlah
1	Pedagang minuman / es	8
2	Pedagang makanan	6
3	Pedagang Tempe / tahu	6
4	Pedaang buah	9
5	Pedagang sayur	26
6	Pedagang makanan kecil	18
7	Pedagang kelapa	4
8	Pedagang gerabah	3
9	Pedagang ikan	3
10	Pedagang bumbu	12
11	Pedagang daging	1
12	Pedagang beras	1
13	Potong rambut	1
14	Pedagang kelontong	1
	Jumlah	100

Sumber : Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Berdasarkan pada Tabel 4.11 menunjukkan masih terdapat pedagang sayur dan bumbu yang paling tinggi yaitu sebanyak 26 dan 12 pedagang. Hal ini bercampur dengan potong rambut. Hal ini menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengunjung (masyarakat) serta bagi para pedagang itu sendiri. Sehingga pihak

pengelola pasar perlu merapikan para pedagang yang berjualan. Dampak yang ditimbulkan dari kesemrawutan dalam penataan adalah menurunnya jumlah omzet penjualannya.

**g Daftar Pedagang Dasaran**

**Tabel 4. 12**  
**Daftar Pedagang Dasaran Tertutup**

No	Jenis Dagangan	Jumlah
1	Pedagang Pakaian	29
2	Pedagang Sepatu sandal	9
3	Pedagang Gerabah	20
4	Pedagang Klithikan	34
5	Pedagang kelontong	3
6	Pedagang makanan kecil	5
7	Pedagang minuman / es	5
8	Pedagang arloji	2
9	Pedagang alat dapur	2
10	Pedagang Beras	2
11	Pedagang Sayuran	41
12	Pedagang Ikan	5
13	Pedagang Ayam	12
14	Pedagang Buah	30
15	Pedagang Tahu / Tempe	26
16	Pedagang Krupuk	11
17	Pedagang Bumbu	26
18	Pedagang Kelapa	8
19	Pedagang Plastik	3
20	Pedagang lain-lain	49
	Jumlah	322

Sumber : Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Pada kelompok pedagang dasaran tertutup menunjukkan masih terdapat pedagang yang menimbulkan polusi udara (bau tidak sedap), diantaranya pedagang ikan sebanyak 5 pedagang. Pihak pengelola pasar perlu merapikan lagi agar dagangan yang mempunyai risiko menimbulkan risiko polusi lebih tinggi untuk ditempatkan dengan pedagang yang menjual dagangan menimbulkan risiko polusi. Sehingga para pedagang yang lain tidak merasa terganggu serta mampu menarik masyarakat untuk berbelanja di los tersebut.

#### 4.3.3.3. Potensi dan Restribusi

Potensi penerimaan retribusi di pasar Gubug Kabupaten Grobogan didapatkan dari pedagang yang memanfaatkan tempat dasaran yang tersedia. Disamping retribusi pasar, bagi para pedagang dan pengunjung yang memanfaatkan fasilitas yang tersedia, mereka juga dipungut retribusi lamanya, diantaranya adalah retribusi parkir. Besarnya retribusi yang berhasil dipungut oleh pengelola pasar, jenis dan besarnya tampak pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4. 13**  
**Potensi dan Retribusi**

	Uraian	Jumlah	Potensi Retribusi
1	Toko	184 buah	Rp. 276.000,-
2	Los	1043 pedagang	Rp. 521.500,-
3	Sampah	1 buah	
4	MCK	1 buah	Rp. 50.000,-
5	Titipan sepeda	320 buah	Rp. 960.000,-
6	Ternak kecil	66 pedagang	Rp. 165.000,-
7	Parkir mobil	24 buah	Rp. 240.000,-
8	Parkir dokar	12 buah	Rp. 144.000,-
	Jumlah		Rp. 2.356.500,-

Sumber : Dinas Pasar Kabupaten Grobogan, 2011

Selain dari retribusi yang bersifat tetap, Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan memperoleh pendapatan non retribusi dari pemasangan papan reklame dan promo – promo dari perusahaan yang bersifat temporer. Dalam satu tahun pendapatan non retribusi rata – rata adalah Rp. 175.000.000,-. Sehingga secara keseluruhan retribusi yang diperoleh dari Pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan adalah Rp. 1,506,422,500,- .

#### **4.3.3.4. Kondisi Fasilitas dan Utilitas**

Kondisi Fasilitas dan Utilitas sebagai berikut :

##### **a Kondisi Jalan**

Pasar Umum Gubug ini dilewati jalan lingkungan pasar, dimana pada setiap sisinya dikelilingi oleh jalan lingkungan. Kondisi jalan lingkungan juga tidak terlalu bagus, beraspal namun banyak dijumpai lubang disana-sini. Akses menuju jalan propinsi kira-kira berjarak 800 m

##### **b Utilitas Umum**

Pada lokasi Pasar Umum Gubug dan sekitarnya sudah tersedia dan terlayani oleh fasilitas-fasilitas antara lain :

- 1) *Air Minum*, kebutuhan air minum di wilayah lokasi dipenuhi oleh Perusahaan Air Minum (PDAM) dan sumber air lain seperti sumur. Semuanya terpenuhi secara merata mengingat topografi di wilayah tersebut cukup datar sehingga terjadi debit air yang memadai.
- 2) *Listrik*, kebutuhan listrik di wilayah lokasi didistribusikan oleh PLN, baik bangunan pemerintah, fasilitas umum (tempat ibadah) maupun perumahan penduduk sekitar lokasi Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan.

- 3) *Telepon*, Guna memperlancar hubungan komunikasi, perdagangan, keperluan kantor dan instansi system komunikasi di wilayah lokasi menggunakan jaringan telepon dan sebagian besar sudah merata.
- 4) *Sanitasi*, pada wilayah lokasi pada umumnya sudah tersedia saluran-saluran pembuangan air hujan / limbah yang pada masa-masa mendatang perlu dikembangkan secara menyeluruh termasuk memperbaiki dan atau meningkatkan elevasi tapak Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan

#### **4.4 Pasar Umum Gubug Pasca Kebakaran**

Pasar umum Gubug terbakar pada Hari Minggu tanggal 15 September 2009 pada pukul 17.00 WIB. Pasca kebakaran Pasar umum Gubug direlokasi untuk sementara. Hal ini penting dilakukan mengingat pasar Gubug merupakan pasar yang besar dan menjadi sentra ekonomi masyarakat Gubug dan kecamatan di sekitarnya. Kesemrawutan penataan pasar pasca terbakar akan berdampak buruk pada mobilitas ekonomi warga Gubug dan kecamatan sekitarnya.

Tidak hanya warga Gubug yang menjadikan pasar ini sebagai pusat transaksi ekonomi. Warga kecamatan Tegowanu, Tanggungharjo, Kedungjati, Ginggangtani dan Kebonagung menjadikan pasar ini sebagai tempat jual beli. Hal ini karena posisi pasar yang strategis, yakni berada di tengah-tengah antara kecamatan-kecamatan tersebut. Pasar Gubug juga dekat dengan stasiun kereta api yang membuat distribusi barang antar kota lebih mudah dan cepat.

Relokasi pasar untuk sementara atau pembangunan (renovasi) pasar selayaknya tak mengurangi nilai strategis dari pasar Gubug. Nilai-nilai strategis itulah yang membuat pasar Gubug berbeda dengan pasar di kecamatan sekitarnya. Pasar Gubug dengan luas 9.686 m<sup>2</sup>, 1.235 pedagang 191 kios ini menunjukkan

betapa banyak warga yang menggantungkan penyangga ekonomi dengan berjualan di pasar (ANTARA). Tak heran harga sewa kios di pasar ini semakin tahun semakin mahal.

Dengan asumsi jumlah pedagang yang seribu lebih itu, harus dicari tempat yang luas dan bisa menampung semua pedagang tersebut. Karena jika pengambil kebijakan salah memilih tempat, akan terjadi gejolak di antara pedagang pasar terkait siapa yang paling berhak untuk mendapatkan "ganti rugi" relokasi pasar.. Lalu di mana akan ditempatkan relokasi pasar Gubug tersebut ?. Lokasi pasar Gubug sebetulnya sudah terlalu padat. Pasar ini berada tengah-tengah perkampungan warga. Beberapa sekolah juga berada di sekitar pasar itu.

Pilihan lokasi sementara di pilih adalah di Lapangan Sepak Bola dengan los – los yang kurang teratur. Bahkan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lainnya sangat berdekatan. Sehingga peruntukan jalan untuk para pembeli atau pengunjung semakin semakin. Hal ini ditambah lagi tinggi los yang kurang dari 2 meter, sehingga di dalam pasar terasa pengap dan panas sekali. Kondisi pasar lama (sebelum kebakaran) yang kurang nyaman dirasakan para pedagang atau pembeli jauh lebih baik daripada kondisi pada saat ini.

Selain kondisi di dalam pasar sementara yang sangat tidak nyaman, hal yang tidak kalah menyedihkan adalah di luar pasar atau di jalan akses masuk. Lebar ruas jalan untuk akses masuk yang dulunya mencapai 5 meter, pada saat ini tinggal 1,5 meter an saja. Bahkan di sebelah timur akses jalan tinggal 0,5 meter saja. Hal ini sangat mengganggu aktivitas penduduk sekitar serta aktivitas kegiatan pasar umum Gubug di lokasi sementara pasca kebakaran.

Untuk lebih jelas kondisi gambaran pasar umum Gubug pasca kebakaran dapat disajikan sebagai berikut :



**Gambar 4. 10**  
**Tata Letak Kios yang Tidak Teratur (Juli 2010)**



**Gambar 4. 11**  
**Jarak Kios dengan Kios yang Terlalu Dekat (Juli 2010)**



**Gambar 4. 12**  
**Lokasi Pasar yang Sangat Dekat dengan Pemukiman Penduduk (Juli 2010)**



**Gambar 4. 13**  
**Akses Jalan Masuk yang Sangat Sempit (Juli 2010)**



**Gambar 4. 14**  
**Jalan yang Becek, Sempit dan Tidak Rata (Juli 2010)**



**Gambar 4. 15**  
**Tata Letak Barang Dagangan yang tidak Teratur (Juli 2010)**

#### **4.5 Pembahasan**

Dalam pelaksanaan pembangunan proyek terdapat empat tahapan yang harus dilalui (Kodoatie, 2003) yaitu tahap studi atau tahap studi kelayakan, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap operasi dan pemeliharaan. Tahap studi kelayakan merupakan salah satu proses penting, di mana dalam tahapan ini terkandung berbagai aspek seperti aspek teknis, manajerial, keuangan, sosial ekonomi dan dampak lingkungan.

Untuk proyek kepentingan umum seperti halnya pembangunan pasar yang tidak menghasilkan pendapatan secara langsung perlu diterapkan analisis sosial ekonomi untuk menilai apakah proyek tersebut layak untuk dibangun/dilanjutkan atau tidak ditinjau dari kepentingan masyarakat sebagai pengguna (Tarigan, 2004).

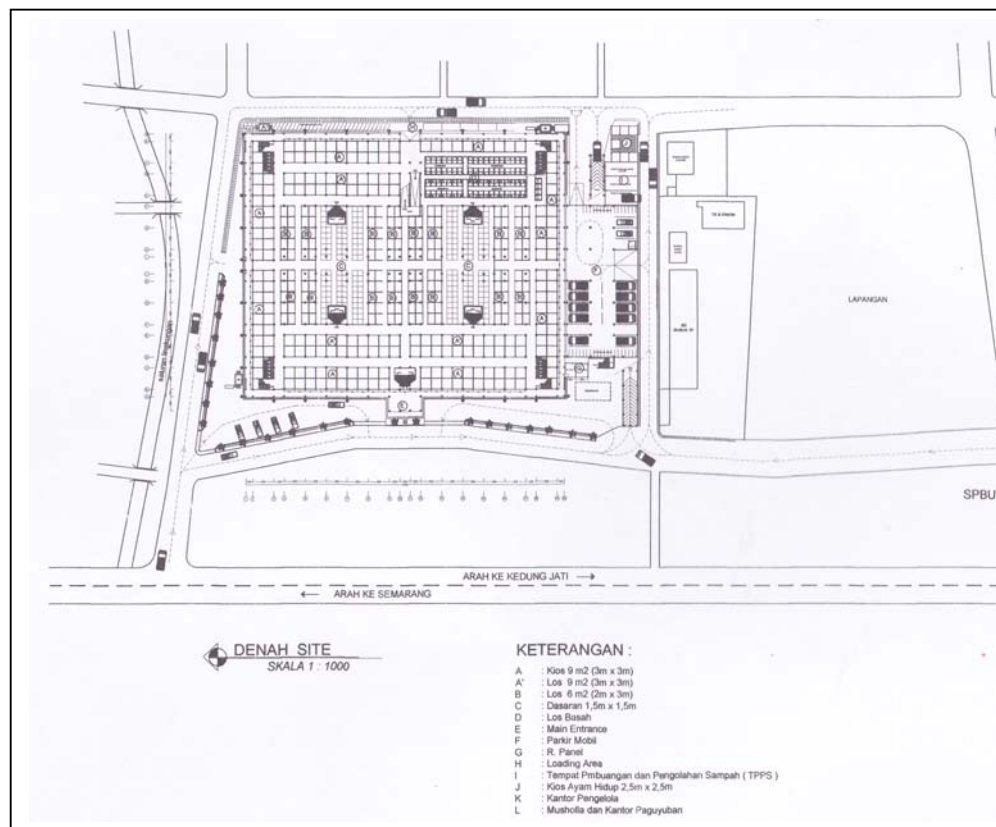
Pembangunan Pasar baru Gubug sangat mendesak untuk dilakukan, hal ini akan memacu perekonomian di daerah sekitar. Akhir – akhir ini masyarakat enggan untuk berbelanja di pasar Gubug (lama) karena selain kondisi pasar yang sempit, kurang ventilasi, kurang sarana dan terjadi kemacetan dimana – mana. Sehingga distribusi barang menjadi kurang lancar serta masyarakat atau konsumen enggan untuk bertransaksi di pasar Gubug.

Berdasarkan hasil observasi masih terdapat beberapa fasilitas pada pasar Gubug tersebut yang masih belum tersedia yaitu tempat penampungan air yang merupakan kebutuhan paling vital dan saluran pembuangan limbah. Tempat parkir dalam keadaan tidak layak dan tidak memberikan kenyamanan bagi pemilik kendaraan.

#### 4.5.1. Analisis Kelayakan Teknik dan Teknologis

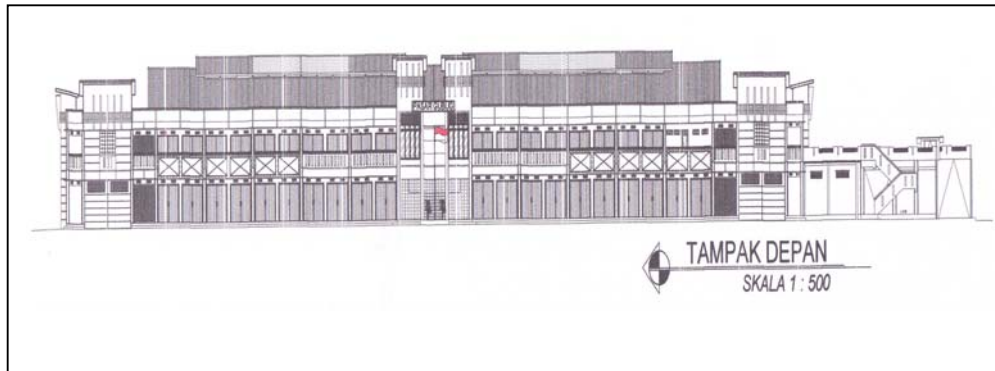
##### 4.5.1.1. Desain Gedung Pasar Baru Gubug Kabupaten Grobogan

Desain gedung Pasar Gubug terdiri dari dua lantai, untuk operasional pasar terletak di lantai 1 dan lantai 2 operasional pasar dan diperuntukkan untuk kantor dinas pengelola pasar Gubug Kabupaten Grobogan.

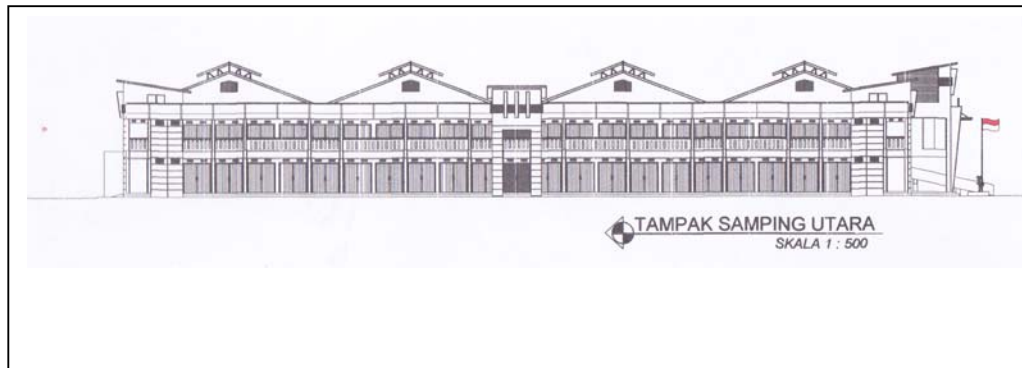


**Gambar 4.16**

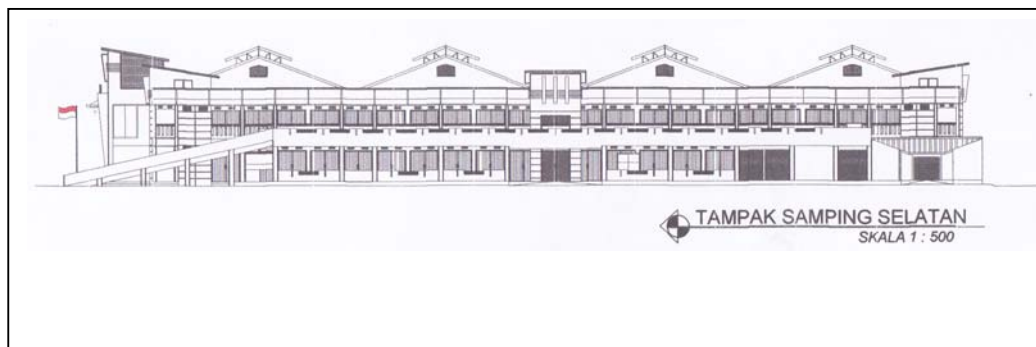
**Site Plan Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan**



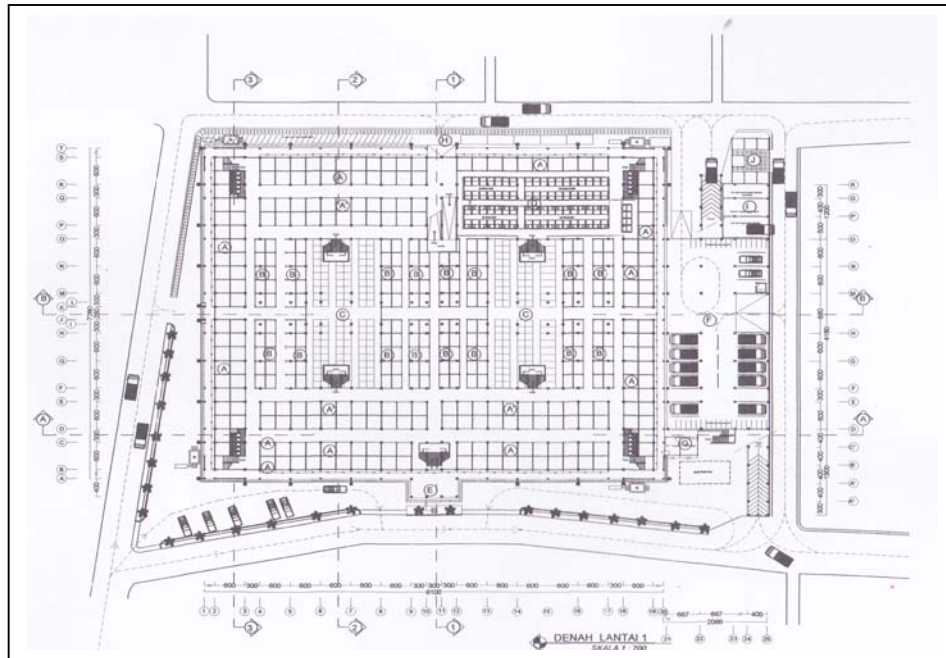
**Gambar 4.17**  
**Gedung Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan Tampak Depan**



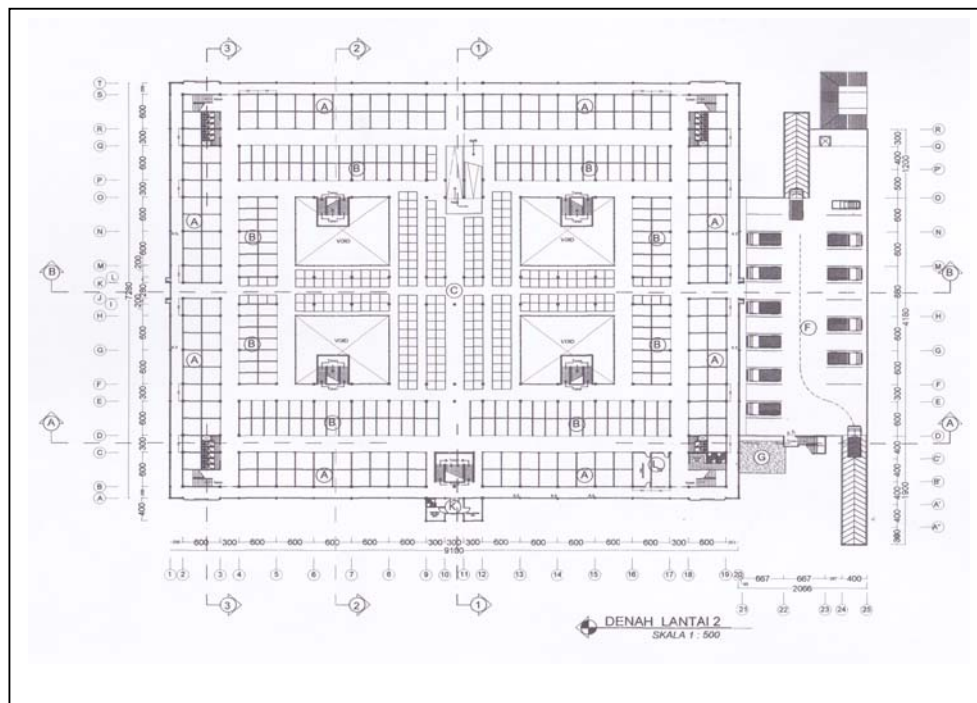
**Gambar 4.18**  
**Gedung Pasar Umum Gubug Tampak dari Samping Utara**



**Gambar 4.19**  
**Gedung Pasar Umum Gubug Tampak dari Samping Selatan**



**Gambar 4.20**  
**Gambar Lantai 1 Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan**



**Gambar 4. 21**  
**Gambar Lantai 2 Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan**

Pembangunan Pasar Gubug direncanakan mampu menampung 1.233 pedagang dengan kios atau luas tempat dagangan yang jauh lebih representatif dengan menyediakan luas kios dari 5 meter, 12 meter hingga 24 meter. Sehingga kios – kios di pasar Baru Gubug Kabupaten Grobogan mampu memberikan kenyamanan bagi konsumen (masyarakat) ataupun bagi pedagang itu sendiri. Sehingga dapat yang ditimbulkan adalah mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta keuntungan bagi para pedagang.

Desain gedung yang menyediakan fasilitas dengan penataan yang lebih optimal seperti berfungsinya WC dengan air tandong yang sangat melimpah serta pengaturan pembuatan air kotor. Penataan bongkar muat barang yang lebih representatif memberikan kemudahan bagi para pedagang untuk melakukan distribusi barang dagangan. Tempat parkir yang lebih luas diharapkan mampu memberikan kenyamanan bagi pemilik kendaraan. Hal ini juga membawa dampak positif bagi masyarakat untuk melakukan transaksi di pasar baru Gubug.

#### **4.5.1.2. Analisis Kelayakan Teknik**

Aspek teknik sipil pada hakekatnya adalah tata letak berbagai kegiatan sosial-ekonomi masyarakat serta prasarana dan sarana yang diperlukan dalam ruang. Untuk melangsungkan berbagai kegiatan sosial-ekonomi masyarakat dengan berdaya guna dan berhasil guna, prasarana dan sarana yang diperlukan harus diadakan atau dibangun lebih dahulu. Dalam pembangunan berbagai prasarana dan sarana tersebut diperlukan peran teknik sipil.

Pertimbangan teknik sipil dalam penataan ruang berpengaruh terhadap biaya pembangunan, operasi dan pemeliharaan prasarana dan sarana. Agar biaya

dapat diusahakan serendah mungkin, peran teknik sipil harus dilibatkan pada seluruh proses penataan bangunan. Dalam perencanaan bangunan, teknik sipil berperan dalam menetapkan letak atau lokasi semua kegiatan sosial ekonomi beserta prasarana dan sarana yang diperlukan termasuk memperkirakan biaya pembangunannya

Aspek teknik sipil diantaranya adalah :

### **1. Penataan Desain Tempat Pembuangan Akhir**

Selama ini penyediaan tempat pembuangan akhir menjadi permasalahan yang krusial. Permasalahan ini dirasakan oleh para pedagang, pengunjung ataupun masyarakat di sekitar pasar Umum Gubug. Pasar Umum Gubug dikelilingi jalan di semua sisi. Hal ini membawa keuntungan tersendiri untuk distribusi barang. Mobil dapat ditempatkan diposisi yang terdekat dengan kios atau lokasi yang diinginkan.

Dalam pengambilan sampah akhir pasar untuk dibuang pada Tempat Pembuangan Akhir (TPA) di daerah Daplang Kecamatan Gubug yang jaraknya 4 km dari pasar Umum Gubug. Sehingga penumpukkan sampah seluruh pasar Tradisional Gubug tidak terlalu banyak atau tidak lebih 2 hari, karena jarak antara tempat pembuangan akhir di pasar dengan TPA adalah sangat dekat. Kondisi ini memberikan kenyamanan bagi pengunjung, pedagang serta masyarakat di sekitar pasar.

Permasalahan yang menjadi perhatian adalah sampai dari los atau kios terutama yang berada di lantai 2 menjadi permasalahan tersendiri bagi pengelola pasar. Hal ini terkait masalah konsistensi dari tenaga kebersihan

yang dimiliki oleh dinas Pasar Gubug. Sehingga pengelola pasar dapat mengoptimalkan tenaga kebersihan yang dimiliki untuk membersihkan atau menjaga kebersihan dari masing – masing kios atau los yang ada dilantai 1 maupun lantai 2.

Hal ini juga harus didukung oleh para pedagang di kios maupun di los – los pasar untuk tetap menjaga kebersihan di sekitar kios. Sehingga pekerjaan para penjaga kebersihan yang dimiliki oleh pengelola pasar menjadi lebih optimal untuk menjaga kebersihan pasar secara keseluruhan. Terjaga kondisi pasar yang bersih akan membawa kenyamanan tersendiri bagi pedagang serta dapat menjaga bangunan dari kerusakan – kerusakan karena tidak terawatnya fasilitas.

## **2. Konstruksi Bangunan Yang Ramah Lingkungan**

Konstruksi bangunan dirancang untuk ramah dengan lingkungan. Sehingga tidak ada pihak – pihak yang dirugikan oleh pembangunan pasar tradisional, bahkan pembangunan pasar diupayakan untuk menguntungkan berbagai pihak yang terkait dengan pembangunan pasar. Konstruksi yang ramah lingkungan diantaranya adalah :

### **a. Peralatan**

Penggunaan peralatan yang tidak berlebihan dan sesuai prosposional, sehingga fungsi bangunan menjadi lebih optimal dan lebih ramah lingkungan.

b. Kontrol Polusi Air dan Limbah

Disediakan kontrol air untuk mengantisipasi terjadinya polusi air yang diakibatkan oleh aktivitas pasar, terutama untuk los – los yang rentan terhadap pencemaran air, seperti los daging, ikan, sayuran – sayuran dan lain sebagainya.

c. Kontrol Polusi Udara

Kebutuhan udara segar bagi orang – orang yang ada didalam pasar juga telah disediakan dengan rancangan yang lebih maksimal. Hal ini untuk menjaga kesehatan manusia yang ada dalam pasar. Selain dampak terhadap kenyamanan karena terpenuhinya kebutuhan udara segara di dalam areal pasar, juga akan berdampak pada tingkat pembelian oleh konsumen.

d. Kontrol Polusi Suara

Kelancaran komunikasi antara pedagang dan pembeli perlu dipastikan berjalan dengan lancar. Sehingga konstruksi bangunan juga perlu dirancang agar suara – suara bising tidak terjadi. Perlu dilengkapi dengan fasilitas yang mampu memberi kelancaran pada suara – suara yang dapat mengganggu komunikasi antara pedagang dengan pembeli atau dengan berbagai pihak di dalam pasar.

e. Dampak Ekologis

Keseimbangan antara keberadaan pasar umum Gubug dengan lingkungan sekitar juga perlu dijaga. Kawasan pasar Gubug selama ini adalah menjadi langganan banjir apabila intensitas hujan dikawasan Gubug atau daerah

atas (sebelah selatan) adalah tinggi. Sehingga bangunan pasar didesain lebih tinggi serta dengan tetap memperhatikan lingkungan pendukung disekitar pasar Tradisional Gubug.

f. Pemakaian Energi

Bangunan di desain dengan memberikan akses sinar matahari masuk kedalam pasar, baik di lantai satu maupun di lantai 2. Hal ini dimaksudkan untuk menghemat penggunaan energi juga dari sisi kesehatan lebih terjamin, karena kuman – kuman serta berbagai sumber penyakit dapat diminimalisir oleh sinar matahari yang dapat menjangkau di hampir semua sudut bangunan.

**3. Penataan Drainase dan Perbaikan Saluran Air**

Pasar Umum Gubug lokasinya dekat dengan aliran sungai Tuntang dan posisinya masih dibawah atau sejajar dengan dasar sungai. Jadi pasar dapat sewaktu – waktu terancam banjir apabila tanggul sungai yang menjadi andalan pengamanan wilayah Daerah Gubug tersebut jebol. Sehingga dalam pembangunan drainase dan saluran pembuangan air harus menyesuaikan dengan kondisi yang ada dilapangan. Drainase dan saluran pembuangan dibuat lebih tinggi, sehingga air – air dapat langsung mengalir lancar ke pembuangan akhir.

Saluran air dari kawasan pasar umum Gubug dipastikan lancar tidak ada hambatan menuju ke sungai Tuntang. Peninggian Jembatan Kali Tuntang di kawasan Timur Gubug juga membawa keuntungan tersendiri karena arus air menjadi lebih lancar. Hal ini berbeda dengan kondisi pada waktu jembatan

belum mengalami peninggian, dimana kawasan pasar Gubug selalu terendam banjir apabila musim hujan.

Kondisi bangunan yang didesain lebih tinggi membawa keamanan dan kenyamanan bagi pengunjung pasar. Hal ini juga terkait aktivitas harian apabila kawasan di sekitar Gubug terjadi banjir, maka pasar Umum Gubug masih dimungkinkan tidak terjadi atau terbebas dari banjir. Sehingga kondisi ini tidak berdampak pada kerugian yang harus diderita oleh para pedagang tradisional apabila pasar Banjir.

#### **4. Konstruksi Pondasi yang Kuat untuk Bangunan Lantai 2**

Konstruksi pondasi yang dipergunakan lebih kuat, hal ini untuk menopang beban bangunan dan penghuni dalam kondisi yang maksimal. Konstruksi pondasi yang kuat tentunya lebih memberikan kenyamanan dan ketenangan dari para pengunjung dari robohnya bangunan. Selain itu dengan konstruksi pondasi yang kuat mampu mengurangi kerugian akibat robohnya bangunan.

Pondasi dalam ditetapkan pada titik-titik tertentu yang diperhitungkan agar dapat merata menyangga beban bangunan. Titik-titik ini perlu dihubungkan dengan balok agar dapat menyangga sisi bangunan yang tidak menumpu tepat di atas pondasi dalam. Besaran balok pondasi dalam dan beratnya beban bangunan yang dipikul. Perhitungan matematis sudah dilakukan untuk menentukan dimensi pondasi beserta balok yang menghubungkannya.

## **5. Perhitungan Struktur dan Perhitungan Umur Bangunan**

Pembangunan pasar Tradisional ini ditaksir mempunyai umur yang panjang (30 tahun). Umur ekonomi bangunan pasar, mengharuskan strukturnya juga disesuaikan dengan umur bangunan yang ditetapkan. Taksiran bangunan ini juga didasarkan atas pertimbangan kemungkinan perkembangan penduduk atau perekonomian di daerah Gubug pada 30 tahun mendatang.

Apabila dimungkinkan untuk 30 tahun perkembangan ekonomi terjadi peningkatan yang signifikan, maka bangunan pasar tradisional juga akan dirubah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat pada saat itu. Secara ekonomi investasi tersebut sudah kembali atau pada aspek ekonomi yang lebih luas. Pembangunan pasar tersebut sudah mampu menumbuhkan perekonomian selama 30 tahun terakhir.

## **6. Penyediaan Lahan Parkir**

Banyak keluhan dari para pengunjung pasar ataupun dari pihak – pihak pedagang serta dari para pihak pendukung dari pasar tradisional. Selama ini parkir tidak teratur, sehingga tidak memberikan kenyamanan bagi para pengguna pasar tradisional. Lahan parkir perlu disediakan dengan lebih representatif, luas dan bersih serta dikelola secara profesional. Sehingga memberikan kenyamanan bagi semua pihak yang mempunyai kepentingan pada pasar tradisional.

Tempat parkir dirancang lebih tertata dengan rapi, parkir didesain di luar badan jalan (*off street parking*), yaitu parkir yang menggunakan tempat dipelataran parkir umum, tempat parkir khusus yang juga terbuka untuk umum dan tempat parkir khusus yang terbatas untuk keperluan sendiri, seperti : kantor, pusat – pusat perbelanjaan dan sebagainya.

Jenis kendaraan yang menggunakan areal parkir di pasar Gubug diperuntukkan untuk kendaraan roda dua tidak bermesin (sepeda), Parkir untuk kendaraan roda dua bermesin (sepeda motor) dan Parkir untuk kendaraan roda tiga, roda empat, atau lebih dan bermesin. Areal parkir didesain lebih luas dan akses keluar masuknya lebih mudah, terutama untuk mobil, manuver untuk putar balik juga didesain lebih luas.

## **7. Penataan Jalan Akses Masuk**

Sering kali terjadi kesemrawutan di akses masuk ke pasar. Banyak pedagang – pedagang dadakan yang menjajakan dagangan di akses masuk jalan. Hal ini sangat mengganggu perjalanan para pengunjung atau pedagang dalam memasuki pasar. Akses jalan masuk perlu diperbaiki serta ditata dengan baik, sehingga pengunjung dan pedagang merasa nyaman dalam memasuki atau keluar pasar tradisional.

Akses masuk menuju pasar Umum Gubug dari Jalan Raya (Gubug – Salatiga) 3 akses masuk.

### **a. Akses sebelah Utara (Jl. Hasan Anwar)**

Akses jalan ini selain menuju ke pasar juga menuju perkampungan terutama di Perkampungan penduduk di Sebelah Timur Pasar Tradisional

dan kawasan Desa lain di Kecamatan Gubug. Lalu lintas jalan ini sangat padat, terutama pada jam – jam 8 sampai dengan 10 pagi. Pengguna jalan ini kebanyakan adalah pengunjung atau masyarakat dari kawasan sebelah utara Gubug.

b. Akses Sebelah Selatan (Jl. Pom Bensin)

Jalan sebelah selatan (Jl. Pom Bensin) ini selain menuju ke pasar juga menuju perkampungan terutama di Perkampungan penduduk di Sebelah Timur Pasar Tradisional dan kawasan Desa lain di Kecamatan Gubug. Lalu lintas jalan ini sangat padat. Pengguna jalan ini kebanyakan adalah pengunjung atau masyarakat dari kawasan sebelah selatan Pasar Umum Gubug.

c. Akses Tengah (Gg. Rahayu)

Jalan tengah ini berada diantara dua gedung, yaitu Toko Rahayu (sebelah Utara) dan Kantor PUK Kecamatan Gubug (Sebelah Selatan). Akses jalan kecil ini kebanyakan dari pengunjung yang sebelumnya berkunjung ke Toko atau para pengantar pengunjung ke Toko. Sehingga jalan tengah (jalan kecil) ini paling sering terjadi kemacetan. Hal ini diperparah dengan para pengendara yang sengaja memarkir kendaraan di pinggir jalan serta lalu lalang becak untuk mengantar dan mencari penumpang.

Ketiga akses jalan masuk pada kondisi yang kurang memadai, yaitu jalan yang tidak rata dan aspal yang sudah terkelupas. Sehingga perjalanan kendaraan bermotor kurang lancar (tersendat) karena harus memilih jalan yang lebih halus atau rata. Kondisi ini diperparah apabila pada musim

penghujung, selain hal tersebut di sisi kanan dan kiri jalan tersebut juga terdapat pedagang. Sehingga kondisi ini membuat akses jalan semakin tidak lancar.

Langkah yang dilakukan adalah memperbaiki jalan dengan melakukan pengaspalan kembali, agar jalan halus dan rata. Para pedagang yang berada dipinggir jalan (sisi kanan dan kiri jalan) ditertibkan dengan memindahkan para pedagang tersebut ditempat yang sudah disediakan. Sehingga pengendara lebih nyaman dan lalu lintas baik pengunjung pasar maupun para pedagang serta ekspedisi pengirim barang atau dagangan menjadi lebih lancar. Dampak yang ditimbulkan adalah para pengunjung tidak enggan lagi untuk berkunjung di pasar tradisional tersebut.

## **8. Penataan Lalu Lintas**

Lalu lintas jalan raya yang berdekatan dengan akses masuk menuju kawasan pasar perlu ditata. Hal ini dimaksudkan untuk memperlancar pejalan atau pengguna jalan lain. Sehingga keberadaan pasar tradisional tidak mengganggu lalu lintas jalan raya. Keberadaan pasar Umum Gubug tidak berada pada jalan besar atau jalan utama. Sehingga dampak kemacetan yang ditimbulkan kurang signifikan dibandingkan dengan pasar tradisional yang berada di samping jalan Utama.

Kemacetan – kemacetan pada jalan Utama (Gubug – Salatiga) tetap terjadi. Apabila dilihat dari jarak antara jalan Utama dengan lokasi pasar adalah mencapai 75 meter. Namun demikian kemacetan tetap terjadi, hal ini dikarenakan faktor – faktor yang dari keberadaan Toko – toko dan Mart yang

berada di seputar kawasan tersebut. Sehingga keberadaan pasar umum Gubug menambah timbulnya ketidaklancaran dari lalu lintas, terutama pada jam – jam sibuk.

Untuk memperlancar lalu lintas jalan utama (Gubug – Salatiga) perlu sinergi dari semua pihak, yaitu Toko – toko di samping jalan utama serta dari otoritas pemerintah yang mengatur jalan raya (DLLAJR). Bagi toko – toko diwajibkan untuk menyediakan tempat parkir yang memadai, bagi angkutan umum yang berhenti diharapkan tidak berada pada persimpangan jalan, sehingga lalu lintas menjadi lancar.

#### **4.5.2. Analisis Pasar dan Pemasaran**

##### **4.5.2.1 Analisis Hubungan antara Konsumen dengan Perkembangan Pasar**

Untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara perilaku (kondisi) konsumen dengan perkembangan pasar, yang dalam hal ini dinyatakan dalam besarnya frekuensi belanja masyarakat ke pasar Gubug, akan dilakukan uji hubungan antara variabel frekuensi belanja dengan variabel bebas (independent) lainnya, seperti : jarak tempuh, transportasi (peranan angkutan), kebiasaan belanja, daya tarik pasar, besar pendapatan perbulan dan partisipasi masyarakat (kepedulian).

Alat analisis statistik yang digunakan adalah *analysis of variance* (ANOVA), alat statistik ini dipilih dikarenakan variabel terikatnya berupa matrik sedangkan variabel bebasnya (independent) adalah berupa *non metric* atau data kategori.

Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut :

- Variabel bebas (independent) dikatakan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel terikat (dependent) apabila  $\text{sig} < 0,05$
- Variabel bebas (independent) dikatakan tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel terikat (dependent) apabila  $\text{sig} < 0,05$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh print out sebagai berikut :

**Tabel 4.14**  
**Perhitungan ANOVA pada Konsumen (Pelanggan)**

**Tests of Between-Subjects Effects**

Dependent Variable: Frekuensi Belanja

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	1657.928 <sup>a</sup>	13	127.533	9.226	.000
Intercept	4220.843	1	4220.843	305.338	.000
x1	88.013	2	44.006	3.183	.046
x2	89.572	2	44.786	3.240	.044
x3	27.524	2	13.762	.996	.374
x4	224.414	3	74.805	5.411	.002
x5	86.889	2	43.444	3.143	.048
x6	92.240	2	46.120	3.336	.040
Error	1188.822	86	13.824		
Total	11967.000	100			
Corrected Total	2846.750	99			

a. R Squared = .582 (Adjusted R Squared = .519)

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Y : Frekuensi Berbelanja di Pasar Gubug

X<sub>1</sub> : Jarak

X<sub>2</sub> : Transportasi

X<sub>3</sub> : Kebiasaan Berbelanja

X<sub>4</sub> : Daya Tarik Pasar

X<sub>5</sub> : Pendapatan Konsumen

X<sub>6</sub> : Tingkat Kepedulian

Pada variabel jarak tempuh ( $X_1$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,046 yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,05 ( $0,046 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa jarak tempuh dari rumah atau tempat usaha konsumen atau masyarakat mempunyai hubungan terhadap frekuensi belanja di pasar Gubug. Konsumen mempertimbangkan jarak antara tempat tinggal dengan pasar (Gubug) dalam melakukan keputusan untuk berbelanja. Sehingga faktor jarak antara tempat tinggal dengan pasar menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pasar mana yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari.

Pada variabel transportasi dengan angkutan atau kendaraan sendiri ( $X_2$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,044 yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,05 ( $0,044 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa transportasi dengan angkutan atau kendaraan sendiri mempunyai hubungan terhadap frekuensi belanja di pasar Gubug. Konsumen mempertimbangkan kemudahan untuk menjangkau pasar (Gubug) dalam berbelanja. Sehingga faktor transportasi atau sarana angkutan menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pasar mana yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari.

Pada variabel kebiasaan berbelanja ( $X_3$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,374 yang mana nilai tersebut masih diatas 0,05 ( $0,374 > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan berbelanja dari konsumen atau masyarakat tidak mempunyai hubungan terhadap frekuensi belanja di pasar Gubug. Konsumen tidak mempertimbangkan kebiasaan dalam berbelanja. Sehingga faktor kebiasaan berbelanja tidak menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pasar mana

yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari atau melakukan transaksi berbelanja.

Pada variabel daya tarik pasar ( $X_4$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,002 yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik pasar mempunyai hubungan terhadap frekuensi belanja di pasar Gubug. Konsumen mempertimbangkan kondisi pasar (fasilitas, kelengkapan dan kemudahan). Sehingga faktor daya tarik pasar menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pasar mana yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari atau melakukan transaksi berbelanja.

Pada variabel pendapatan masyarakat ( $X_5$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,048 yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,05 ( $0,048 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat mempunyai hubungan terhadap frekuensi belanja di pasar Gubug. Konsumen mempertimbangkan pendapatan atau income. Sehingga faktor pendapatan atau income menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pasar mana yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari atau melakukan transaksi berbelanja.

Pada variabel partisipasi atau kepedulian masyarakat ( $X_6$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,040 yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,05 ( $0,040 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi atau kepedulian masyarakat terhadap keberadaan pasar mempunyai hubungan terhadap frekuensi belanja di pasar Gubug. Konsumen mempertimbangkan sikap partisipasi atau kepeduliannya terhadap pasar. Sehingga faktor kepedulian menjadi pertimbangan konsumen

dalam memutuskan pasar mana yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari atau melakukan transaksi berbelanja.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan program SPSS diperoleh nilai adjusted R Square sebesar .519 atau 0,519. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi pembelian dapat dijelaskan oleh variabel bebas (independent) yaitu jarak tempuh, transportasi (peranan angkutan), kebiasaan belanja, daya tarik pasar, besar pendapatan perbulan dan partisipasi masyarakat (kepedulian) adalah sebesar 51,9 % sedangkan sisanya 48,1 % dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti. Sehingga secara umum faktor konsumen atau masyarakat mempunyai peranan dalam pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan.

#### **4.5.2.2 Analisis Hubungan antara Pedagang dengan Perkembangan Pasar**

Untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara perilaku (kondisi) pedagang dengan perkembangan pasar, yang dalam hal ini dinyatakan dalam besarnya frekuensi transaksi masyarakat di pasar Gubug, akan dilakukan uji hubungan antara variabel frekuensi masyarakat dengan variabel bebas (independent) lainnya, seperti : jenis dagangan, lama berdagang, sumber memperoleh barang dagangan, cara penyampaian barang, modal dagangan dan nilai transaksi.

Alat analisis statistik yang digunakan adalah *analysis of variance* (ANOVA), alat statistik ini dipilih dikarenakan variabel terikatnya berupa matrik sedangkan variabel bebasnya (independent) adalah berupa *non metric* atau data kategori.

Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut :

- Variabel bebas (independent) dikatakan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel terikat (dependent) apabila  $\text{sig} < 0,05$
- Variabel bebas (independent) dikatakan tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel terikat (dependent) apabila  $\text{sig} > 0,05$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh print out sebagai berikut :

**Tabel 4. 15**  
**Perhitungan ANOVA pada Pedagang**

**Tests of Between-Subjects Effects**

Dependent Variable: Frekuensi Transaksi

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	28651.864 <sup>a</sup>	14	2046.562	4.075	.000
Intercept	38686.271	1	38686.271	77.037	.000
x1	5491.729	4	1372.932	2.734	.044
x2	4541.244	2	2270.622	4.522	.018
x3	5100.792	2	2550.396	5.079	.012
x4	1115.049	2	557.525	1.110	.341
x5	4160.278	2	2080.139	4.142	.024
x6	7410.533	2	3705.266	7.378	.002
Error	17576.156	35	502.176		
Total	209477.000	50			
Corrected Total	46228.020	49			

a. R Squared = .620 (Adjusted R Squared = .468)

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Dimana :

Y : Jumlah Transaksi

X<sub>1</sub> : Barang Dagangan

X<sub>2</sub> : Lama Berjualan

X<sub>3</sub> : Perolehan Barang Dagangan

X<sub>4</sub> : Metode Penyerahan Barang

X<sub>5</sub> : Modal Berdagang

X<sub>6</sub> : Nilai Transaksi

Pada variabel jenis barang dagangan ( $X_1$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,044 yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,05 ( $0,044 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa jenis dagangan yang diajakan atau ditawarkan oleh pedagang mempunyai hubungan terhadap frekuensi transaksi pembelian di pasar Gubug. Jenis dagangan yang diajakan atau ditawarkan perlu menjadi pertimbangan pedagang. Sehingga faktor keragaman produk yang ditawarkan menjadi faktor peningkatan frekuensi transaksi di pasar Gubug.

Pada variabel lama berdagang ( $X_2$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,018 yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,05 ( $0,018 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa lama berdagang mempunyai hubungan terhadap frekuensi transaksi di pasar Gubug. Lama berdagang dapat membuat pedagang mempunyai pengalaman yang lebih matang dalam pendekatan atau meningkatkan penjualan. Sehingga faktor lama berdagang akan berdampak pada peningkatan frekuensi transaksi di pasar Gubug.

Pada variabel tempat memperoleh barang atau darimana barang dagangan ( $X_3$ ) tersebut didapatkan diperoleh nilai sig sebesar 0,012 yang mana nilai tersebut masih di bawah 0,05 ( $0,012 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa tempat berbelanja pedagang untuk dijual di pasar Gubug mempunyai hubungan terhadap frekuensi transaksi. Pedagang mempertimbangkan tempat untuk mengambil barang guna dijual kembali. Sehingga faktor tempat berbelanja menjadi pertimbangan pedagang karena dapat mempengaruhi peroleh laba dari pedagang tersebut.

Pada variabel cara penyampaian barang kepada konsumen ( $X_4$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,341 yang mana nilai tersebut masih diatas 0,05 ( $0,341 > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa cara penyampaian barang kepada konsumen tidak mempunyai hubungan terhadap frekuensi transaksi di pasar Gubug. Sehingga faktor bagaimana cara penyerahan barang yang sudah dibeli oleh konsumen tidak menjadi pertimbangan dalam peningkatan frekuensi transaksi.

Pada variabel modal yang digunakan untuk berdagang ( $X_5$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,024 yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,05 ( $0,024 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa modal yang digunakan untuk berdagang mempunyai hubungan terhadap frekuensi transaksi di pasar Gubug. Pedagang mempertimbangkan modal yang akan digunakan. Sehingga faktor modal berdagang menjadi pertimbangan pedagang agar frekuensi transaksi di pasar Gubug mengalami peningkatan.

Pada variabel nilai transaksi ( $X_6$ ) diperoleh nilai sig sebesar 0,002 yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa nilai transaksi atau jumlah peroleh pedagang mempunyai hubungan terhadap frekuensi transaksi di pasar Gubug. Pedagang mempertimbangkan nilai transaksi karena menyangkut arus kas masuk pedagang tersebut. Sehingga faktor nilai transaksi yang diperoleh para pedagang menjadi pertimbangan dalam memutuskan untuk tetap melanjutkan usaha berdagang di pasar Gubug.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan program SPSS diperoleh nilai adjusted R Square sebesar .468 atau 0,468. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi transaksi para pedagang di pasar Gubug dapat dijelaskan oleh variabel bebas

(independent) yaitu jenis dagangan, lama berdagang, sumber memperoleh barang dagangan, cara penyampaian barang, modal dagangan dan nilai transaksi adalah sebesar 46,8 % sedangkan sisanya 53,2 % dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti. Sehingga secara umum faktor pedagang mempunyai peranan dalam pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan.

#### **4.5.2.3 Analisis Kemampuan Bayar**

Harga sewa los dan kios serta retribusi pasar merupakan faktor lain yang cukup penting, karena dengan harga yang wajar maka pedagang akan memilih untuk menempati los atau kios daripada harus berjualan di luar secara liar. Dari hasil wawancara dengan beberapa pedagang di Pasar Umum Gubug, mereka tidak keberatan dengan tarif sewa dan retribusi yang dikenakan oleh Pemerintah Kabupaten Grobogan. Tarif ini berlaku untuk seluruh pasar di Kabupaten Grobogan sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Grobogan tentang Retribusi Pasar.

Tarif sewa yang cukup wajar tersebut mestinya dapat menjadi daya tarik bagi pedagang yang tidak memperoleh tempat di kios atau los untuk pindah ke Pasar Umum Gubug. Tidak semua pedagang mampu memiliki kios atau los dengan membayar secara tunai. Sebagian besar menginginkan kepemilikan kios atau los oleh pedagang dengan cara mengangsur sampai dengan 5 atau sampai dengan 10 tahun.

Berdasarkan kerugian – kerugian yang pernah dialami oleh para pedagang saat kebakaran pada tahun 2009 lalu, maka harga kios yang ditentukan untuk dibayar tunai sebagian besar pedagang kurang bersedia. Sehingga untuk menjaga arus kas (cash flow) sendiri dari para pedagang maka pihak pasar harus

memberikan keringanan berupa pemberian angsuran kepada pedagang dengan melibatkan pihak bank untuk pendanaan tersebut.

Sehingga dengan melibatkan atau adanya sinergi dari pedagang, pihak pasar serta keterlibatan perbankan berkenaan dengan kepemilikan kios atau los pasar, maka kerja sama akan terwujud. Kios dan los yang sudah dibangun akan mendapat kepastian untuk dapat dimiliki oleh para pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang mampu membayar segala kewajiban berkenaan dengan kepemilikan kios dan aktivitas berjualan di pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan.

Selain mengani kemampuan bayar dari para pedagang. Permasalahan lain, muncul dari keengganan para pedagang untuk menempati di lantai dua. Meskipun dengan penawaran kios atau los yang lebih murah, tapi justru pedagang merasa enggan. Hal ini berdasarkan pengalaman dari para pedagang yang lain, tentang penurunan pendapatan yang diperoleh karena kesalahan atau strategi dari para pedagang yang menempati lantai 2.

#### **4.5.3. Analisis Ekonomi**

Analisis ekonomi dilakukan dengan maksud mengevaluasi kelayakan proyek. Metode yang digunakan adalah *Payback Periode*, *Net Present Value* (NPV), *Benefit Cost Ratio (BCR)* dan *Internal Rate Return (IRR)*. Berdasarkan Rencana Anggaran Biaya (RAB) dan Total Biaya dapat dilihat pada Tabel 4.3, Tabel 4.4 dan Tabel 4.5

**Tabel 4. 16**  
**Rencana Anggaran Biaya Lantai 1**

No	Jenis Bangunan	Jumlah Harga ( Rp )
<b>A</b>	<b>BANGUNAN LANTAI 1</b>	
<b>I</b>	<b>BANGUNAN A</b>	
1	Kios Ukuran 3 x 3 M (140 buah)	Rp 3,528,000,000.00
<b>II</b>	<b>BANGUNAN A'</b>	
1	Los Ukuran 3 x 3 m (63 buah)	Rp 1,417,500,000.00
<b>III</b>	<b>BANGUNAN B</b>	
1	Los Ukuran 2 x 3 M (158 buah)	Rp 2,370,000,000.00
<b>IV</b>	<b>BANGUNAN C</b>	
1	Dasaran 1,5x 1,5 M (228 buah)	Rp 1,425,000,000.00
<b>V</b>	<b>BANGUNAN D</b>	
1	Los basah 1,5 x 1,8 M (76 buah)	Rp 513,000,000.00
<b>VI</b>	<b>BANGUNAN E</b>	
1	Main Entrance 6 x 9 M (1 buah)	Rp 135,000,000.00
<b>VII</b>	<b>BANGUNAN F</b>	
1	Parkir Mobil 20 x 35 M (1 buah)	Rp 1,750,000,000.00
<b>VIII</b>	<b>BANGUNAN G</b>	
1	Ruang Panel 3 x 6 M (2 buah)	Rp 100,800,000.00
<b>IX</b>	<b>BANGUNAN H</b>	
1	Loading Area 3 x 24 M (1 buah)	Rp 216,000,000.00
<b>X</b>	<b>BANGUNAN I</b>	
	TPPS 9 x 11 M (1 buah)	Rp 277,200,000.00
<b>XI</b>	<b>BANGUNAN J</b>	
1	Kios Ayam Hidup 2,5 x 2,5 M (7 buah)	Rp 122,500,000.00
<b>XII</b>	<b>BANGUNAN M</b>	
1	Kamarmadi/WC 3 x 5 M (8 buah)	Rp 312,000,000.00
<b>XII</b>	<b>BANGUNAN PENDUKUNG</b>	
1	Pagar Keliling Tinggi 2 M	Rp 394,000,000.00
2	Lanscap dan Jalan Akses	Rp 2,000,000,000.00
3	Saluran dan Draenase	Rp 709,200,000.00
	<b>Biaya Lantai 1</b>	Rp 15,270,200,000.00

**Tabel 4. 17**  
**Rencana Anggaran Biaya Lantai 2**

No	Jenis Bangunan	Jumlah Harga ( RP )
<b>A</b>	<b>BANGUNAN LANTAI 2</b>	
<b>I</b>	<b>BANGUNAN A</b>	
1	Kios Ukuran 3 x 3 M (149 buah)	Rp 4,961,700,000.00
<b>II</b>	<b>BANGUNAN B</b>	
1	Los Ukuran 2 x 3 M (178 buah)	Rp 3,524,400,000.00
<b>III</b>	<b>BANGUNAN C</b>	
1	Dasaran 1,5x 1,5 M (241 buah)	Rp 1,789,425,000.00
<b>IV</b>	<b>BANGUNAN F</b>	
1	Parkir Mobil 20 x 41 M (1 buah)	Rp 3,198,000,000.00
<b>V</b>	<b>BANGUNAN K</b>	
1	Kantor Pengelola 4 x 9 M (1 buah)	Rp 133,200,000.00
<b>VI</b>	<b>BANGUNAN L</b>	
1	Mushola dan Kantor Paguyuban (1 buah)	Rp 133,200,000.00
	6 x 6 M	
<b>VII</b>	<b>BANGUNAN M</b>	
1	Kamarmadi/WC 3 x 3 M (8 buah)	Rp 230,400,000.00
	<b>Biaya Lantai 2</b>	Rp 13,970,325,000.00

Berdasarkan Rencana Anggaran Biaya, maka dapat dijelaskan bahwa biaya pada pembangunan Pasar Gubug Kabupaten Grobogan adalah sebesar Rp. 15,270,200,000,- untuk bangunan lantai satu dan Rp. 13,970,325,000,- untuk bangunan lantai dua. Sehingga total biaya yang dikeluarkan untuk biaya Gedung adalah Rp. 29.240.525.000,-.

Selain biaya pembangunan gedung Pasar Umum Gubug (terdiri dari biaya konstruksi, biaya fasilitas gedung, biaya studi dan pengawasan) biaya pemeliharaan rutin dan operasional. Untuk biaya bongkar gedung pasar lama diasumsikan sama dengan hasil bongkaran gedung lama. Komponen biaya proyek untuk estimasi analisis kelayakan gedung pasar umum Gubug Kabupaten Grobogan adalah sebagai berikut

**Tabel 4. 18**  
**Taksiran Pengeluaran selama 10 Tahun dari tahun 2013 sampai dengan 2022**

	Tahun	Konstruksi	Pengawasan	Perawatan	Tidak terduga	Pengeluaran
	2012	29,240,525,000				29,240,525,000
1	2013		20,000,000	200,000,000	10,000,000	230,000,000
2	2014		25,000,000	220,000,000	15,000,000	260,000,000
3	2015		30,000,000	240,000,000	20,000,000	290,000,000
4	2016		35,000,000	260,000,000	25,000,000	320,000,000
5	2017		40,000,000	280,000,000	30,000,000	350,000,000
6	2018		45,000,000	300,000,000	35,000,000	380,000,000
7	2019		50,000,000	320,000,000	40,000,000	410,000,000
8	2020		55,000,000	340,000,000	45,000,000	440,000,000
9	2021		60,000,000	360,000,000	50,000,000	470,000,000
10	2022		65,000,000	380,000,000	55,000,000	500,000,000
	Jumlah Pengeluaran					32,890,525,000

Total biaya (investasi) Pembangunan pasar Gubug diperkirakan akan kembali lagi selama 10 tahun. Perkiraan pendapatan selama 10 tahun tersebut diperoleh dari angsuran atau pembelian kios – kios oleh pedagang dengan mengacu pada bunga pasar yang berlaku serta pendapatan pasar (retribusi pedagang, parkir, MCK, iklan serta pendapatan lain di pasar). Pendapatan selama 10 tahun dapat disajikan sebagai berikut :

**Tabel 4.19****Perkiraan Pendapatan Selama 10 tahun dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2022**

No	Tahun	Pendapatan					Total Pendapatan
		Taksiran Angs	Retribusi	Parkir	K_Kcl	Iklan	
1	2013	6,531,184,300	462,820,000	36,500,000	65,700,000	20,000,000	7,116,204,300
2	2014	6,146,997,000	472,523,525	37,147,875	66,795,000	25,000,000	6,748,463,400
3	2015	5,762,809,700	482,227,050	37,795,750	67,890,000	30,000,000	6,380,722,500
4	2016	4,994,435,000	491,930,575	38,443,625	68,985,000	35,000,000	5,628,794,200
5	2017	4,226,060,450	501,634,100	39,091,500	70,080,000	40,000,000	4,876,866,050
6	2018	3,457,685,800	511,337,625	39,739,375	71,175,000	45,000,000	4,124,937,800
7	2019	2,689,311,200	521,041,150	40,387,250	72,270,000	50,000,000	3,373,009,600
8	2020	1,920,936,600	530,744,675	41,035,125	73,365,000	55,000,000	2,621,081,400
9	2021	1,536,749,250	540,448,200	41,683,000	74,460,000	60,000,000	2,253,340,450
10	2022	1,152,561,900	550,151,725	42,330,875	75,555,000	65,000,000	1,885,599,500

#### 4.5.3.1. Payback Periode

Payback period adalah periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran (total biaya) yang menggunakan pendapatan. Waktu yang diperlukan agar dana yang ditanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya. *Payback Period* pada pembangunan gedung pasar Gubug Kabupaten Grobogan digunakan dengan mengacu pada asumsi bahwa komponen manfaat dan komponen biaya yang dihasilkan dari suatu analisis kuantitatif pada dasarnya merepresentasikan kondisi 'cash flow'.

Perhitungan Payback Periode

Total Biaya	32,890,525,000	
Revenue tahun 2013	<u>7,116,204,300</u>	–
Sisa Investasi tahun 1	25,774,320,700	
Revenue tahun 2014	<u>6,748,463,400</u>	–
Sisa Investasi tahun 2	19,025,857,300	
Revenue tahun 2015	<u>6,380,722,500</u>	–
Sisa Investasi tahun 3	12,645,134,800	
Revenue tahun 2016	<u>5,628,794,200</u>	–
Sisa Investasi tahun 4	7,016,340,600	
Revenue tahun 2017	<u>4,876,866,050</u>	–
Sisa Investasi tahun 5	2,139,474,550	
Revenue tahun 2018	4,124,937,800	

Pada tahun kelima (2017) sisa investasi adalah Rp. 2.139.474.550,- sementara revenue pada tahun keenam (2018) adalah Rp. 4.124.937.800,-.

$$NPV = \frac{2139474550}{4.24937800} \times 12 = 6,22 \text{ Bulan}$$

Sehingga dimungkinkan investasi (total biaya) akan kembali pada tahun kelima bulan ke 6 atau 5 tahun 6 bulan. Sehingga total biaya pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan yang sebesar Rp. 32,890,525,000,- akan dapat dikembalikan dalam waktu 5 tahun 6 bulan. Sehingga berdasarkan perhitungan payback periode investasi yang dilakukan untuk pembangunan proyek pasar Gubug Kabupaten Grobogan adalah layak.

Metode penilaian investasi memiliki kelemahan yaitu:

1. Metode ini mengabaikan penerimaan investasi (pendapatan) sesudah Payback Period, hanya mengukur kecepatan kembalinya dana.
2. Mengabaikan nilai waktu dari uang (*time Value Of Money*).

#### 4.5.3.2. Net Present Value

Adanya kelemahan – kelemahan dari metode payback period diantaranya adalah mengabaikan nilai waktu dari uang (*time value of money*). *Net Present Value* adalah selisih Present Value dari keseluruhan pendapatan dengan Present Value dari keseluruhan biaya. Bila present value pendapatan lebih besar atau sama dengan present value total biaya maka usul investasi diterima. Bila present value pendapatan kurang dari kecil present value total biaya investasi maka usul investasi ditolak.

Rumus yang dapat digunakan adalah:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1 + i)^t}$$

Dimana:

Bt : Benefit atas rencana investasi yang diperoleh sejak startign point hingga ending point

Ct : Cost atas rencana investasi yang dikorbankan sejak starting point hingga ending point

t : umur ekonomis

i = Tingkat Bunga/discount rate

**Tabel 4.20**  
**Perhitungan Net Present Value**

Revenue	DF 10 %	Revenue X DF
7,116,204,300	0,9091	6,469,276,636
6,748,463,400	0,8264	5,577,242,479
6,380,722,500	0,7513	4,793,931,255
5,628,794,200	0,6830	3,844,542,176
4,876,866,050	0,6209	3,028,150,120
4,124,937,800	0,5645	2,328,419,851
3,373,009,600	0,5132	1,730,887,259
2,621,081,400	0,4665	1,222,753,817
2,253,340,450	0,4241	955,636,318
1,885,599,500	0,3855	726,980,234
	PV Revenue	30,677,820,146
	PV Cost	32,895,590,625
	NPV	(2,217,770,479)

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa Net Present Value adalah - Rp. 2.217.770.479,- yang mana nilai tersebut adalah negatif. Hasil ini menunjukkan bahwa berdasarkan metode *net present value (NPV)* proyek pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan tidak layak dilanjutkan. Sehingga investasi (*cash outlays*) yang sudah dikeluarkan tidak dapat ditutup dengan bunga 10 % pada waktu 10 tahun.

Sehingga selain berfungsi untuk melayani masyarakat di sekitar Gubug, keberadaan pasar juga akan meningkatkan perekonomian di daerah Gubug yang tidak didukung dengan perhitungan *net present value* yang menunjukkan hasil yang negatif. Sehingga umur proyek atau bangunan yang diproyeksikan selama 10 tahun belum secara optimal menguntungkan berbagai pihak (masyarakat, investor dan Pemerintah Daerah), terutama bagi pemerintah daerah, karena npv yang negatif atau investasi yang dikeluarkan tidak mampu kembali pada 10 tahun lama proyek pasar tersebut.

#### 4.5.3.3. Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)

Benefit Cost Ratio (B/C Ratio) merupakan suatu analisis pemulihan proyek yang biasa dilakukan karena mudah, yaitu perbandingan antara benefit dengan cost. Kalau nilainya  $< 1$  maka proyek itu tidak ekonomis, dan kalau  $> 1$  berarti proyek itu feasible. Kalau B/C ratio = 1 dikatakan proyek itu marginal (BEP).

Rumus yang digunakan adalah :

$$B/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{Bt}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{Ct}{(1+i)^t}}$$

Keterangan :

Bt : Manfaat kotor pada tahun t

Ct : Biaya kotor pada tahun t

n : umur ekonomis

i : tingkat bunga

Berdasarkan data yang ada diperoleh ratio Benefit and cost adalah sebagai berikut

$$B/C = \frac{45009019200}{32890525000}$$

$$B/C = 1,37$$

Hal ini menunjukkan bahwa secara angka – angka menunjukkan bahwa rasio Benefit and Cost ratio adalah 1,37 atau proyek layak karena benefit yang diberikan masih dibawah biaya yang sudah dikeluarkan. Sehingga pada ratio ini pembangunan Pasar Umum Gubug tidak layak untuk dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang diberikan masih kurang optimal.

Namun dari manfaat yang dapat dirasakan dari pembangunan pasar Gubug adalah adanya peningkatan nilai output yang berupa : kenaikan produk fisik, perbaikan mutu produk, perubahan lokasi dan waktu penjualan serta perubahan bentuk produk. Benefit juga dapat dirasakan dengan adanya penurunan biaya yang berupa : keuntungan mekanisasi, penurunan biaya transport dan penghindaran kerugian.

Selain terukur, manfaat (benefit juga dapat dirasakan masyarakat berupa adanya perbaikan kualitas lingkungan hidup, peningkatan panorama/pemandangan, perbaikan distribusi pendapatan, meningkatnya integrasi nasional serta pertahanan nasional.

#### **4.5.3.4. Internal Rate Return**

*Internal Rate of Return* adalah tingkat bunga yang akan menjadikan jumlah nilai sekarang dari proceeds sama dengan nilai sekarang dari outlay.

Metode ini digunakan untuk mengetahui tingkat bunga berapa investasi yang sudah dikeluarkan sesuai dengan proceeds yang masuk.

**Tabel 4.21**  
**Perhitungan Net Present Value pada Bunga 6 % dan 10 %**

Revenue	DF 10 %	Revenue X DF	DF 6 %	
7,116,204,300	0.9091	6,469,276,636	0.9434	6,713,427,136.62
6,748,463,400	0.8264	5,577,242,479	0.89	6,006,132,426.00
6,380,722,500	0.7513	4,793,931,255	0.8392	5,354,702,322.00
5,628,794,200	0.6830	3,844,542,176	0.7921	4,458,567,885.82
4,876,866,050	0.6209	3,028,150,120	0.7473	3,644,481,999.17
4,124,937,800	0.5645	2,328,419,851	0.705	2,908,081,149.00
3,373,009,600	0.5132	1,730,887,259	0.6651	2,243,388,684.96
2,621,081,400	0.4665	1,222,753,817	0.6274	1,644,466,470.36
2,253,340,450	0.4241	955,636,318	0.5919	1,333,752,212.36
1,885,599,500	0.3855	726,980,234	0.5584	1,052,918,760.80
	PVRevenue	30,677,820,146		35,359,919,047.08
	PV Cost	32,895,590,625		32,895,590,625
	NPV	(2,217,770,479)		2,464,328,422.08

P1 : 6  
P2 : 10  
C1 : 2.464  
C2 : - 2.218

$$r = P1 - C1 \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

$$r = 6 - 2464 \frac{10 - 6}{- 2217 - 2464}$$

$$r = 6 + \frac{9856}{5459}$$

$$r = 7,80$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus IRR diperoleh nilai IRR sebesar 7,80 %. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada tingkat bunga 7,80 % investasi yang dikeluarkan untuk pembangunan Pasar Gubug Kabupaten Grobogan sama dengan revenue atau perolehan selama 10 tahun. Sehingga pada tingkat bunga 7,80 % dapat ditunjukkan bahwa proyek pembangunan layak untuk diteruskan (diterima).

Pada aspek kelayakan ekonomi pengembangan pasar Gubug Kabupaten Grobogan adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat

Pembangunan pasar Gubug di Kabupaten Grobogan mampu meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat. Sehingga berbagai pihak mendapatkan keuntungan dari arus dari komoditas barang dan jasa yang perlu disediakan untuk pemenuhan permintaan dari konsumen atau masyarakat itu sendiri

2. Pembantu proses pemerataan pendapatan

Pendapatan yang selama ini hanya terfokus di kota – kota besar, sudah mulai dapat bergeser atau merata hingga sampai ke daerah. Hal ini juga berdampak pada Desa Gubug yang semula pendapatan masyarakat kurang optimal, dengan dibangunnya pasar baru Gubug diharapkan terjadi pemerataan pendapatan.

3. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi

Pembangunan pasar Gubug secara langsung akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. Instrumen peningkatan ini muncul dari tingkat konsumsi serta dari pendapatan

masyarakat serta dari pemerintah daerah. Sehingga hal ini secara langsung akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi dari level desa hingga sampai dengan pemerintah daerah melalui pajak yang akan terserap dengan dibangunnya pasar Gubug tersebut.

4. Mengurangi ketergantungan

Pembangunan Pasar Gubug dapat mengurangi ketergantungan dari daerah lain, seperti Semarang ataupun Purwodadi. Hal ini terjadi karena secara otomatis sudah terjadi mekanisme untuk pemenuhan kebutuhan akan barang dan jasa oleh masyarakat setempat. Sehingga hal ini akan berdampak pada pengurangan komoditas dari daerah lain.

5. Mengurangi pengangguran atau menambah kesempatan kerja

Pengangguran akan semakin menurun serta kesempatan kerja akan terjadi peningkatan. Hal ini terjadi karena pembangunan pasar Gubug secara otomatis akan membutuhkan tenaga kerja untuk memperlancar kebutuhan akan produk dan jasa. Sehingga masyarakat di Gubug pada khususnya akan mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan.

6. Manfaat sosial dan budaya

Pembangunan pasar Gubug akan terjadi pergeseran dan peningkatan pada bidang sosial dan budaya. Dampaknya adalah terjadi perbaikan dan peningkatan – peningkatan sarana dan prasarana. Sehingga hal ini akan berdampak terhadap perbaikan kehidupan sosial bagi masyarakat di sekitar pasar Gubug.

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan dari aspek ekonomi dan sosial adalah dapat diterima. Hal didasarkan pada adanya peningkatan – peningkatan yang signifikan terhadap perbaikan dan peningkatan taraf hidup serta perbaikan pada aspek sosial dan budaya. Sehingga pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan sangat berdampak signifikan pada perbaikan ekonomi dan sosial di daerah sekitar pada khususnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pada pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Aspek Pasar dan Pemasaran :
  - a. Jarak tempuh, transportasi (peranan angkutan), daya tarik pasar, besar pendapatan perbulan dan partisipasi masyarakat (kepedulian) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap frekuensi pembelian di pasar Gubug Kabupaten Grobogan. Sedangkan pada variabel kebiasaan belanja tidak terbukti berhubungan.
  - b. Jenis dagangan, lama berdagang, sumber memperoleh barang dagangan, modal dagangan dan nilai transaksi menunjukkan hubungan yang signifikan frekuensi transaksi di pasar Gubug Kabupaten Grobogan. Variabel cara penyampaian barang tidak terbukti mempunyai hubungan yang signifikan terhadap

2. Aspek Sipil

Pada aspek sipil pembangunan pasar Umum Gubug adalah layak dari aspek – aspek seperti :

- a. Tertatanya desain tempat pembuangan akhir sampah,
- b. Konstruksi Bangunan yang ramah lingkungan

- c. Penataan Drainase dan Perbaikan Saluran Air
  - d. Konstruksi yang kuat untuk Bangunan Lantai 2
  - e. Perhitungan Struktur dan Perhitungan Umur Bangunan
  - f. Penyediaan Lahan Parkir
  - g. Penataan jalan Akses Masuk
  - h. Penataan Lalu lintas
3. Aspek Ekonomi
- a. Metode *Payback Period* menunjukkan investasi dapat ditutup pada waktu 6 tahun. Hal ini menunjukkan investasi dengan metode *payback period* proyek pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan dapat diterima.
  - b. Metode *Net Present Value* menunjukkan atau mendapatkan NPV sebesar - Rp. 2.217.770.479,-. Hal ini menunjukkan investasi dengan metode *Net Present Value* pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan tidak dapat diterima.
  - c. Metode *Benefit and Cost Ratio* pada tingkat bunga 10 % dan waktu investasi selama 10 tahun, menunjukkan pembangunan pasar umum Gubug dapat diterima ( $> 1$ ).
  - d. Metode *Internal Rate Return* menunjukkan proyek masih layak atau dapat diterima pada bunga sampai dengan 7,8 %.

Berdasarkan aspek ekonomi, pembangunan pasar Gubug terjadi perbaikan sebagai berikut :

- a. Meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat
- b. Pembantu proses pemerataan pendapatan

- c. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- d. Mengurangi ketergantungan
- e. Mengurangi pengangguran atau menambah kesempatan kerja
- f. Manfaat sosial dan budaya

## **5.2. Saran**

Saran yang dapat diberikan adalah :

1. Semua pihak diharapkan bersinergi agar pembangunan pasar Gubug dapat berjalan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan, sehingga tidak terdapat kerugian pada berbagai pihak
2. Perlu adanya alternatif atau opsi lain mengenai sistem pembayaran atau angsuran dari kios – kios yang akan dijual atau diserahkan kepada masyarakat sekitar
3. Perlu adanya perawatan semua fasilitas – fasilitas penunjang pelayanan yang ada di Pasar tersebut. Sehingga semua pihak dapat mencapai tingkat kepuasan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji Setiawan, Mukhlas, 2007, Artikel. *Pengamen, Pasar, dan Kota*, Yogyakarta, Yayasan Pondok Rakyat
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- \*Asy'ari, Sapari Imam. 1993. *Sosiologi Kota dan Desa*. Surabaya: Penerbit Usaha Nasional.
- Blair, John P. 1995. *Local Economic Development: Analysis and Practice*, California, USA: Sage Publications Inc.
- Campbell, R. McConnell and Stanley L. Brue. 1990. *Economics: Principles, Problems and Policies*. McGraw-Hill Publishing Company.
- Daldjoeni, N. 1987. *Geografi Kota dan Desa*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- David Dewar and Vanessa Watson, 1990, *Urban Market Developing Informal Retailing*, London, Rontledge
- De Chiara, Joseph dan E. Lee Coppelman. 1999. *Standar Perencanaan Tapak*. Jakarta: Penerbit PT Erlangga.
- Dinas Pekerjaan Umum Cipta Karya Kabupaten Musi Banyuasin. *Penyusunan Studi LARAP Pembangunan Pasar Tradisional Randik – Sekayu*. <http://www.pu.go.id/publik/usdrp/Musi%2520Banyuasin/Larap/Bab1>.
- Djojodipuro, Marsudi. 1992. *Teori Lokasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Eisner, Simon. 1993. *The Urban Pattern*, 6th Edition. New York: Wiley Publishing.
- Ginanjar, Nugraha Jiwapraja. 1980. *Masalah Ekonomi Mikro*. Jakarta: Acro.
- Ghozali, Imam, 2001, *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Husnan, S.; dan Suwarsono. 1994. *Studi Kelayakan Proyek*. Edisi Ketiga. Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, Yogyakarta.
- Jayadinata, Johara T. 1985. *Pembangunan Desa dalam Perencanaan*. Bandung: ITB.
- \_\_\_\_\_, 1999. *Tata Guna Tanah dalam Perencanaan Pedesaan, Perkotaan dan Wilayah*. Bandung: Penerbit ITB.
- Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 378/KPTS/1987, Tanggal 3 Agustus 1987 tentang Pengesahan 33 Standar Konstruksi Bangunan di Indonesia, Lampiran Nomor 22.
- Kodoatie, Robert J. 2003. *Manajemen dan Rekayasa Infrastruktur*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Kotler, Philip et al. 1998. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, State and Nations*. New York: The Free Press Division of Macmillan Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT Erlangga.
- Miles, Mike E.. 1999. *Real Estate Development, Principles and Process*. Washington DC: Urban Land Institute.
- Mursid, M. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Moersid, Adhi, 1995, *Pasar Tradisional di Persimpangan Jalan* (makalah), Palembang, Forum Musda IAI cabang Sumatra Selatan
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ristantyo, Yanuar. 2004. "Evaluasi Alternatif Lokasi Pasar Umum Sayur di Kota Surabaya." Tugas Akhir tidak diterbitkan, Program Studi Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Universitas Diponegoro, Semarang
- Riyanto, Bambang, 2005, *Dasar – Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Liberty, Yogyakarta.
- Tamin, Ofyar, Z. 2000. *Perencanaan dan Permodelan Transportasi*. Bandung: Penerbit ITB.

- Wiryomartono.A.Bagoes,1995, *Seni Bangunan dan Seni Binakota di Indonesia*, Jakarta,PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, 2002, *Statistika untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Stanton, William J, 2006, *Prinsip Pemasaran*, Jilid I (Edisi Ketujuh), Erlangga, Jakarta.
- Swastha DH, Basu dan Handoko, T Hani, 1997, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi 2 Yogyakarta.
- Danisworo, Muhammad / Widjaja Martokusumo, 2000. *Revitalisasi Kawasan Kota Sebuah Catatan dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota*, [www.urdi.org](http://www.urdi.org) (urban and regional development institute, 2000).
- Adhisakti, Laretna T. 2003. Draft Program Pelestarian Kawasan Pusaka. Adhisakti, Laretna T, 2005. *Revitalisasi Kawasan Pusaka di Berbagai Belahan Bumi*, Harian Kompas, Minggu, 13 November 2005.
- Andreas Yuniman Tjandra dan Marinus Wahjudi. 2006. Analisa Perkembangan Pasar Tradisional Studi Komparatif Terhadap Pengguna Ruang Komersial di Pasar Atum, Pasar Turi, dan Pasar Wonokromo. URL: [www.bibsonomy.org](http://www.bibsonomy.org).
- Mudradjad Kuncoro. 2008. Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional, Gramedia Pustaka Utama
- L.V.Ratna Devi S, Revitalisasi Pasar Tradisional Pada Masyarakat Modern, Diskusi Bulanan Jurusan 17/04/2012 Sosiologi - Fisip Universitas Sebelas Maret

#### **BUKU DATA/LAPORAN**

- Kabupaten Grobogan dalam Angka Tahun 2011*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Grobogan. 2012.
- Rencana Teknik Ruang Kabupaten Goroban*. Dinas Pekerjaan Umum Propinsi Daerah Tingkat I Nusa Tenggara Timur. 2001
- Penyusunan Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK) Grobogan 2001 – 2011: Laporan Fakta dan Analisis*. Bappeda Kabupaten Grobogan. 2001.

## **KEPUTUSAN MENTERI DAN PERATURAN DAERAH**

Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 378/KPTS/1987, Tanggal 3 Agustus 1987 tentang Pengesahan 33 Standar Konstruksi Bangunan di Indonesia, Lampiran Nomor 22.

Lampiran Keputusan Menteri Kimpraswil Nomor 372/KPTS/M/2002 Tanggal 12 Agustus 2002 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Tata Ruang Wilayah Perkotaan.

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

Peraturan Daerah Kabupaten Grobogan Nomor 16 Tahun 2005 Tanggal 29 Juli 2005 tentang Retribusi Pasar.



