

KARAKTERISTIK LOKASI PASAR TRADISIONAL DAN DAMPAK OPERASIONALNYA : STUDI KASUS KOTA SEMARANG

**Rasinanda Muhammad Rizal, Nur Rahman Alhamidi, Ferry Hermawan,
Ismiyati**

Departemen Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro
Jl. Prof Soedarto, SH Tembalang, Semarang. 50275, Telp.: (024)7474770, Fax.:
(024)7460060

Abstract

Traditional market is the place which represents the transaction between sellers and buyers. However, by the development of the period rapidly, the existence of traditional market begins to be threatened. It is because the proliferation of retail business from foreign funds, for example is Minimarket. Due to the proliferation of the Minimarket, people has been prefer to visit Minimarket rather than traditional market. Clean place and free from the word of dirty have made visitors more comfortable to visit Minimarket. And this condition is in opposite with the traditional market which seems slum, muddy and far from hygienic. This situation has succesfully made the traditional market left behind of the modern market. This research aims to know the characteristic of location of the traditional market and its operational impact and recommend the traditional market model. The model of market location can enhance the competitiveness of traditional market with modern markets. As for which becomes the object of this research are, traditional market data that listed in the Market Service of Semarang city, that market conditions are obtained by means of direct observation or interviews to the merchant market, the market manager and the buyer's market. As for the secondary data used is DED of market, the number of market stalls, number of floor los data, data number of traders, market land area data, and data market building area. The conclusions of this research was obtained some variables from location factors that affect the success of the revitalization, covering a distance of main street market, broad visibility, parking lots, the amount of market traders, the number of entry to the market, and the number of transport towards the market. As for the success of the revitalization of the market was also influenced by his market in the populous region. Because there is still no recommendations placement location a strategic market, for it is this research make a model of market location recommendations and a population density of traditional market.

Keywords : location, traditional market, operational impact

Abstrak

Pasar tradisional merupakan tempat transaksi antara pedagang dan pembeli. Namun, dengan pesatnya perkembangan jaman, keberadaan pasar tradisional mulai terancam. Itu disebabkan menjamurnya usaha ritel dengan dana asing, seperti contoh minimarket. Dengan menjamurnya minimarket, pengunjung pasar tradisional mulai beralih ke minimarket dibanding ke pasar tradisional. Tempat yang bersih dan bebas dari kata kumuh membuat pengunjung semakin betah berkunjung ke minimarket. Kondisi ini berkebalikan dengan suasana di pasar tradisional yang terkesan kumuh, becek dan jauh dari kata higienis. Keadaan ini semakin membuat pasar tradisional tertinggal jauh dibanding pasar modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik lokasi dan dampak operasionalnya serta merekomendasikan model pasar tradisional. Model lokasi pasar dapat meningkatkan

daya saing pasar tradisional dengan pasar modern. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu seluruh pasar tradisional yang tercantum dalam data Dinas Pasar Kota Semarang, yaitu kondisi pasar yang didapat dengan cara observasi langsung maupun dengan wawancara kepada pengelola pasar, pedagang pasar dan pembeli pasar. Sedangkan untuk data sekunder yang digunakan adalah gambar DED pasar, data jumlah kios, data jumlah los, data jumlah dasaran, data jumlah pedagang, data luas lahan pasar, dan data luas bangunan pasar. Kesimpulan dari penelitian ini adalah didapat beberapa variabel dari faktor lokasi yang mempengaruhi keberhasilan revitalisasi, meliputi jarak pasar dengan jalan utama, visibilitas, luas lahan parkir pasar, jumlah pedagang, banyaknya akses masuk, dan jumlah angkutan menuju pasar. Adapun keberhasilan revitalisasi pasar juga dipengaruhi oleh ditemplatkannya pasar di wilayah yang padat penduduk. Karena masih belum ada rekomendasi penempatan lokasi pasar yang strategis, untuk itu penelitian ini memberikan model rekomendasi lokasi pasar dan kepadatan wilayah pasar tradisional.

Keyword : Lokasi, Pasar Tradisional, Dampak Operasional

Pendahuluan

Liberalisasi perdagangan dengan ditandainya beberapa pemodal asing ke Indonesia menyebabkan eksistensi pasar tradisional menjadi terancam. Modal besar yang masuk ke pasar-pasar modern menyebabkan persaingan usaha menjadi tidak seimbang. Pasar tradisional sebagai bentuk usaha kecil sulit untuk memenuhi persaingan dengan modal besar. Oleh karena itu, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 70/M-Dag/Per12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Peraturan tersebut menyebutkan salah satu cara untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional adalah dengan bentuk peremajaan atau revitalisasi. Faktor yang mempengaruhi suksesnya revitalisasi pasar tradisional salah satunya adalah faktor lokasi. Dengan mempertimbangkan lokasi pasar yang bebas macet, yang mudah untuk dijangkau, yang sesuai dengan lingkungan sekitar, akan membuat pasar tersebut ramai pengunjung (Suryani, 2015).

Losch dalam Suryani (2015) berpendapat bahwa lokasi yang mana semakin jauh dan mahal biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual berpengaruh terhadap jumlah konsumen dimana konsumen makin enggan untuk datang ke lokasi tersebut. Sedangkan pemilihan lokasi menurut Buchari Alma (2003:105) dalam Ghanimata (2012) penentuan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa di masa akan datang ditentukan oleh keberhasilan memilih lokasi usaha yang tepat. Capello (2011) dalam teorinya, pemilihan lokasi juga ditentukan oleh prinsip aksesibilitas, dengan aksesibilitas tinggi berarti mereka memiliki akses yang mudah ke pasar yang luas dan beragam untuk barang. Sependapat dengan Qoriah (2014) lokasi menjadi salah satu faktor kekuatan internal dengan kemudahan dan terjangkau dari semua arah jalan dengan kata lain faktor lokasi pasar yang strategis harus mempunyai aksesibilitas yang mudah. Kepadatan wilayah merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu usaha. Kepadatan wilayah yang besar akan memberikan dampak positif karena dengan jumlah penduduk yang besar perekonomian

suatu tempat akan semakin maju dengan banyaknya tenaga kerja. Namun kepadatan wilayah yang tidak direncanakan dengan baik justru akan membawa dampak negatif terhadap lingkungan sekitarnya (Rochaida, 2016). Rochaida (2016) dalam penelitiannya juga berpendapat, semakin banyak jumlah penduduk suatu wilayah maka tingkat perekonomian daerah tersebut akan semakin berkembang. Dalam penelitian ini, akan dikupas lebih lanjut pengaruh faktor lokasi terhadap tingkat keramaian suatu pasar tradisional di kota-kota besar di Indonesia, khususnya di Kota Semarang.

Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan observasi lapangan dan wawancara seperti dijelaskan pada bagan alur Gambar 1.

Data primer dalam penelitian ini yaitu data observasi yang berupa lokasi GPS pasar di Semarang dan jaraknya terhadap jaringan jalan utama, foto-foto dan catatan-catatan kecil, data wawancara kepada pedagang, pengunjung, kepala pasar, dan dinas pasar yang berupa file rekaman dan catatan-catatan tambahan. Dalam penelitian ini data sekunder berupa DED pasar. Data DED digunakan untuk menganalisis penempatan lokasi di suatu pasar, fasilitas yang terdapat di suatu pasar, aksesibilitas, dan penataan aksesibilitas di dalam pasar. Dalam Studi ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Cevilla (1993) bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan nyata sekarang. Untuk memperoleh data tersebut, maka dalam penelitian ini digunakan metode observasi lapangan dan wawancara. Observasi lapangan dilakukan pada 47

pasar yang teregister di Semarang. Sebelum melakukan observasi lapangan, dilakukan observasi awal untuk mengetahui :

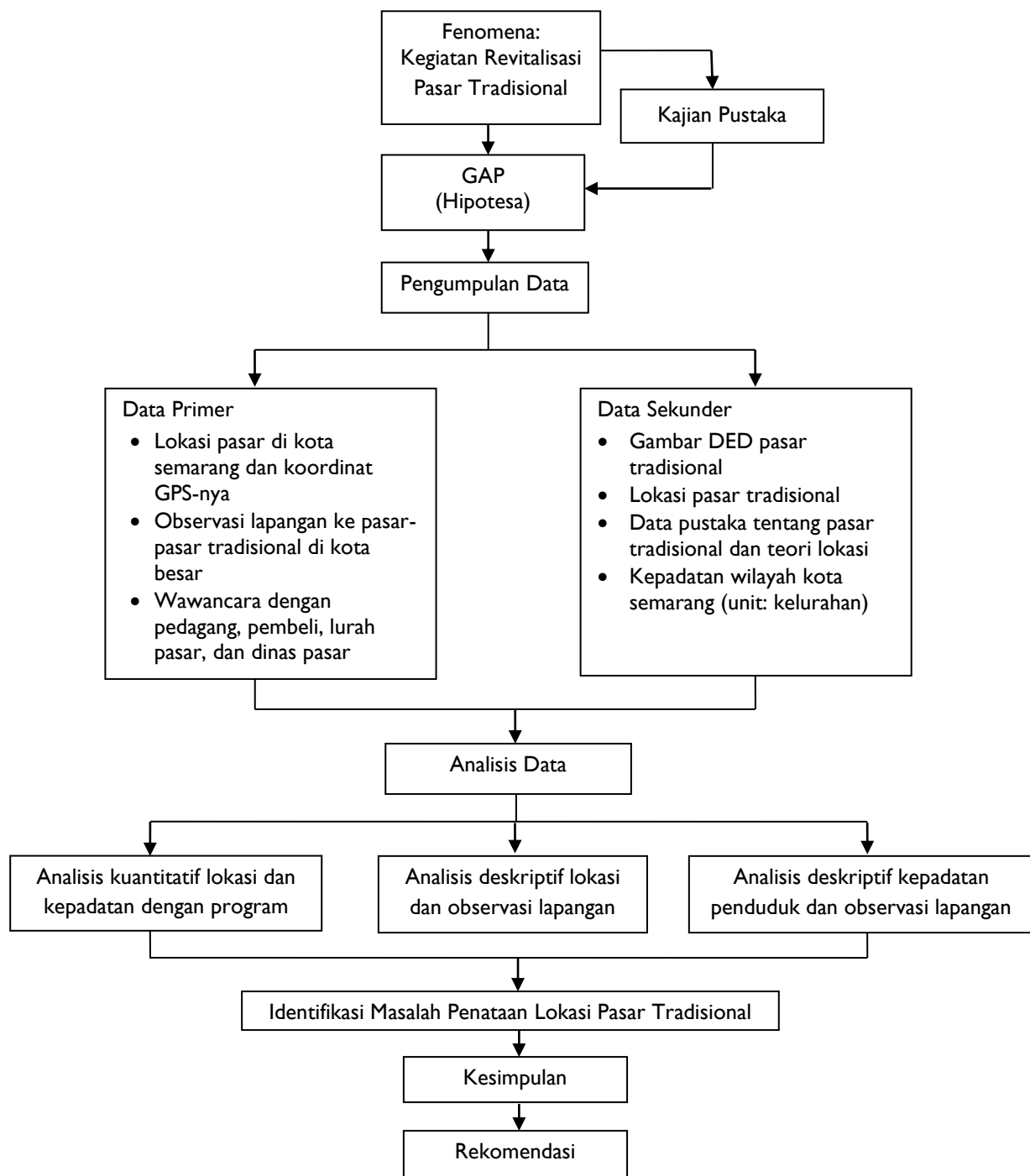
- Bagaimana kondisi umum pasar tradisional tersebut
- Berapa jarak lokasi pasar dengan jalan utama
- Membuat hipotesa awal tentang data – data apa saja yang bisa diambil dan tidak bisa diambil
- Menyusun strategi untuk pengambilan data berikutnya
- Menyusun daftar pertanyaan yang akan ditanyakan untuk mengantisipasi jawaban responden yang bervariasi.

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan metode wawancara yaitu tape recorder yang berfungsi untuk merekam hasil wawancara sebagai bukti validitas data yang diperoleh, catatan, *check list*, alat tulis, dan daftar pertanyaan yang digunakan untuk membantu penulis supaya tidak terjadi pengulangan pertanyaan dan lebih fokus terhadap data yang dibutuhkan. Alat observasi lapangan menggunakan kamera untuk dokumentasi gambar dan video yang berfungsi untuk menunjang data serta *Handheld GPS* yang berfungsi untuk menentukan titik GPS dari setiap pasar.

Pada penelitian ini, peneliti mempunyai 2 jenis data yaitu :

a. Data primer

Data primer yaitu data yang didapat secara langsung. Data primer dalam penelitian ini yaitu data observasi yang berupa lokasi GPS pasar di Semarang dan jaraknya terhadap jaringan jalan utama, foto – foto dan catatan-catatan kecil, data wawancara kepada pedagang, pengunjung, kepala pasar, dan dinas pasar berupa file rekaman dan catatan-catatan tambahan.



Gambar I. Bagan Alur Metode Penelitian

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh pihak lain dimana dalam penelitian ini berupa DED pasar. Data DED digunakan untuk menganalisis penempatan lokasi di suatu

pasar, fasilitas yang terdapat di suatu pasar, aksesibilitas, dan penataan aksesibilitas di dalam pasar.

Setelah mengumpulkan data-data tersebut, langkah selanjutnya yaitu pengolahan data. Adapun cara mengolah data pada penelitian ini yaitu data

observasi lapangan yang berupa lokasi GPS pasar di Semarang dan jaraknya terhadap jaringan jalan utama digunakan untuk menjelaskan secara spasial dan deskriptif analitis lokasi dan kepadatan terhadap peran pasar tradisional ditunjang foto – foto dan catatan kecil di buat dalam bentuk working paper dan tabel – tabel hasil observasi. Data wawancara diolah dengan cara membuat transkripsi dan membuat tabel rekapitulasi kesimpulan, dan untuk data dari pihak dinas Pasar Kota Semarang yang berupa DED di analisis lokasi penataan di dalam pasar semisal lokasi parkir kemudian di modelkan dengan letak lokasi jalan utama sehingga tercipta pemodelan yang teratur.

Setelah melakukan pengolahan data, maka langkah selanjutnya yaitu mereduksi data, data dalam penelitian ini direduksi dengan cara memilih data – data yang penting saja yang sesuai dengan tema penelitian. Penyajian data dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesa digunakan program SPSS.

- **Variabel Tidak Bebas**

Variabel tidak bebas dalam penelitian ini adalah tingkat keramaian pasar dari masing – masing objek yang diteliti yaitu pasar – pasar yang ada di semarang. Variabel ini terbagi menjadi lima kategori yang semua di dapat dari hasil observasi di lapangan serta hasil wawancara.

- **Variabel Bebas**

Terdapat tujuh variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu Jarak Pasar ke Jalan Utama (m), Visibilitas dari Jalan Utama (m), Kepadatan Wilayah (orang/km²), Jumlah Pedagang (Orang), Jumlah Akses Masuk (Buah), Jumlah Angkutan (Buah), Jumlah Lantai (tingkat).

Tabel 1. Definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian

Variabel	Nama Variabel	Kategori
(1)	(2)	(3)
Y	Keramaian Pasar	1: Sangat Sepi
		2: Sepi
		3: Cukup
		4: Ramai
		5: Sangat Ramai
X1	Jarak Pasar ke Jalan Utama (m)	Numerik
X2	Visibilitas dari Jalan Utama(m)	Numerik
X3	Luas Lahan Parkir	Numerik
X4	Kepadatan Wilayah (orang/km ²)	Numerik
X5	Jumlah Pedagang (Orang)	Numerik
X6	Jumlah Akses Masuk (Buah)	Numerik
X7	Jumlah Angkutan (Buah)	Numerik
X8	Jumlah Lantai (tingkat)	Numerik

Hasil Dan Pembahasan

Analisis Kuantitatif Lokasi dan Kepadatan dengan Program SPSS

Dalam tes ini didapat nilai signifikansi, nilai ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel baris dan kolom yang berbentuk ordinal. Kriteria hubungan antar variabel adalah bahwa semakin mendekati nilai 1 maka hubungan yang terjadi semakin erat dan jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Karena nilai mendekati 1 maka berarti hubungan yang terjadi kuat.

Tabel 2. Hasil analisis SPSS uji korelasi dengan metode Spearman Correlation

Correlations		Keramaian Pasar (Y)		Kesimpulan	
		Sig. (2-tailed)	Pearson Correlation	Signifikansi	Korelasi
X1	Jarak Pasar ke Jalan Utama (m)	0.161	-0.212	Tidak Signifikan	Berbanding Terbalik
X2	Visibilitas dari Jalan Utama (m)	0.159	-0.214	Tidak Signifikan	Berbanding Terbalik
X3	Luas Lahan Parkir Pasar (m ²)	0.179	-0.204	Tidak Signifikan	Berbanding Terbalik
X4	Kepadatan Wilayah (orang/km ²)	0.003	0.435	Signifikan	Berbanding Lurus
X5	Jumlah Pedagang (Orang)	0.001	0.678	Signifikan	Berbanding Lurus
X6	Jumlah Akses Masuk (Buah)	0.002	0.455	Signifikan	Berbanding Lurus
X7	Jumlah Angkutan (Buah)	0.001	0.500	Signifikan	Berbanding Lurus
X8	Jumlah Lantai (tingkat)	0.146	0.220	Tidak Signifikan	Berbanding Lurus

Tabel 3. Hasil analisis SPSS uji regresi dengan metode pengujian Signifikansi Simultan

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 1.00]	2.222	1.121	3.929	1	.047	.025	4.418
	[Y = 2.00]	2.859	1.106	6.682	1	.010	.691	5.026
	[Y = 3.00]	6.387	1.444	19.556	1	.000	3.556	9.218
	[Y = 4.00]	8.803	1.769	24.755	1	.000	5.335	12.271
Location	X4	.000	5.683E-5	4.173	1	.041	4.712E-6	.000
	X5	.005	.002	5.398	1	.020	.001	.009
	X6	.817	.303	7.269	1	.007	.223	1.412
	X7	.170	.166	1.053	1	.303	-.155	.495

Link function: Logit.

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam penelitian ini secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat keramaian pasar. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2 dan tabel 3.

Analisis Deskriptif Lokasi dan Observasi Lapangan Hubungan Antara Keramaian Pasar Dengan Jarak Pasar Ke Jalan Utama

Untuk menentukan lokasi pasar tradisional, banyak faktor yang harus dipertimbangkan. Salah satunya adalah faktor jarak jalan utama dengan pasar. Berdasarkan hasil observasi, didapat banyak pasar yang letaknya dekat dengan jalan utama lebih ramai

dibanding pasar yang letaknya jauh dari jalan utama. Ada juga beberapa pasar yang letaknya jauh dari jalan utama namun tetap ramai.

Berdasarkan data yang didapat, hubungan antara jarak jalan utama dengan keramaian pasar di dapat nilai sig sebesar 0,161 yang mana nilai tersebut diatas 0,05 ($0,161 > 0,05$) yang berarti hubungan antara jarak jalan utama dengan keramaian pasar tidak signifikan. Hal ini dikarenakan data yang diperoleh merupakan data acak. Ada pasar yang ramai dan dekat dengan jalan utama, ada juga yang jauh dari jalan utama. Begitu pula sebaliknya, ada yang jauh dari jalan utama dengan kondisi sepi, ada juga yang ramai.

Berdasarkan hasil uji korelasi antara keramaian dan jarak jalan utama didapat nilai *Pearson Correlation* adalah -0,212 atau berbanding terbalik. Hal ini berarti semakin jauh jarak pasar dari jalan utama, maka pasar akan semakin sepi.

Jarak antara Pasar Peterongan dengan jalan utamanya hanya sejauh 5 meter. Hal ini memudahkan pengunjung untuk menuju pasar karena dekat dengan jalan utama. Dengan jarak yang dekat memudahkan angkutan umum menuju pasar, hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah angkutan menuju Pasar Peterongan. Jarak juga mempengaruhi ongkos angkut menuju pasar. Semakin dekat dengan jalan utama, ongkos angkut menuju pasar semakin murah. Berbeda dengan Pasar Tanah Mas yang mempunyai jarak dengan jalan utama berjarak sejauh 600 meter. Jarak yang jauh menyusahkan pelanggan menuju pasar. Ditambah dengan kondisi jalan di depan Pasar Tanah Mas yang kurang baik. Angkutan umum tidak ada yang langsung menuju Pasar Tanah Mas karena jauh dari jalan utama. Hal ini menyebabkan ongkos menuju Pasar Tanah Mas tergolong

mahal. Tidak seperti Pasar Peterongan, Pasar Krempyeng yang terletak hanya 10 meter dari jalan utama namun pasar masuk dalam kategori sepi. Hal ini dikarenakan sedikitnya angkutan yang menuju pasar. Karena sedikit, ongkos angkut menuju pasar jadi lebih mahal. Tidak seperti Pasar Tanah Mas, Pasar Surtikanti berjarak 600 meter dari jalan utama. Jauh dari jalan utama namun ramai pengunjung. Disukai pengunjung karena jalan didepan pasar yang bagus serta harga barang dagangan yang tergolong murah.

Hubungan Antara Keramaian Pasar Dengan Visibilitas Dari Jalan Utama

Faktor visibilitas pasar juga menjadi salah faktor keramaian pasar. Dengan visibilitas pasar yang mudah terlihat, maka pasar akan mudah untuk dikenali oleh pengunjung. Sebaliknya, apabila visibilitas pasar jauh dan susah dikenali, maka akan berdampak terhadap kurang ramainya kondisi pasar. Hal ini berpengaruh pada visibilitas pasar apabila dilihat dari jalan utamanya. Kebanyakan pasar yang gampang terlihat akan lebih ramai dibanding pasar yang susah untuk dilihat. Berdasarkan data yang didapat, hubungan antara visibilitas jalan utama dengan keramaian pasar didapat nilai sig sebesar 0,159 yang mana nilai tersebut diatas 0,05 ($0,159 > 0,05$) yang berarti hubungan antara visibilitas jalan utama dengan keramaian pasar tidak signifikan. Bahkan korelasi yang didapat sangat rendah. Hal ini dikarenakan data yang diperoleh merupakan data acak. Berdasarkan hasil uji didapat korelasi antara keramaian dan visibilitas dari jalan utama didapat nilai *Pearson Correlation* adalah -0,214 atau berbanding terbalik. Hal ini berarti semakin jauh visibilitas pasar dari jalan utama, maka pasar akan semakin sepi.

Pasar Wonodri mudah terlihat dari jalan utama karena hanya berjarak 5 meter dari jalan utama. Hal ini memudahkan pengunjung mengenali Pasar Wonodri. Dari jalan utama pun langsung bisa dilihat aktivitas jual-beli di Pasar Wonodri. Berbeda dengan Pasar Banyumanik yang berjarak 10 meter dari jalan utama. Dengan jarak ini pasar tergolong dekat dengan jalan utama. Namun, aktivitas jual-beli pasar tidak bisa dilihat dari jalan utama karena tertutup kios-kios pasar. Kios-kios ini digunakan sebagai tempat jualan tiket bus. Sehingga, pasar susah dikenali dan dilihat dari jalan utama.

Hubungan Antara Keramaian Pasar dengan Jumlah Pedagang Pasar

Pasar Kanjengan tidak dilengkapi dengan kios maupun los namun pasar tetap ramai pengunjung. Pasar Kanjengan tidak memiliki bangunan, melainkan hanya tanah lapang yang digunakan untuk berjualan. Karena luas dasaran besar, pedagang dasaran Pasar Kanjengan juga banyak. Pedagang dasaran Kanjengan mencapai 800 pedagang lebih. Pasar ini ramai setiap harinya. Setelah direvitalisasi pedagang dasaran Pasar Sampangan dihilangkan. Pasar Sampangan sekarang menjadi bangunan 2 lantai dengan jumlah pedagang kios dan los sebanyak 350 lebih pedagang. Walaupun pedagang dasaran dihilangkan, namun pasar tetap ramai pengunjung. Jumlah pedagang Pasar Kagok hanya berjumlah sekitar 40 pedagang. Karena sedikit, varian harga barang dagangan menjadi lebih sedikit. Hal itu membuat harga barang menjadi lebih mahal dibanding pasar lain. Pasar Kagok tergolong pasar yang sepi pengunjung.

Hubungan Antara Keramaian Pasar dengan Jumlah Akses Masuk

Jumlah akses masuk Pasar Wonodri ada tiga. Melewati jalan utama, Jalan MT Haryono dan melewati jalan lingkungan sekitar pasar yang ada 2 jalan. Setiap jalannya bisa diakses oleh mobil, truk dan motor. Hal ini mempermudah pedagang dan pengunjung menuju pasar. Pasar ini ramai setiap harinya. Akses menuju Pasar Manyaran hanya ada 1 jalan. Itu pun jalannya sempit dan hanya bisa dilewati oleh kendaraan roda dua saja. Hal ini menyusahkan pedagang apabila hendak bongkar muat menggunakan kendaraan roda 4. Pengunjung pun kesulitan apabila hendak menuju pasar menggunakan angkutan umum maupun kendaraan pribadi roda 4. Pasar ini tergolong pasar yang sepi pengunjung.

Hubungan Antara Keramaian Pasar Dengan Jumlah Angkutan

Penentuan suatu pasar tradisional dikatakan ramai banyak faktor yang harus dipertimbangkan. Salah satunya adalah faktor banyaknya jumlah angkutan yang menuju ke pasar. Berdasarkan hasil observasi, didapat banyak pasar yang angkutan yang menuju ke pasar lebih banyak akan menjadikan pasar lebih ramai dibanding pasar yang jumlah angkutan yang menuju ke pasar sedikit. Akan tetapi terdapat pula pasar tradisional yang memiliki jumlah angkutan yang menuju ke pasar sedikit namun tetap ramai. Hal ini dipengaruhi oleh banyak faktor, boleh jadi pasar tersebut berada pada kepadatan yang tinggi sehingga disitu peluang untuk didatangi konsumen tinggi karena akses menuju pasar tetap mudah. Berdasarkan data yang didapat, hubungan antara jumlah angkutan yang menuju ke pasar dengan keramaian pasar didapat nilai sig sebesar 0,001

yang mana nilai tersebut dibawah 0,05 ($0,001 > 0,05$) yang berarti hubungan antara jumlah angkutan yang menuju ke pasar dengan keramaian pasar signifikan.

Berdasarkan hasil uji didapat korelasi antara keramaian dan jumlah angkutan didapat nilai *Pearson Correlation* adalah 0,5 atau berbanding lurus. Hal ini berarti semakin banyak jumlah angkutan menuju pasar, maka tingkat keramaian di pasar itu akan semakin tinggi. Hal ini juga berpengaruh pada kemudahan pengunjung maupun pedagang apabila hendak menuju pasar. Semakin mudah akses menuju pasar, maka keinginan pengunjung menuju pasar akan semakin besar.

Pasar Yaik Permai mempunyai 13 buah angkutan umum. Diantaranya mikrolet dari berbagai jurusan yang melewati Pasar Yaik. Hal ini mempermudah pengunjung yang rumahnya jauh dari pasar apabila hendak berkunjung ke pasar. Ini juga dikarenakan Pasar Yaik termasuk pasar kota. Oleh karena itu, harus dilengkapi angkutan yang banyak karena mencakup kawasan yang luas. Pasar Tanah Mas tidak memiliki angkutan umum sama sekali. Hal ini menyusahkan pengunjung dari daerah lain apabila hendak berkunjung ke pasar. Jalan didepan pasar juga kurang baik dan sering terjadi banjir. Oleh karena itu, warga sekitar pun malas untuk lewat didepan Pasar Tanah Mas. Pasar ini termasuk pasar yang sepi pengunjung.

Hubungan Antara Keramaian Pasar Dengan Jumlah Lantai

Penentuan suatu pasar tradisional dikatakan ramai banyak faktor yang harus dipertimbangkan. Salah satunya adalah faktor jumlah lantai pasar. Berdasarkan hasil observasi, didapat banyak pasar yang jumlah lantai pasar lebih banyak akan menjadikan

pasar lebih sepi dibanding pasar yang jumlah lantai pasar sedikit. Sependapat dengan hal tersebut kondisi pasar tradisional yang bertingkat juga menjadi salah satu faktor sepiya pengunjung pasar. Bukan hanya sepi pengunjung pasar, bahkan pedagang pun tidak mau mengisi lantai atas dikarenakan sepi pengunjung. Berdasarkan data yang didapat, hubungan antara Jumlah Lantai Pasar dengan keramaian pasar didapat nilai sig sebesar 0,146 yang mana nilai tersebut diatas 0,05 ($0,146 > 0,05$) yang berarti hubungan antara jumlah lantai dengan keramaian pasar tidak signifikan. Berdasarkan hasil uji didapat korelasi antara keramaian dan jumlah lantai pasar didapat nilai *Pearson Correlation* adalah 0,220 atau berbanding lurus. Hal ini berarti semakin banyak jumlah lantai pasar, maka tingkat keramaian di pasar itu akan semakin tinggi. Namun pada kenyataannya banyak pasar yang mempunyai jumlah lantai yang banyak malah sepi, nilai ini di dapat karena banyak juga pasar yang mempunyai tingkat lantai kecil tetapi sepi.

Pasar Kanjengan hanya memiliki 1 lantai pasar, namun tingkat keramaian pasar termasuk tinggi setiap harinya. Karena hanya 1 lantai, memudahkan pedagang maupun pengunjung yang sudah tua untuk menuju pasar. Bangunan Pasar Bulu mempunyai 4 tingkat lantai namun tergolong pasar yang pengunjungnya kurang ramai. Kebanyakan pedagang dilantai 2, 3 dan 4 mengeluhkan kurangnya pengunjung pasar. Pengunjung pun berpendapat malas untuk naik ke lantai atas karena lelah dan kurang mengerti barang-barang yang dijual di lantai atas apa saja.

Analisis Deskriptif Kepadatan Wilayah dan Observasi Lapangan

Tingkat kepadatan penduduk Pasar Sampangan Baru tergolong tinggi,

yaitu 22.338 orang/km². Kebanyakan pengunjung memang berasal dari wilayah sekitar pasar, yaitu warga Bendan Duwur. Pasar ini ramai pengunjung setiap harinya. Kepadatan penduduk di wilayah Pasar Banyumanik hanya sebesar 2779 orang/km². Pasar ini sepi pengunjung. Sepinya pasar ini juga dikarenakan oleh banyaknya pedagang sayur keliling yang langsung mengantarkan barang dagangan ke rumah warga. Pasar Gunung Pati terletak di kepadatan wilayah yang termasuk kecil, hanya sebesar 975 orang/km². Namun pasar ini tetap ramai oleh pengunjung. Hal ini dikarenakan akses menuju pasar yang mudah dan harga barang dagangan yang murah. Kepadatan penduduk di Pasar Bulu sebesar 20188 orang/km². Angka ini tergolong tinggi di wilayah Semarang. Namun, kondisi di Pasar Bulu kurang ramai pengunjung. Padahal dulu sebelum revitalisasi Pasar Bulu ramai pengunjung.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan tersebut di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor lokasi yang mempengaruhi keberhasilan revitalisasi pasar tradisional terdapat beberapa variabel yang berpengaruh. Berdasarkan hasil

yang didapat, variabel yang paling signifikan terhadap faktor lokasi pasar tradisional di Kota Semarang yaitu variabel jumlah angkutan menuju pasar, jumlah akses masuk pasar, dan jumlah pedagang pasar. Adapun variabel yang kurang signifikan yaitu jarak pasar dari jalan utama, visibilitas pasar dari jalan utama, luas lahan parkir dan jumlah lantai pasar.

2. Berdasarkan hasil yang diperoleh, kepadatan wilayah mempunyai dampak yang sangat signifikan terhadap keramaian pasar tradisional di Kota Semarang. Semakin padat penduduk suatu wilayah, maka pasar yang berada di wilayah tersebut tingkat keramaiannya akan lebih tinggi dibanding pasar yang tingkat kepadatan penduduknya rendah.

Rekomendasi

Parameter Pasar	Ruang Lingkup Pasar		
	Pasar Kota	Pasar Wilayah	Pasar Lingkungan
Jarak pasar dengan jalan utama	Kurang dari 10 meter	Kurang dari 10 meter	Kurang dari 100 meter
Visibilitas dari jalan utama	Kurang dari 10 meter	Kurang dari 10 meter	Kurang dari 100 meter
Kepadatan Penduduk	Minimal 10.000 orang/km ²	Minimal 7.000 orang/km ²	Minimal 6.000 orang/km ²

Parameter Pasar	Ruang Lingkup Pasar		
	Pasar Kota	Pasar Wilayah	Pasar Lingkungan
Pedagang Pasar	1. Jumlah pedagang pasar minimal 500 pedagang 2. Menjual barang komplit, mulai dari sembako, sayur-mayur, ikan segar, daging, buah-buahan, pakaian jadi/tekstil, dan barang kelontong.	1. Jumlah pedagang pasar minimal 300 pedagang 2. Menjual barang komplit, mulai dari sembako, sayur-mayur, ikan segar, daging, buah-buahan, pakaian jadi/tekstil, dan barang kelontong.	1. Jumlah pedagang pasar minimal 300 Pedagang 2. Menjual barang komplit, mulai dari sembako, sayur-mayur, ikan segar, daging, dan buah-buahan
Jumlah Angkutan Umum Menuju Pasar	Lebih dari 6 jurusan angkutan yang menuju pasar	Lebih dari 2 jurusan angkutan yang menuju pasar	Lebih dari 2 jurusan yang menuju pasar
Jumlah Akses Masuk Pasar	Minimal 2 pintu masuk (bagian depan dan belakang pasar)	Minimal 2 pintu masuk (bagian depan dan belakang pasar)	Minimal 2 pintu masuk (bagian depan dan belakang pasar)
Lahan Parkir Pasar	Ada	Ada	Ada
Jarak dengan Ritel Modern	500 meter dari pasar modern	500 meter dari pasar modern	500 meter dari pasar modern

Daftar Pustaka

- Ghanimata, Fifyanita. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Diponegoro Semarang. (eprints.undip.ac.id diakses 20 Mei 2017)
- Capello, R. 2011. *Location, Regional Growth and Local Development Theories*. Dipartimento BEST
- Politecnico di Milano Piazza Leonardo da Vinci 3220133. Giugno. *Politik*. Th XXII, No. 2 : 181-182.
- Firenze University Press. Florence (https://scholar.google.co.id diakses 19 Mei 2017)
- Qoriah, C.G., 2014. *Model Penataan Pasar Tradisional Berdasarkan Karakteristik Kegiatan, Fasilitas, dan Utilitas, Studi Kasus Pasar Tanjung di Kabupaten Jember*, (http://repository.unej.ac.id diakses 12 Mei 2016).
- Republik Indonesia, 2013. *Peraturan Menteri Perdagangan RI No 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*, Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan, Jakarta.
- Republik Indonesia, 2015. *Standar Nasional Indonesia Pasar Rakyat*, Jakarta.
- Rochaida, E. 2016. *Dampak Pertumbuhan Penduduk*

*Terhadap Pertumbuhan Ekonomi
dan Keluarga Sejahtera di
Provinsi Kalimantan Timur.
Universitas Mulawarman.
Samarinda.
(journal.feb.unmul.ac.id diakses
5 Juni 2017)*

Suryani, Y. 2015. *Teori Lokasi Dalam
Penentuan Pembangunan Lokasi
Pasar Tradisional (Telaah Studi
Literatur)*, Politeknik Negeri
Padang. Padang. (fe.unp.ac.id
diakses 18 Mei 2017)