

**ANALISIS PELAYANAN PASAR BANDARJO DAN RAMAI  
SWALAYAN UNGARAN BARAT KABUPATEN SEMARANG**

**PROYEK AKHIR**

Oleh:  
ANNISA KUSUMA WARDANI  
21040115060014



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III  
PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA  
DEPARTEMEN SIPIL DAN PERENCANAAN  
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2018**

# **ANALISIS PELAYANAN PASAR BANDARJO DAN RAMAI SWALAYAN UNGARAN BARAT KABUPATEN SEMARANG**

Proyek Akhir diajukan kepada  
Program Studi Diploma III Perencanaan Wilayah dan Kota  
Departemen Sipil dan Perencanaan  
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh:  
**ANNISA KUSUMA WARDANI**  
**21040115060014**

Diajukan pada  
Sidang Ujian Proyek Akhir  
28 Juni 2018

**Dinyatakan Lulus**  
Ahli Madya Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota

**Dr.Ir. Jawoto Sih Setyono, MDP** Pembimbing .....

**Samsul Ma'rif, SP, MT** Penguji .....

Disahkan untuk Dikumpulkan pada  
Hari Kamis Tanggal 28 Juni 2018

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Diploma III PWK

**Samsul Ma'rif, SP, MT**  
NIP. 196912061999030002

## ABSTRAK

*Kabupaten Semarang menjadi target pasar modern karena memiliki pangsa pasar yang luar biasa. Perkembangan pasar modern semakin meningkat di Kabupaten Semarang baik di pusat kota maupun di daerah perbatasan dengan sekitarnya. Pasar merupakan sarana pelayanan umum pemerintah daerah, sehingga pelayanan umum harus mampu melayani seluruh wilayah baik yang berada di pusat kota maupun wilayah sekitarnya. Salah satunya adalah Pasar Bandarjo yang letaknya berada pada perbatasan Kabupaten Semarang dan Kota Semarang. Dilihat dari segi letak Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan yang sangat berdekatan sehingga fenomena tersebut sangat menarik untuk diteliti lebih jauh. Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan pertanyaan penelitian bagaimana pelayanan Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan. Dalam analisis pelayanan terdapat beberapa sasaran : analisis karakteristik pasar tradisional dan pasar modern, menentukan kondisi analisis asal wilayah dan asal pedagang, analisis selanjutnya adalah menganalisis preferensi konsumen dalam memilih lokasi berbelanja yang selanjutnya dilakukan analisis lokasi, jangkauan pelayanan pasar dan segmentasi masing-masing konsumen. Untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut digunakan beberapa metode kuantitatif dengan alat bantu SPSS 22 yaitu metode statistik deskriptif (Distribusi frekuensi, analisis tabulasi silang dan analisis kluster) sedangkan untuk mengetahui jangkauan pelayanan digunakan metode spasial dengan alat bantu Arcgis 9.3 (Buffering). Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu data primer dan sekunder untuk data primer yang dilakukan dengan observasi lapangan, kuesioner kepada pedagang dan pengunjung pasar, dan wawancara pihak yang terlibat. Data sekunder diperoleh dari tinjauan pustaka dan survei lembaga. Dari tahapan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pelayanan Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan termasuk pelayanan lintas wilayah, jangkauan pelayanan lebih luas dari standar yang seharusnya. Dilihat dari aspek karakteristik konsumen berasal dari sekitar pasar dan swalayan, alasan dalam memilih lokasi belanja dipengaruhi oleh faktor dekat dengan rumah, kelengkapan barang, akses yang mudah, dan keterjangkauan harga, pekerjaan, pembeli mulai dari ibu rumah tangga hingga wirausaha. Berdasarkan faktor jangkauan pelayanan Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan saling overlap karena dipengaruhi oleh faktor karakteristik konsumen dan karakteristik lokasi. Dilihat dari segi segmentasi masing-masing pasar antara Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan berbeda yang dibagi menjadi 4 klaster yaitu klaster 1, klaster 2, klaster 3 dan klaster 4 dengan karakteristik yang berbeda.*

*Kata Kunci : pasar modern, pasar tradisional, pelayanan*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan proyek akhir dengan baik. Proyek akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Diploma III Perencanaan Wilayah dan Kota, Departemen Sipil dan Perencanaan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Banyak hambatan dalam penyusunan proyek akhir ini namun berkat bantuan dari berbagai pihak akhirnya kesulitan dapat teratasi.

Pada kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan memperlancar dalam memberi dorongan, bantuan dan motivasi yang sangat berarti bagi penyusun selama mengikuti pendidikan Diploma III Perencanaan Wilayah dan Kota sampai dengan proses penyelesaian proyek akhir, berbagai pihak telah memberikan membantu, membina dan membimbing penyusun untuk itu khususnya kepada :

1. Bapak Samsul Ma'rif SP,MT selaku ketua program studi Diploma III Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Dr.Ir.Jawoto Sih Setyono, MDP selaku dosen pembimbing yang telah memberi banyak bantuan dan arahan sampai terselesaikannya proyek akhir ini.
3. Bapak / ibu dosen khususnya jurusan Diploma III Perencanaan Wilayah dan Kota yang telah membekali penyusun dengan beberapa disiplin ilmu yang berguna.
4. Ayah dan ibu serta adik-adik tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan kasih sayangnya.
5. Teman-teman mahasiswa jurusan Diploma III Perencanaan Wilayah dan Kota angkatan 2015, yang telah memberikan semangat dan rasa kekeluargaan dan terimakasih atas semua cerita yang pernah kita buat bersama.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan proyek akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala bentuk saran, kritik dan nasehat dari para pembaca yang akan diterima dengan senang hati demi penyempurnaan proyek akhir ini.

Semarang, Juni 2018

Penyusun



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1. 1 Latar Belakang .....	1
1. 2 Rumusan masalah.....	3
1. 3 Tujuan dan Sasaran .....	3
1. 4 Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1. 4. 1 Lokasi Penelitian.....	4
1. 4. 2 Batas Substansi Penelitian .....	5
1. 5 Kerangka Pikir .....	5
1. 6 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE ANALISIS .....</b>	<b>9</b>
2. 1 Tinjauan Teori .....	9
2. 1. 1 Pasar .....	9
2. 1. 2 Jenis Pasar .....	9
2. 1. 3 Karakteristik Pasar Tradisional .....	10
2. 1. 4 Karakteristik Pasar Modern.....	12
2. 1. 5 Karakteristik Konsumen .....	12
2. 1. 6 Preferensi .....	12
2. 1. 7 Ritel Modern .....	13
2. 1. 8 <i>Central Place Theory</i> (Teori Tempat Pusat).....	14
2. 1. 9 Segmentasi Pasar .....	16
2.1.10 Jangkauan Pelayanan .....	18
2. 2 Tinjauan Normatif .....	19
2. 2. 1 Tinjauan Umum Pasar Tradisional .....	19
2. 2. 2 Karakteristik Ritel.....	20
2. 2. 3 Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007.....	21
2. 2. 4 SNI-03-1733-2004 .....	22
2. 3 Sintesis Tinjauan Pustaka .....	23

2. 4	Metode Analisis .....	23
2. 4. 1	Data .....	23
2. 4. 2	Variabel Penelitian .....	24
2. 4. 3	Populasi Dan Sampel.....	26
2. 4. 4	Metode Pengumpulan Data.....	27
2. 4. 5	Teknik Pengolahan Data .....	28
2. 4. 6	Analisis Data.....	29
2. 4. 7	Kerangka Analisis .....	32
<b>BAB III</b>	<b>GAMBARAN WILAYAH PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3. 1	Kondisi Umum Wilayah .....	33
3. 1. 1	Kondisi Geografis .....	33
3. 1. 2	Kondisi Fisik Alam.....	33
3. 1. 3	Kependudukan .....	34
3. 1. 4	Sarana Perekonomian.....	36
3. 2	Pasar di Kecamatan Ungaran Barat.....	37
3. 3	Gambaran Umum Pasar di Kecamatan Ungaran Barat .....	39
3. 3. 1	Pasar Bandarjo .....	39
3. 3. 2	Ramai Swalayan .....	40
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS .....</b>	<b>42</b>
4. 1	Analisis Karakteristik Pasar Tradisional Bandarjo dan Ramai Swalayan .....	42
4. 1. 1	Kondisi Pasar Bandarjo .....	42
4. 1. 2	Karakteristik Fisik Sarana dan Prasarana .....	42
4. 1. 3	Karakteristik Komoditas Dijual.....	49
4. 1. 4	Karakteristik Aktivitas Pasar.....	50
4. 1. 5	Analisis Karakteristik Konsumen Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan.....	50
4. 2	Analisis Asal Wilayah Pedagang Dan Pembeli .....	56
4. 2. 1	Analisis Asal Wilayah Di Pasar Bandarjo .....	56
4. 2. 2	Analisis Asal Wilayah Pembeli Di Pasar Bandarjon dan Ramai Swalayan .....	58
4. 3	Analisis Preferensi Berbelanja .....	59
4. 4	Analisis Hubungan Karakteristik Konsumen dengan Preferensi Jenis Ritel .....	60
4. 4. 1	Hubungan Antara Jenis Kelamin dengan Preferensi Lokasi Belanja .....	60
4. 4. 2	Hubungan Antara Umur dengan Preferensi Lokasi Belanja.....	61
4. 4. 3	Hubungan Antara Pekerjaan dengan Preferensi Lokasi Belanja.....	61
4. 4. 4	Hubungan Antara Pendidikan dengan Preferensi Lokasi Belanja.....	61

4.5 Analisis Lokasi dan Jangkauan Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan.....	62
4.5.1 Lokasi .....	62
4.5.2 Jangkauan Pelayanan Pasar Bandarjo.....	63
4.5.3 Segmentasi Pasar .....	65
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Klasifikasi Pasar Tradisional.....	18
Tabel II.2	Karakteristik Pasar Modern Di Indonesia.....	22
Tabel II.3	Sintesis Tinjauan Pustaka.....	23
Tabel II.4	Kebutuhan Data.....	24
Tabel II.5	Variabel Penelitian.....	25
Tabel II.6	Data Primer.....	28
Tabel III.1	Jumlah Penduduk Dan Kepadatan Penduduk.....	35
Tabel III.2	Jumlah Penduduk Kecamatan Ungaran Barat Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel III.3	Distribusi Dan Jumlah Pasar Menurut Jenis.....	36
Tabel III.4	Tabel Jumlah Dan Lokasi Pasar Tradisional.....	38
Tabel III.5	Distribusi Jumlah Pasar Modern Menurut Jenisnya.....	38
Tabel III.6	Jenis Bangunan Di Pasar Bandarjo.....	40
Tabel IV.2	Jenis Aktivitas Di Pasar Bandarjo.....	50
Tabel IV.3	Jenis Aktivitas Di Ramai Swalayan.....	50
Tabel IV.4	Asal Wilayah Pedagang.....	56
Tabel IV.5	Asal Pembeli Di Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan.....	58
Tabel IV.6	Preferensi Jenis Ritel Utama.....	59
Tabel IV.7	Preferensi Jenis Reatil Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel IV.8	Preferensi Jenis Ritel Berdasarkan Umur.....	61
Tabel IV.9	Akses Pasar Berdasarkan Transportasi.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Peta Lokasi Penelitian.....	4
Gambar 1. 2	Kerangka Pikir.....	5
Gambar 2. 1	Hubungan Jangkauan Pelayanan dan Batas Wilayah Dagang.....	18
Gambar 2. 3	Kerangka Analisis.....	32
Gambar 3. 1	Kelerengan Di Kecamatan Ungaran Barat.....	34
Gambar 3. 2	Peta Persebaran Sarana Ekonomi di Kecamatan Ungaran Barat.....	37
Gambar 4. 1	Lokasi Pasar Bandarjo.....	42
Gambar 4. 2	Tempat Pembuangan Sampah.....	43
Gambar 4. 3	Mushola Pasar Bandarjo.....	44
Gambar 4. 4	Toilet Umum Pasar Bandarjo.....	44
Gambar 4. 5	Los Pasar Bandarjo.....	46
Gambar 4. 6	Lokasi Ramai Swalayan.....	47
Gambar 4. 7	Arena Bermain Ramai Swalayan.....	47
Gambar 4. 8	Kondisi Ramai Swalayan.....	48
Gambar 4. 9	Area Parkir Ramai Swalayan.....	48
Gambar 4. 10	Grafik Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4. 11	Grafik Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur.....	52
Gambar 4. 12	Grafik Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	53
Gambar 4. 13	Grafik Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan.....	54
Gambar 4. 14	Grafik Karakteristik Konsumen Berdasarkan Komoditas Yang Dibeli.....	54
Gambar 4. 15	Grafik Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan.....	55
Gambar 4. 16	Grafik Karakteristik Konsumen Berdasarkan Alasan Berbelanja.....	56
Gambar 4. 17	Peta Asal Pedagang.....	57
Gambar 4. 18	Peta Jangkauan Pelayanan Pasar Bandarjo.....	63
Gambar 4. 19	Peta Jangkauan Pelayanan Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan.....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Form Kuisisioner.....	76
Lampiran 2	Hasil Distribusi Frekuensi Ramai Swalayan .....	76
Lampiran 3	Hasil Distribusi Frekuensi Pasar Bandarjo .....	76
Lampiran 4	Hasil Tabulasi silang .....	76
Lampiran 5	Hasil Analisis Klaster.....	76
Lampiran 6	Hasil Kuisisioner .....	

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, Dwi. 2009. *Eksistensi Pasar Tradisional Peterongan Berdasarkan Persepsi dan Preferensi Konsumen dan Pedagang*. Tesis Jurusan Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro.
- BPS. 2017. *Kabupaten Semarang Dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang.
- BPS. 2017. *Kecamatan Ungaran Barat Dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang.
- Djojodipuro, Marsudi, 1992, *Teori Lokasi*. Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Eppli, Mark J dan Benjamin, John D. 1993. *The Evolution of Shopping Centre Research: A Review and Analysis dalam The Journal of Real Estate Research Vo. 9, No. 1, Desember 1994*.
- H. MalaNo, *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama (2011).
- Indonesia. *Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan*. Nomor 23/MPP/Kep/1998.
- Indonesia. *Peraturan Presiden tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Nomor 112 Tahun 2007.
- Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik*. 2011. Jakarta: Diperbanyak oleh Sinar Grafika.
- Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan, dan Toko Modern*. No.53 tahun 2008.
- Indonesia. *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan*. Nomor 23/MPP/Kep/1998
- Indratno, Imam dan Irwinsyah, Rahmat. 1998. *Aplikasi Analisis Tabulasi Silang (Tabulasi silang) dalam Perencanaan Wilayah dan Kota. Jurnal PWK-48*. Volume 9 Nomor 2, Mei 1998.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Penerbit. PT. Ghalia Indonesia dengan MMA-IPB, Bogor selatan.

- Sulistyo, Dwi yulita. 1999. Kajian Persaingan Pasar Tradisional dan pasar Swalayan Berdasarkan Pengamatan perilaku berbelanja di Kota bandung. Bandung : ITB Bandung.
- Suryadarma, Daniel dkk. 2007. *Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*. Lembaga penelitian SMERU.
- Tarigan, Robinson. 2009, *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Uli Esteria Lumban Toruan, Roma. 2018 . *Komparasi Karakteristik Konsumen Yang Berbelanja Di Pasar Tradisional Dan Di Pasar Modern Di Kota Medan*.
- Wahyudi, Tri. 2008. Skripsi: *Jangkauan Pelayanan STTI-Tech, STTIK Meridien, STIMIK Perbanas, dan STIMIK Widuri Tahun 2007 di Jakarta Selatan* . Depok: Universitas Indonesia.
- Yulianidarr, Tika. 2012. *Jangkauan Pelayanan 7-Eleven Jakarta Selatan*. Skripsi. Depok : Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Universitas Indonesia.



## **LAMPIRAN**

## LAMPIRAN 1 FORM KUISIONER



**FORM KUISIONER  
PROYEK AKHIR  
PROGRAM PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA  
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO**

Jalan Prof. H. Soedarto, S.H. Tembalang Semarang 50275  
Telepon/Faksimile: (024) 7471379 laman: <http://www.vokasi.undip.ac.id/>

### Kuesioner Karakteristik Pasar Modern Ramai Swalayan

Yang Terhormat Bapak/Ibu, dalam rangka pengumpulan data untuk memenuhi penelitian proyek akhir, penulis mahasiswa Diploma-III Sekolah Vokasi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro melakukan penyebaran kuisisioner penelitian yang berjudul:

#### “ Analisis Pelayanan Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan

Maka kami mohon kesedian Bapak/Ibu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner ini. Kami menjamin kerahasiaan jawaban dan tidak mempengaruhi status Bapak/Ibu/Saudara dalam pengisian kuisisioner ini.

#### Pasar Bandarjo/Ramai Swalayan

##### Identitas Responden

Nama :  
Asal :  
Umur :  
Jenis Kelamin :  
Pendidikan :  
Pekerjaan :  
Pendapatan :

- a. Rp. 0 - Rp.500.000
- b. B. Rp.600.000 - Rp.2.000.000

- c. Rp.3.000.000-Rp.5.000.000
- d. Diatas Rp.5.000.000

#### Petunjuk Pengisian :

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (x) dan lengkapi sesuai dengan kondisi anda. Kerahasiaan data akan kami jaga, data ini hanya untuk kepentingan skripsi.Terimakasih.

#### A. Mengetahui karakteristik pembeli di Pasar Bandarjo dan Ramai Swalayan Kecamatan Ungaran Barat

1. Berapa kali anda belanja Pasar Bandarjo/Ramai Swalayan dalam sebulan?
  - a. 1-2 kali
  - b. 3-4 kali
  - c. >4 kali
2. Dimana anda sering berbelanja, pasar tradisional atau pasar modern?
  - a. Pasar tradisional
  - b. Pasar modern
3. Apakah anda lebih menyukai berbelanja di pasar tradisional atau pasar modern untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari?
  - a. Pasar tradisional
  - b. Pasar modern
4. Barang apa saja yang biasa anda beli di Pasar Bandarjo/Ramai Swalayan ?
  - a. Sembako
  - b. Alat Rumah Tangga
  - c. Produk Kebersihan
  - d. Makanan/Minuman Kemasan
  - e. Makanan Segar
  - f. Lain-Lain
5. Mengapa Anda Memilih Pasar Bandarjo/Ramai Swalayan
  - a. Dekat Dengan Rumah

- b. Barang Lengkap
  - c. Harga Lebih Murah
  - d. Akses Mudah
  - e. Lain-Lain
6. Apakah Jarak Pasar Mempengaruhi Seberapa Sering Anda Berbelanja?
    - a. Ya
    - b. Tidak
  7. Berapa Jarak Dari Rumah Anda Ke Pasar Bandarjo/Ramai Swalayan ?
    - a. < 0,5 Km (Sangat Dekat)
    - b. 0,5-1 Km (Dekat)
    - c. 1,5-2 Km (Sedang)
    - d. 2,5 - 3 Km (Jauh)
    - e. > 3 Km (Sangat Jauh)
  8. Transportasi Apa Yang Anda Gunakan Ke Pasar Ini?
    - a. Motor Pribadi
    - b. Mobil Pribadi
    - c. Kendaraan Umum, Berupa .....
  9. Pada Waktu Kapan Biasanya Anda Berkunjung Ke Pasar Bandarjo?
    - a. Pagi .....
    - b. Siang.....
    - c. Lainnya.....
  10. Menurut Anda, Apa Kelebihan Pasar Ini? .....
  11. Menurut Anda, Apa Kekurangan Pasar Ini? .....
  12. Jika Anda Memiliki Kritik Serta Saran Untuk Perbaikan Dan Pengembangan Pasar Ini?

.....  
 .....

**Terimakasih Telah Meluangkan Waktu Anda  
 Selamat Beraktivitas.**



**FORM KUISIONER**  
**PROYEK AKHIR**  
**PROGRAM PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA**  
**SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
Jalan Prof. H. Soedarto, S.H. Tembalang Semarang 50275  
Telepon/Faksimile: (024) 7471379 laman: <http://www.vokasi.undip.ac.id/>

**Kuesioner Karakteristik Pasar Bandarjo**

Yang Terhormat Bapak/Ibu/Saudara, Dalam Rangka Pengumpulan Data Untuk Memenuhi Penelitian Proyek Akhir, Penulis Mahasiswa Diploma III Sekolah Vokasi Perencanaan Wilayah Dan Kota Universitas Diponegoro Melakukan Penyebaran Kuisioner Penelitian Yang Berjudul:

**Analisis Pelayanan Pasar Bandarjo Dan Ramai Swalayan**

Maka Kami Mohon Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisioner ini sebagai responden. Kami menjamin kerahasiaan jawaban dan tidak mempengaruhi status bapak/ibu/saudara dalam pengisian kuisioner ini.

Identitas Responden

Nama :  
Asal Pedagang :  
Umur :  
Jenis Kelamin :  
Pendidikan Terakhir :  
Tempat Jualan :

**Petunjuk Pengisian :**

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (x) dan lengkapi sesuai dengan kondisi anda. Kerahasiaan data akan kami jaga, data ini hanya untuk kepentingan skripsi. Terimakasih.

**B. Mengetahui Karakteristik Pedagang Di Pasar Bandarjo Kecamatan Ungaran Barat**

13. Sudah berapa tahu Bapak/Ibu berdagang di pasar bandarjo?
  - a. >5 tahun
  - b. 10 tahun
  - c. >10 tahunSebutkan.....
14. Apa barang yang anda jual di pasar ini?
  - a. Sayur
  - b. Peralatan rumah tangga
  - c. baju
  - d. Lainnya.....
15. Darimana anda memperoleh barang dagangan tersebut?
  - a. Dalam wilayah kecamatan ungaran barat
  - b. Luar wilayah kecamatan ungaran barat (kab.semarang)
  - c. Luar wilayah kabupaten semarang (sebutkan).....
16. Bagaimana cara Bapak/Ibu memperoleh barang dagangan tersebut?
  - a. Membeli langsung di pusat grosir
  - b. Dipasok/didatangkanJika membeli langsung di pusat grosir, berasal dari daerah manakah?
17. Dalam berjualan mayoritas pelanggan berasal dari mana?
  - a. Dalam kecamatan ungaran barat
  - b. Luar kecamatan ungaran barat
18. Mengapa saudara memilih berjualan di pasar bandarjo?
  - a. Lokasi yang strategis
  - b. Biaya transport murah
  - c. Dekat dengan rumah
  - d. Lainnya.....

19. Apakah keberadaan pasar modern (ramai swalayan) berdampak negatif bagi usaha Bapak/Ibu?

- a. Tidak berdampak negatif
- b. Berdampak negatif

Jelaskan alasannya.....

20. Harapan Bapak/Ibu Kepada Pemda Setempat/Pengelola Pasar Untuk Pengembangan Pasar bandarjo di masa yang akan datang :

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Terimakasih**



**FORM KUISIONER**  
**PROYEK AKHIR**  
**PROGRAM PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA**  
**SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO**

Jalan Prof. H. Soedarto, S.H. Tembalang Semarang 50275  
Telepon/Faksimile: (024) 7471379 laman: <http://www.vokasi.undip.ac.id/>

**Kuisioner Karakteristik Pedagang Pasar Tradisional Bandarjo**

Yang Terhormat Bapak/Ibu/Saudara, Dalam rangka pengumpulan data untuk memenuhi penelitian proyek akhir, penulis Mahasiswa Diploma-III sekolah vokasi perencanaan wilayah dan kota universitas diponegoro melakukan penyebaran

Kuisioner Penelitian Yang Berjudul:

**“ Pengaruh Keberadaan Ritel Modern Terhadap Jangkauan Pasar Tradisional Bandarjo Kecamatan Ungaran Barat”**

Maka Kami Mohon Kesedian Bapak/Ibu/Saudara Untuk Berpartisipasi Dalam Pengisian Kuisioner Ini Sebagai Responden. Kami Menjamin Kerahasiaan Jawaban Dan Tidak Mempengaruhi Status Bapak/Ibu/Saudara Dalam Pengisian Kuisioner Ini.

Identitas Responden

Nama :  
Asal Pedagang :  
Umur :  
Jenis Kelamin :  
Pendidikan Terakhir :  
Tempat Jualan :

**Petunjuk Pengisian :**

Pilihlah Salah Satu Jawaban Dengan Memberi Tanda Silang (X) Dan Lengkapi Sesuai Dengan Kondisi Anda.

Kerahasiaan Data Akan Kami Jaga, Data Ini Hanya Untuk Kepentingan Skripsi.

Terimakasih.

**C. Mengetahui Karakteristik Pedagang Di Pasar Bandarjo Kecamatan Ungaran Barat**

1. Sudah berapa tahun bapak/ibu berdagang di Pasar Bandarjo?
  - a. <10 tahun
  - b. 10-20 tahun
  - c. >20 tahunSebutkan.....
2. Apa barang yang anda jual di pasar ini?
  - a. Sayur
  - b. Peralatan rumah tangga
  - c. BajuLainya.....
3. Darimana anda memperoleh barang dagangan tersebut?
  - a. Dalam wilayah Kecamatan Ungaran Barat
  - b. Luar wilayah Kecamatan Ungaran Barat (kab.semarang)
  - c. Luar wilayah Kabupaten Semarang (sebutkan).....
4. Bagaimana cara bapak/ibu memperoleh barang dagangan tersebut?
  - a. Membeli langsung di pusat grosir
  - b. Dipasok/didatangkanJika membeli langsung di pusat grosir, berasal dari daerah manakah?
5. Dalam berjualan mayoritas pelanggan berasal dari mana?
  - a. Dalam wilayah Kecamatan Ungaran Barat
  - b. Luar wilayah Kecamatan Ungaran Barat (kab.semarang)
  - c. Luar wilayah Kabupaten Semarang
6. Mengapa Saudara Memilih Berjualan Di Pasar Bandarjo?
  - a. Lokasi Yang Strategis
  - b. Biaya Transport Murah
  - c. Ramai Pembeli
  - d. Lainnya.....
7. Apakah Keberadaan Pasar Modern (Ramai Swalayan ) Berdampak Negatif Bagi Usaha Bapak/Ibu?
  - a. Tidak Berdampak Negatif

b. Berdampak Negatif

Jelaskan Alasannya.....

Harapan Bapak/Ibu Kepada Pemda Setempat/Pengelola Pasar Untuk Pengembangan Pasar BandarjoDi Masa Yang Akan Datang :

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Terimakasih**

**LAMPIRAN 2 Hasil Distribusi Frekuensi Ramai Swalayan****Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin****Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	29	29	29
	Perempuan	71	71	100
	Total	100	100	

**Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Umur****Umur**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-24	11	11	11
	25-35	29	29	40
	36-50	43	43	83
	51-65	17	17	100
	Total	100	100	

**Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan****Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	39	39	39
	Pensiunan	4	4	43
	Ibu Rumah Tangga	19	19	62
	Mahasiswa	1	1	63
	Buruh	8	8	71
	Pegawai Swasta	12	12	83
	Wirausaha	17	17	100
	Total	100	100	



### Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan

#### Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sd	2	2	2	2
Smp	13	13	13	15
Sma	32	32	32	47
Valid Diploma	5	5	5	52
Sarjana	45	45	45	97
Pascasarjana	3	3	3	100
Total	100	100	100	

### Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan

#### Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp. 0 - Rp.500.000	16	16	16	16
Rp.600.000 - Rp.2.000.000	21	21	21	37
Valid Rp.3.000.000-Rp.5.000.000	38	38	38	75
Diatas Rp.5.000.000	25	25	25	100
Total	100	100	100	

### Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Belanja

#### Frekuensi Belanja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	39	39	39	39
Valid 1-2 Kali	44	44	44	83
>4 Kali	17	17	17	100
Total	100	100	100	

**Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Alasan Memilih Lokasi**

**Alasan Memilih Lokasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Dekat Dengan Rumah	20	20	20	20
Barang Lengkap	18	18	18	38
Harga Lebih Murah	48	48	48	86
Akses Mudah	13	13	13	99
Lain-Lain	1	1	1	100
Total	100	100	100	

**Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jarak Rumah**

**Jarak Rumah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 0,5 Km	2	2	2	2
0,5-1 Km	10	10	10	12
1,5-2 Km	34	34	34	46
2,5 - 3 Km	19	19	19	65
> 3 Km	35	35	35	100
Total	100	100	100	

**Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Transportasi Yang Digunakan**

**Transportasi Yang Digunakan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Motor Pribadi	57	57	57	57
Mobil Pribadi	14	14	14	71
Kendaraan Umum	29	29	29	100
Total	100	100	100	

## Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Waktu Berkunjung

### Waktu Berkunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Siang	69	69	69
Valid	Sore	31	31	100
	Total	100	100	

**LAMPIRAN 3 Hasil Distribusi Frekuensi Pasar Bandarjo**

**Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	20	20	20	20
	Perempuan	80	80	80	100
	Total	100	100	100	

**Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur**

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-24	4	4	4	4
	25-35	22	22	22	26
	36-50	61	61	61	87
	51-65	13	13	13	100
	Total	100	100	100	

**Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan**

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	13	13	13	13
	Ibu Rumah Tangga	31	31	31	44
	Buruh	18	18	18	62
	Pegawai Swasta	14	14	14	76
	Wirausaha	24	24	24	100
	Total	100	100	100	

**Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan**

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Sekolah	1	1	1	1
	Sd	7	7	7	8
	Smp	13	13	13	21
	Sma	48	48	48	69
	Diploma	6	6	6	75
	Sarjana	25	25	25	100
	Total	100	100	100	

### Output Jumlah Karakteristik Konsumen Berdasarkan Alasan Memilih Lokasi

		Alasan Memilih Lokasi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dekat Dengan Rumah	17	17,0	17,0	17,0
	Barang Lengkap	14	14,0	14,0	31,0
	Harga Lebih Murah	46	46,0	46,0	77,0
	Akses Mudah	18	18,0	18,0	95,0
	Lain-Lain	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**LAMPIRAN 4 Hasil Tabulasi silang**

**Output Tabulasi silang Jenis Kelamin Dengan Preferensi Berbelanja Jenis Ritel**

**Tabulasi silang**

			Preferensi Lokasi Belanja					Total
			Pasar Tradisional	Pasar Modern	5	6	7	
Jenis Kelamin	Laki-Laki	Count	26	30	0	0	0	56
		% Within Jenis Kelamin	46,40%	53,60%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
	Perempuan	Count	82	59	1	1	1	144
		% Within Jenis Kelamin	56,90%	41,00%	0,70%	0,70%	0,70%	100,00%
Total		Count	108	89	1	1	1	200
		% Within Jenis Kelamin	54,00%	44,50%	0,50%	0,50%	0,50%	100,00%

**Output Chisquare Jenis Kelamin Dengan Preferensi Berbelanja Jenis Ritel**

**Chi-Square Tests**

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-Sided)
Pearson Chi-Square	3,431 <sup>a</sup>	4	0,489
Likelihood Ratio	4,208	4	0,379
Linear-By-Linear Association	0,034	1	0,853
N Of Valid Cases	200		

A. 6 Cells (60,0%) Have Expected Count Less Than 5. The Minimum Expected Count Is ,28.

### Output Tabulasi silang Umur Dengan Preferensi Berbelanja Jenis Ritel

Tabulasi silang

			Preferensi Lokasi Belanja					Total
			Pasar Tradisional	Pasar Modern	5	6	7	
Umur	19-24	Count	7	7	0	0	1	15
		% Within Umur	46,70%	46,70%	0,00%	0,00%	6,70%	100,00%
	25-35	Count	31	19	0	1	0	51
		% Within Umur	60,80%	37,30%	0,00%	2,00%	0,00%	100,00%
	36-50	Count	49	55	1	0	0	105
		% Within Umur	46,70%	52,40%	1,00%	0,00%	0,00%	100,00%
	51-65	Count	21	8	0	0	0	29
		% Within Umur	72,40%	27,60%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Total	Count	108	89	1	1	1	200	
	% Within Umur	54,00%	44,50%	0,50%	0,50%	0,50%	100,00%	

### Output Chisquare Umur Dengan Preferensi Berbelanja Jenis Ritel

Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-Sided)
Pearson Chi-Square	23,558 <sup>a</sup>	12	0,023
Likelihood Ratio	16,714	12	0,161
Linear-By-Linear Association	3,146	1	0,076
N Of Valid Cases	200		

A. 12 Cells (60,0%) Have Expected Count Less Than 5. The Minimum Expected Count Is ,08.

## Output Tabulasi silang Pekerjaan Dengan Preferensi Berbelanja Jenis Ritel

**Tabulasi silang**

		Preferensi Lokasi Belanja					Total
		Pasar Tradisional	Pasar Modern	5	6	7	
Pekerjaan	0 Count	2	1	0	0	0	3
	% Within Pekerjaan	66,70%	33,30%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
	PNS Count	18	32	1	0	1	52
	% Within Pekerjaan	34,60%	61,50%	1,90%	0,00%	1,90%	100,00%
	Pensiunan Count	2	2	0	0	0	4
	% Within Pekerjaan	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
	Ibu Rumah Tangga Count	35	15	0	0	0	50
	% Within Pekerjaan	70,00%	30,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
	Mahasiswa Count	1	3	0	0	0	4
% Within Pekerjaan	25,00%	75,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	
Buruh Count	15	7	0	1	0	23	
% Within Pekerjaan	65,20%	30,40%	0,00%	4,30%	0,00%	100,00%	
Pegawai Swasta Count	14	12	0	0	0	26	
% Within Pekerjaan	53,80%	46,20%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	
Wirausaha Count	21	17	0	0	0	38	
% Within Pekerjaan	55,30%	44,70%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	
Total Count	108	89	1	1	1	200	
% Within Pekerjaan	54,00%	44,50%	0,50%	0,50%	0,50%	100,00%	

## Output Chisquare Pekerjaan Dengan Preferensi Berbelanja Jenis Ritel

**Chi-Square Tests**

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-Sided)
Pearson Chi-Square	28,389 <sup>a</sup>	28	0,444
Likelihood Ratio	25,1	28	0,623
Linear-By-Linear Association	3,11	1	0,078
N Of Valid Cases	200		

A. 30 Cells (75,0%) Have Expected Count Less Than 5. The Minimum Expected Count Is ,02.



## Output Tabulasi silang Pendidikan Dengan Preferensi Berbelanja Jenis Ritel

Tabulasi silang

			Preferensi Lokasi Belanja					Total
			Pasar Tradisional	Pasar Modern	5	6	7	
Pendidikan	Tidak Sekolah	Count % Within Pendidikan	1 100,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 100,00%
	Sd	Count % Within Pendidikan	8 88,90%	1 11,10%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	9 100,00%
	Smp	Count % Within Pendidikan	19 73,10%	7 26,90%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	26 100,00%
	Sma	Count % Within Pendidikan	48 60,00%	32 40,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	80 100,00%
	Diploma	Count % Within Pendidikan	4 36,40%	6 54,50%	0 0,00%	1 9,10%	0 0,00%	11 100,00%
	Sarjana	Count % Within Pendidikan	28 40,00%	40 57,10%	1 1,40%	0 0,00%	1 1,40%	70 100,00%
	Pascasarjana	Count % Within Pendidikan	0 0,00%	3 100,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	3 100,00%
	Total	Count % Within Pendidikan	108 54,00%	89 44,50%	1 0,50%	1 0,50%	1 0,50%	200 100,00%

## Output Chisquare Pendidikan Dengan Preferensi Berbelanja Jenis Ritel

Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-Sided)
Pearson Chi-Square	40,106 <sup>a</sup>	24	0,021
Likelihood Ratio	31,521	24	0,139
Linear-By-Linear Association	14,923	1	0
N Of Valid Cases	200		

A. 28 Cells (80,0%) Have Expected Count Less Than 5. The Minimum Expected Count Is ,01.

## Output Tabulasi silang Pendapatan Dengan Preferensi Berbelanja Jenis Ritel

Tabulasi silang

			Preferensi Lokasi Belanja					Total
			Pasar Tradisional	Pasar Modern	5	6	7	
Pendapatan	Rp. 0 - Rp.500.000	Count	30	13	0	0	0	43
		% Within Pendapatan	69,80%	30,20%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
	Rp.600.000 - Rp.2.000.000	Count	38	30	0	1	0	69
		% Within Pendapatan	55,10%	43,50%	0,00%	1,40%	0,00%	100,00%
	Rp.3.000.000- Rp.5.000.000	Count	28	30	1	0	1	60
		% Within Pendapatan	46,70%	50,00%	1,70%	0,00%	1,70%	100,00%
	Diatas Rp.5.000.000	Count	12	16	0	0	0	28
		% Within Pendapatan	42,90%	57,10%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Total		Count	108	89	1	1	1	200
		% Within Pendapatan	54,00%	44,50%	0,50%	0,50%	0,50%	100,00%

## Output Chisquare Pendapatan Dengan Preferensi Berbelanja Jenis Ritel

Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-Sided)
Pearson Chi-Square	3,225 <sup>a</sup>	3	0,358
Likelihood Ratio	3,185	3	0,364
Linear-By-Linear Association	2,284	1	0,131
N Of Valid Cases	200		

A. 0 Cells (0,0%) Have Expected Count Less Than 5. The Minimum Expected Count Is 11,06.

## LAMPIRAN 5 Hasil Analisis

### Output Hasil Analisis Cluster (Ramai Swalayan )

**Iteration History<sup>a</sup>**

Iteration	Change In Cluster Centers			
	1	2	3	4
1	1,450	1,376	2,095	1,924
2	,498	,402	,191	,148
3	,192	,085	,000	,068
4	,306	,108	,000	,125
5	,230	,080	,000	,122
6	,131	,139	,000	,085
7	,000	,066	,000	,069
8	,000	,081	,000	,075
9	,000	,000	,000	,000

A. Convergence Achieved Due To No Or Small Change In Cluster Centers. The Maximum Absolute Coordinate Change For Any Center Is ,000. The Current Iteration Is 9. The Minimum Distance Between Initial Centers Is 3,858.

Dari Tabel "Iteration History" Di Atas, Dapat Diketahui Bahwa Proses Iterasi Dilakukan Sebanyak 4 Kali. Proses Ini Dilakukan Untuk Mendapatkan Cluster Yang Tepat. Dapat Diketahui Bahwa Jarak Minimum Antar Pusat Cluster Yang Terjadi Dari Hasil Iterasi Adalah 3,858.

**Final Cluster Centers**

	Cluster			
	1	2	3	4
Zscore: Jenis Kelamin	,34353	-,46048	-,18638	,54056
Zscore: Umur	,67491	-,69607	,38902	-,45090
Zscore: Pendidikan	-1,11327	,03101	,95593	-,96611
Zscore: Pekerjaan	,49536	1,39471	-,92718	-,04464
Zscore: Pendapatan	,27564	-,12708	,74323	-1,35079

**Final Cluster Centers**

	Cluster			
	1	2	3	4
Zscore: Jenis Kelamin	-.08447	.35610	-.88900	.60512
Zscore: Umur	.08793	-.42796	.54312	-.19606
Zscore: Pendidikan	1.41718	.48205	-.64615	-.40181
Zscore: Pekerjaan	-1.69500	.89210	.64967	-.71806
Zscore: Pendapatan	1.35932	.50632	.11466	-1.15939

**Number Of Cases In Each**

**Cluster**

Cluster	1	15,000
	2	22,000
	3	40,000
	4	23,000
Valid		100,000
Missing		.000

**Output Hasil Analisis Cluster (Pasar Bandarjo)**

**Iteration History<sup>a</sup>**

Iteration	Change In Cluster Centers			
	1	2	3	4
1	1.704	2.026	1.980	1.712
2	.289	.390	.225	.439
3	.000	.417	.202	.346
4	.000	.102	.106	.000
5	.000	.080	.072	.000
6	.000	.100	.090	.000
7	.000	.000	.000	.000

A. Convergence Achieved Due To No Or Small Change In Cluster Centers. The Maximum Absolute Coordinate Change For Any Center Is ,000. The Current Iteration Is 7. The Minimum Distance Between Initial Centers Is 3,754.

**Number Of Cases In Each Cluster**

Cluster	1	13.000
	2	27.000
	3	30.000
	4	30.000
Valid		100.000
Missing		.000

Dari Tabel "Iteration History" Di Atas, Dapat Diketahui Bahwa Proses Iterasi Dilakukan Sebanyak 4 Kali. Proses Ini Dilakukan Untuk Mendapatkan Cluster Yang Tepat. Dapat Diketahui Bahwa Jarak Minimum Antar Pusat Cluster Yang Terjadi Dari Hasil Iterasi Adalah 3,754.