

**DAMPAK SEBARAN LOKASI SUPERMARKET  
TERHADAP KELANGSUNGAN PASAR TRADISIONAL  
MENURUT PERSEPSI PEDAGANG  
DI KELURAHAN PETERONGAN  
KECAMATAN SEMARANG SELATAN  
KOTA SEMARANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Perencanaan Wilayah dan Kota

Dosen Pembimbing :

Pembimbing I : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.

Pembimbing II : Bobby Rahman, S.T, M.T.



Disusun Oleh :

**Rakryan Bagaskara**

NIM. 31201700078

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGUNG  
SEMARANG  
2021**

## LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda yangan di bawah ini :

**Nama** : Rakryan Bagaskara  
**NIM** : 31201700078  
**Status** : Mahasiswa Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota,  
Fakultas teknis, Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi saya dengan judul “Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang Di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang” adalah karya ilmiah bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti terdapat plagiasi dalam Skripsi ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 27 Desember 2021

Yang Menyatakan,



Rakryan Bagaskara  
NIM. 31201700078

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

**Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.**  
NIK. 220298027

**Bobby Rahman, S.T., M.T.**  
NIK. 210217093

## HALAMAN PENGESAHAN

# DAMPAK SEBARAN LOKASI SUPERMARKET TERHADAP KELANGSUNGAN PASAR TRADISIONAL MENURUT PERSEPSI PEDAGANG DI KELURAHAN PETERONGAN KECAMATAN SEMARANG SELATAN KOTA SEMARANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Perencanaan Wilayah dan Kota



Disusun Oleh

**Rakryan Bagaskara**

NIM. 31201700078

Skripsi ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Perencanaan wilayah dan Kota pada tanggal 27 Desember 2021

### DEWAN PENGUJI

**Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.**

NIK. 220298027

Pembimbing I

**Boby Rahman, S.T., M.T.**

NIK. 210217093

Pembimbing II

**Agus Rochani, S.T., M.T.**

NIK. 230202048

Penguji

Mengetahui,



**Ir. H. Rachmat Mulyono, M.T., Ph.D.**

NIK. 210293018

Ketua Program Studi Perencanaan  
Wilayah dan Kota



**Mila Karmilah, S.T., M.T.**

NIK. 210209082

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang”. Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat menyelesaikan studi pada Jurusan Perencanaan Wilayah & Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung, memotivasi serta membimbing dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini, antara lain :

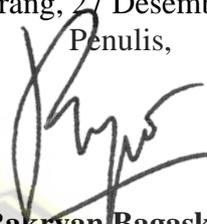
1. Ir. H. Rachmat Mudiyo, M.T., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Islam Sultan Agung Semarang;
2. Mila Karmilah, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Sultan Agung Semarang;
3. Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T. dan Bobby Rahman, S.T, M.T. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran selama bimbingan sampai sidang dilaksanakan serta perbaikan laporan ini;
4. Agus Rochani, S.T, M.T. selaku dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat untuk menyempurnakan laporan ini;
5. Seluruh dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama penulis menempuh perkuliahan;
6. Kedua Orang Tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa, semangat dan dukungan;
7. Rekan seperjuangan Planologi Angkatan 2021;

8. Seluruh staff Bagian Administrasi Penganjuran, Fakultas Teknik Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah mendukung penulis dalam urusan perijinan dan lain-lain;

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Semarang, 27 Desember 2021  
Penulis,

  
**Rakryan Bagaskara**  
NIM. 31201700078



## HALAMAN PERSEMBAHAN

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا  
وَوَطْمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan.

(QS. Al-A'raf Ayat 56)

**Kepersembahkan Tugas Akhir ini untuk :**

**Allah SWT** atas limpahan rahmat dan karunia-Nya;  
**Kedua Orang Tua** tercinta Bambang Wijanarko, S.H., M.M. dan  
Indayani Wahyuningsih, S.Pd.



## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Program Studi : S1 Perencanaan Wilayah dan Kota  
Fakultas : Teknik  
Alamat Asal : Jl. Pamularsih Barat III/06, RT 02/IX, Kota Semarang  
No. HP / Email : 081 225 506 605 / rakryanbagaskara@gmail.com

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul :

### **“Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang”**

Dan menyetujuinya menjadi hal milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terdapat pelanggaran Hak Cipta / Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 27 Desember 2021

Yang menyatakan,



**Rakryan Bagaskara**  
NIM. 31201700078

## ABSTRAK

Kehadiran pasar modern seperti Supermarket, Hypermarket, Minimarket pada sekitar awal 1980-an awalnya tidak mengancam keberadaan pasar tradisional. Kehadiran para pasar modern yang menyasar konsumen menengah ke atas, saat itu lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik dengan kondisi pasar yang kumuh, dengan tampilan dan kualitas yang buruk, serta harga jual rendah serta sistem tawar menawar konvensional. Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis dan menjelaskan dampak dari sebaran pasar modern terhadap pasar tradisional di wilayah Kelurahan Peterongan.

Penelitian ini bermaksud menguji pengaruh dampak sebaran supermarket terhadap kelangsungan pasar tradisional. Dalam memenuhi kebutuhan data untuk studi wilayah, perlu dilakukan pengumpulan data terhadap objek yang akan diteliti sehingga mengetahui keadaan dan permasalahan di kawasan diteliti.

Dengan adanya sebaran supermarket di sekitar Pasar Peterongan ini berdampak kepada pedagang Pasar Peterongan dalam hal jual beli yang menjadi menurunkan jumlah pembeli dan penghasilan pedagang. Tetapi konsumen di Pasar Peterongan ini juga masih cukup banyak, karena konsumen masih dapat tawar menawar harga dagangan yang menjadikan konsumen tetap berbelanja di Pasar Peterongan. Kelangsungan pasar tradisional sendiri memang masih berlangsung dengan baik dan selalu mendapatkan pembeli setiap harinya. Memang dengan seiring bertambahnya supermarket di wilayah Pasar Peterongan akan menurunkan jumlah pembeli pasar tradisional. Tetapi Pasar Peterongan sendiri tidaklah mengalami penurunan jumlah pembeli yang terlalu signifikan.

**Kata Kunci :** Perencanaan Wilayah, Pasar Tradisional, Pasar Modern

## **ABSTRACT**

*The presence of modern markets such as Supermarkets, Hypermarkets, Minimarkets in the early 1980s did not initially threaten the existence of traditional markets. The presence of modern markets targeting middle to upper consumers, at that time was more of an alternative to traditional markets which were identical with slum market conditions, with poor appearance and quality, as well as low selling prices and conventional bargaining systems. The purpose of this study is to analyze and explain the impact of the distribution of modern markets on traditional markets in the Peterongan Village area.*

*This study intends to examine the effect of the distribution of supermarkets on the viability of traditional markets. In meeting the data needs for regional studies, it is necessary to collect data on the objects to be studied so that they know the conditions and problems in the area under study.*

*With the distribution of supermarkets around the Peterongan Market, this has an impact on Peterongan Market traders in terms of buying and selling which reduces the number of buyers and the income of traders. However, there are still quite a number of consumers in the Peterongan Market, because consumers can still bargain for the price of merchandise which makes consumers continue to shop at the Peterongan Market. The sustainability of the traditional market itself is still going well and always gets buyers every day. Indeed, with the increasing number of supermarkets in the Peterongan Market area, the number of traditional market buyers will decrease. But the Peterongan Market itself did not experience a significant decrease in the number of buyers.*

**Keywords :** *Regional Planning, Traditional Markets, Modern Markets*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan dan Sasaran .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Ruang Lingkup .....	5
1.6. Kerangka Pikir .....	6
1.7. Metodologi Penelitian .....	8
1.8. Sistematika Penulisan .....	16
BAB II KAJIAN LITERATUR .....	17
2.1. Teori Pusat Pelayanan .....	17
2.2. Pengertian Wilayah .....	19
2.3. Fasilitas Pendukung Pelayanan Wilayah .....	21
BAB III GAMBARAN UMUM .....	30
3.1. Kecamatan Semarang Selatan .....	30
3.2. Kelurahan Peterongan .....	34
3.3. Pasar Peterongan .....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	44
4.1. Identitas Responden .....	44
4.2. Hasil Penelitian .....	46
4.3. Pembahasan .....	65
BAB V PENUTUP .....	76
5.1. Kesimpulan .....	76
5.2. Saran .....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	79

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Matriks Penelitian .....	6
Tabel 1.2. Variabel dan Indikator .....	13
Tabel 1.3. Kebutuhan Data .....	14
Tabel 2.1. Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern .....	28
Tabel 3.1. Penggunaan Lahan Kecamatan Semarang Selatan .....	32
Tabel 3.2. Penggunaan Lahan Kecamatan Semarang Selatan .....	32
Tabel 3.3. Jumlah Penduduk Kecamatan Semarang Selatan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
Tabel 3.4. Kepadatan Penduduk, Rata-Rata Jiwa Tiap Rumah Tangga & Sex Ratio Di Kecamatan Semarang Selatan Tahun 2019 .....	33
Tabel 3.5. Jumlah Penduduk Kelurahan Peterongan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan .....	45
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Lama Berdagang .....	46
Tabel 4.5. Persepsi Sebaran Supermarket Menjadi Saingan Pasar Tradisional .....	47
Tabel 4.6. Persepsi Sebaran Supermarket Memberikan Dampak kepada Pedagang .....	50
Tabel 4.7. Persepsi Sebaran Supermarket Memberikan Dampak kepada Jumlah Pembeli .....	52
Tabel 4.8. Persepsi Sebaran Supermarket Memberikan Dampak kepada Penghasilan Pedagang Pasar Tradisional .....	54
Tabel 4.9. Persepsi Beralihnya Konsumen Pasar Tradisional .....	57
Tabel 4.10. Persepsi Sebaran Supermarket yang luas akan memberikan Dampak Positif kepada kelangsungan Pasar Tradisional .....	60
Tabel 4.11. Persepsi Sebaran Supermarket yang luas akan memberikan Dampak Negatif kepada kelangsungan Pasar Tradisional .....	61
Tabel 4.12. Persepsi Kelangsungan Pasar Tradisional .....	62

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1. Pola Sebaran Pedagang Pasar .....	3
Gambar 1.2. Kerangka Pikir .....	7
Gambar 2.1. Bentuk Jaringan Hirarki Seperti Sarang Lebah .....	18
Gambar 3.1. Kantor Kecamatan Semarang Selatan .....	30
Gambar 3.2. Peta Administrasi Kecamatan Selatan .....	31
Gambar 3.3. Kantor Kelurahan Peterongan .....	34
Gambar 3.4. Peta Administrasi Kelurahan Peterongan .....	35
Gambar 3.5. Peta Blok Bangunan Kelurahan Peterongan .....	35
Gambar 3.6. Tata Guna Lahan Kelurahan Peterongan .....	36
Gambar 3.7. Foto Pasar Peterongan Dari Atas .....	38
Gambar 3.8. Peta Sebaran Supermarket dan Lokasi Pasar Peterongan ...	38
Gambar 3.9. Peta Jangkauan Pelayanan Pasar Modern dan Pasar Tradisional .....	39
Gambar 3.10. Lokasi Jangkauan Pasar Tradisional dengan Pasar Modern	39
Gambar 3.11. Sebaran Supermarket di Wilayah Pasar Peterongan .....	43

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pasar tradisional merupakan tempat terjadinya jual beli antara pedagang dengan pembeli yang terjadi secara langsung dan dengan kondisi yang memungkinkan adanya tawar menawar harga dengan penjual langsung. Kondisi pasar tradisional umumnya memiliki tempat yang terbagi menjadi beberap gerai dan kios dengan barang dagangan lebih banyak untuk kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan pokok atau sembako. Banyak pedagang pasar tradisional yang memperjualkan barang dagangan mereka karena dapat lebih banyak konsumen yang bertangan untuk berbelanja setiap harinya. Pasar tradisional lebih banyak dijumpai pada wilayah penduduk yang lebih dekat dikunjungi oleh pembeli.

Semakin berkembangnya jumlah penduduk akan menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan bahan makanan pokok yang saat ini banyak diperjual belikan di pasar tradisional. Tetapi seiring dengan berkembangnya penduduk yang mengharuskan adanya peningkatan jumlah konsumen, maka lahirnya bentuk-bentuk baru dari pasar. Bentuk-bentuk tersebut seperti pasar modern, supermarket hingga minimarket yang terus bermunculan hingga dapat memberikan kemudahan konsumen dalam membeli kebutuhan sandang pangan untuk sehari-hari.

Konsep pasar modern terjadi berbeda dengan pasar tradisional yang terjadi antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi secara tidak langsung. Kondisi tersebut terjadi karena konsumen melakukan pembelian dengan memilih produk secara mandiri atau dapat dilayani oleh pramuniaga yang ada. Sudah banyak pasar modern yang semakin berkembang di Indonesia seperti Swalayan, Supermarket, Hypermarket, dan Minimarket. Pasar modern tersebut selalu menjual produk-produk yang tahan lama serta memiliki kualitas produk yang terjamin.

Hadirnya pasar modern seperti Supermarket, Minimarket atau Hypermarket tidak dapat mengancam keberadaan psar tradisional. Tetapi

semakin berkembangnya pasar modern tersebut banyak sekali perubahan yang terjadi pada konsep perdagangan, kondisi yang terjadi seperti konsep pasar modern yang lebih menyasar konsumen menengah ke atas, berbeda dengan konsep pasar tradisional yang lebih menyasar konsumen menengah ke bawah. Tetapi kondisi lain muncul dengan semakin banyak pasar tradisional yang lebih identik dengan kondisi pasar yang semakin kumuh dan tidak terawat, bahkan banyak sekali sampah yang berserakan tidak terurus oleh pengurus pasar maupun pedagang. Berbeda dengan kondisi pasar modern yang lebih bersih dan produk yang higienis, membuat konsumen dapat memilih lokasi berbelanja dengan sendirinya.

Perkembangan pasar modern begitu cepat, pada tahun 2003, hypermarket dan supermarket menguasai pasar sebesar 21,1% dan diikuti pertumbuhan pangsa pasar minimarket tumbuh dari 3,4% di tahun 2000 menjadi 5,1% di tahun 2003. Namun, disisi lain pasar tradisional mengalami penurunan pangsa pasar dari 79,8% menjadi 73,8% (Ma'ruf, 2006: 28-29). Berdasarkan penelitian AC Nielsen tahun 2010, sampai dengan tahun 2010 di Indonesia terdapat gerai modern sebanyak 13.240 terdiri dari: 358 *convinent store*, 11.569 minimarket, 1.146 supermarket, 141 hypermarket dan 26 *warehouse clubs*. Jumlah ini naik sebanyak 5,1% dari jumlah 2008 sebanyak 12.598 gerai, sedangkan gerai tradisional berjumlah 2.520.757 buah (naik 2,08% dari jumlah tahun 2008 sebanyak 2.469.465 gerai). Disini terlihat bahwa persentase kenaikan jumlah gerai modern lebih tinggi dari pada gerai tradisional. Dengan kenaikan yang tidak seimbang ini menandakan gerai modern semakin lama semakin mendasak gerai tradisional yang didalamnya termasuk pasar tradisional. Tidak hanya berlokasi di kota besar saja, melainkan sudah merambah hingga pelosok kecamatan dan desa pada kabupaten-kabupaten tertentu sangat mudah menjumpai minimarket, supermarket, hypermarket. Seperti di wilayah Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan.

Pasar Peterongan merupakan salah satu pasar tradisional di Kota Semarang, yang berlokasi di Jl. MT. Haryono No. 936 serta telah diresmikan oleh Walikota Semarang Hendrar Prihadi pada 26 Januari 2017. Pasar

Peterongan sendiri telah mengalami beberapa tahap renovasi atau revitalisasi untuk menciptakan pasar tradisional yang lebih higienis, strategis serta menarik konsumen lebih banyak lagi. Hal tersebut juga telah sesuai dengan Permendagri Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pengembangan Pasar Tradisional, yang telah menjelaskan tujuan pengembangan pasar tradisional dengan meliputi a) Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat; b) Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat; c) Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah ; dan d) ISSN : 1412-5331 Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.

Pola sebaran para pedagang di Pasar Peterongan terlihat cukup teratur, dimana hal ini dapat dilihat dari lokasi pada pedagang tertentu yang memiliki dagangan cenderung sama akan berada atau mengelompok pada tempat yang sama, misalkan pedagang sayur mayur di pasar Peterongan yang dominan berlokasi di luar bangunan utama dari pasar tersebut, lalu seperti pedagang daging yang mana juga ada yang terdapat di luar bangunan utama dari pasar tersebut, namun lebih dominan berada pada dalam bangunan pasar Peterongan, sedangkan untuk toko kelontong terletak berjejer di sekitar bangunan utama dari pasar Peterongan, yang mana biasanya memanjang atau mengelompok di sekitar lokasi pasar Peterongan.

Tingkat pertumbuhan pasar modern di wilayah Kelurahan Peterongan cukup signifikan, bahwa walaupun di wilayah Kelurahan Peterongan sendiri terhadap pasar tradisional yang selama ini menjadi tempat berbelanja warga di wilayah Kelurahan Peterongan. Dengan banyaknya minimarket atau supermarket yang terdapat di wilayah Kelurahan Peterongan menjadikan masyarakat banyak yang meningkatkan pasar tradisional. Karena banyak warga yang lebih memilih berbelanja di pasar modern karena lingkungan yang bersih, nyaman dan aman untuk berbelanja, daripada pasar tradisional yang terkenal dengan lingkungan yang kotor dan tidak higienis. Maraknya pertumbuhan pusat perbelanjaan modern berupa Swalayan, Supermarket, Hypermarket, dan Minimarket di wilayah Kelurahan Pasar Peterongan akan berdampak pada kelangsungan pasar tradisional di Kelurahan Peterongan,

maka dalam penelitian ini mengambil judul **“Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Wilayah Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan terdapat 1 (satu) pasar tradisional yaitu Pasar Peterongan dan terdapat 13 pasar modern, yang mana terdiri dari 4 Alfamart, 7 Indomaret, serta masing-masing 1 Giant, dan Superindo. Dari sebaran pasar modern di wilayah Kelurahan Peterongan menjadikan banyak warga yang berbelanja di pasar modern dari pada pasar tradisional. Banyak sekali alasan masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern, seperti tempat yang lebih bersih, produk dagangan yang lebih bersih dan higienis serta lain sebagainya. Hal tersebut menjadikan konsumen Pasar Peterongan mengalami penurunan karena adanya persebaran pasar modern tersebut.

Melihat banyaknya pasar modern di wilayah Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan akan berdampak pada kelangsungan pasar tradisional di wilayah Kelurahan Peterongan, maka dapat diambil sebuah pertanyaan yaitu **“Bagaimana dampak keberadaan lokasi supermarket terhadap pasar tradisional menurut persepsi pedagang di wilayah Kelurahan Peterongan”**.

## **1.3. Tujuan dan Sasaran**

### **1.3.1. Tujuan**

Menganalisis dampak sebaran lokasi supermarket terhadap pasar tradisional di wilayah Kelurahan Peterongan. Analisis dampak dilakukan untuk mengetahui hasil dari sebaran pasar modern terhadap pasar tradisional dan analisis terkait konsumen yang lebih memilih berbelanja di pasar modern atau pasar tradisional melalui observasi secara langsung.

### **1.3.2. Sasaran**

1. Menganalisis sebaran pasar modern dan pasar tradisional.
2. Menganalisis skala pelayanan pasar tradisional dan supermarket.
3. Menganalisis dampak keberadaan supermarket terhadap pasar tradisional.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini akan memberikan manfaat antara lain adalah sebagai berikut :

- 1) Manfaat Bagi Penulis
  - a) Sebagai sarana dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan literatur untuk menambah wacana baru khususnya tentang dampak sebaran lokasi supermarket terhadap pasar tradisional di wilayah Kelurahan Peterongan
  - b) Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan peneliti serta lebih mengerti dan memahami dampak sebaran lokasi supermarket terhadap pasar tradisional di wilayah Kelurahan Peterongan

### **1.5. Ruang Lingkup**

#### **1.5.1. Substansi Pemikiran**

Adapun substansi pemikiran dari laporan ini adalah membahas mengenai dampak pengaruh lokasi supermarket terhadap jangkauan pelayanan pasar tradisional. Sehingga materi-materi yang akan dibahas mengenai pengaruh lokasi supermarket terhadap jangkauan pelayanan pasar tradisional, faktor-faktor yang menjadi penyebab lokasi supermarket terhadap jangkauan pelayanan pasar tradisional, serta dampak yang ditimbulkan akibat adanya persaingan antara pasar modern dan pasar tradisional.

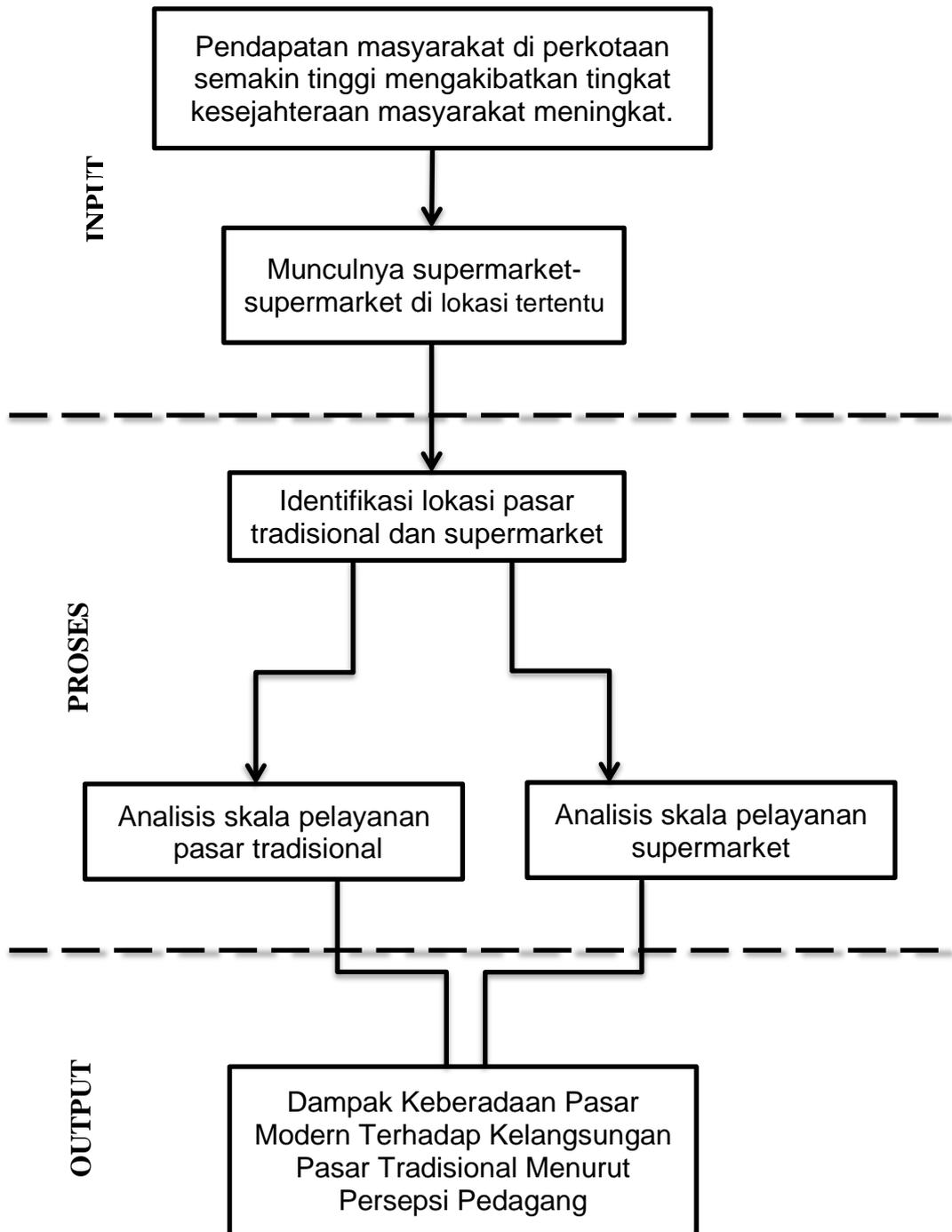
## 1.5.2. Matriks Penelitian

**Tabel I.I**  
**Matriks Penelitian**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun Penelitian	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1.	Ani Nur Fadhilah	Dampak Minimarket Terhadap Pasar Tradisional	Kecamatan Ngaliyan, Tahun 2011	Mengetahui dampak kehadiran minimarket terhadap pasar tradisional, dan mengetahui Strategi yang dilakukan pedagang pasar tradisional untuk menghadapi persaingan dengan minimarket.	Analisis Deskriptif Kualitatif, dan Kuantitatif.	Keberadaan pasar modern (Hypermarket, Supermarket, dan Minimarket) di sekitar pasar Ngaliyan memberikan dampak negatif.
2.	Pratamaning tyas Anggraini	Pengaruh Sebaran Lokasi Minimarket Terhadap Jangkauan Pelayanan Pasar Tradisional di Kec. Banyumanik	Kecamatan Banyumanik, Tahun 2013	Mengetahui permasalahan yang dapat ditimbulkan dengan adanya persaingan ritel modern dan tradisional	Analisis Deskriptif, dan Kuantitatif	Jangkauan pelayanan minimarket dan pasar tradisional mengalami persinggungan antar titik-titik fasilitas
3.	Sadino, dan Joesron Alie Syahhana	Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan	Kecamatan Gomdokusuman, tahun 2014	Mengetahui bagaimana persaingan yang terjadi antara pasar tradisional versus pasar modern di daerah perkotaan	Analisis Deskriptif, dan Kuantitatif	Pasar modern lebih unggul dibandingkan pasar tradisional dalam tiga aspek yakni aspek karakteristik kondisi fisik, jangkauan pelayanan dan persepsi konsumen

## 1.6. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sebuah diagram yang menjelaskan tahap demi tahap proses pemikiran dalam penyusunan laporan proyek akhir. Kerangka pikir dibagi menjadi 3 bagian yaitu: input, proses, dan output. Manfaat dari kerangka pikir yaitu mempermudah penyusunan laporan sehingga hasilnya lebih terstruktur. Berikut Kerangka Pikir tersebut :



Sumber: Analisis, 2018

**Gambar 1.2**  
**Kerangka Pikir**

## **1.7. Metodologi Penelitian**

### **1.7.1. Metode Penelitian**

Penelitian ini bermaksud menguji pengaruh dampak sebaran supermarket terhadap kelangsungan pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *ex post facto*. Jadi dalam penelitian ini tidak menggunakan perlakuan terhadap variabel penelitian melainkan mengkaji fakta-fakta yang telah terjadi dan pernah dilakukan oleh subjek penelitian. Artinya penelitian *ex post facto* merupakan pencarian empirik yang sistematis di mana peneliti tidak dapat mengontrol langsung variabel bebas karena peristiwanya telah terjadi atau karena menurut sifatnya tidak dapat dimanipulasi.

### **1.7.2. Tahapan Penelitian**

Sebuah penelitian yang akan dilakukan membutuhkan beberapa tahapan penelitian. Tahapan penelitian perlu dilakukan untuk mempersiapkan segala kebutuhan awal dalam penyusunan penelitian yang mana untuk mendukung kegiatan penelitian, maka diperlukan tahapan persiapan dengan tujuan agar bisa mendapatkan data-data yang akurat, dan lengkap di wilayah studi. Tahap persiapan dalam penelitian ini adalah membahas dampak dari pembangunan supermarket dan minimarket atau biasa yang disebut dengan pasar modern terhadap kelangsungan pasar tradisional yang mana sudah lama berdiri dari pasar-pasar modern sekarang. Adapun tahapan persiapan dalam metodologi penelitian antara lain :

#### **A. Tahap Persiapan**

##### **1. Memilih dan Merumuskan Masalah, Tujuan dan Sasaran**

Memilih dan merumuskan permasalahan merupakan salah satu langkah awal untuk melakukan penelitian “Dampak Dari Pembangunan Supermarket Dan Minimarket (Pasar Modern) Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional”.

##### **2. Studi Pendahuluan**

Penentuan wilayah studi merupakan salah satu studi pendahuluan penting, pada penelitian ini penentuan wilayah studi terdapat pada Pasar Peterongan yang mana terletak dalam administrasi Kelurahan Peterongan,

Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang, karena wilayah tersebut terdapat sebuah pasar tradisional yang cukup besar dan sudah lama berdiri yangmana terdapat beberapa supermarket dan minimarket di sekitar pasar tradisional tersebut. Sehingga hal ini menimbulkan persaingan dalam dunia perdagangan dimana pasar tradisional disini memiliki pesaing-pesaing baru berupa supermarket dan juga minimarket yangmana memberikan produk-produk perdagangan yang tak kalah berbeda dari pasar tradsional tersebut, dan bahkan bisa terjadi juga persaingan antara supermarket dengan minimarket itu sendiri yangmana juga memiliki kelengkapan serta keberagaman produk dalam perdagangan yang bias terbilang cukup sama atau bahkan hampir sama.

3. Merumuskan Kerangka Dasar

Dalam penelitian ini memiliki kerangka dasar berupa tujua, inti masalah serta kerangka pikir yang menjadi landasan penulisan penelitian.

4. Mengkaji Literatur dan Pengumpulan Penelitian Pustaka

Kajian terhadap literatur yang berkaitan dengan dampak pembangunan yang semakin modern yang mangacu pada lokasi maupun kondisi fisik dan ekonomi, serta perilaku atau karakter pasar maupun konsumen tersebut. Penelitian pustaka diharapkan dapat mempermudah penyusunan metodologi serta pemahaman mengenai masalah yang diambil.

5. Memilih Pendekatan, dan Variabel

Pada tahap metodologi penelitian dilakukan dengan memilih pendekatan dan variabel. Dalam penelitian yang berjudul “Dampak Pertumbuhan Supermarket atau Minimarket Terhadap Pasar Tradisional (Studi Kasus : Pasar Peterongan, Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang)”, pendekatan yang digunakan yaitu metode deduktif yang dijelaskan dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan menggunakan pendekatan rasionalistik. Parameter dan variabel yang digunakan, yaitu dampak terhadap kondisi ekonomi serta sosial para pedagang pada pasar tersebut, tanggapan dari pemerintah terkait pasar tersebut, dan juga pola pandang atau cara pandang masyarakat terhadap pertumbuhan dari pembangunan supermarket atau minimarket (pasar

modern) yang terus bertambah banyak jumlahnya, serta hampir seluruhnya tersebar pada tiap-tiap kelurahan yang ada di Kota Semarang.

#### 6. Inventarisasi Data

Data-data yang dibutuhkan terkait lokasi studi yang berupa kajian data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan secara langsung melalui kuesioner dan pengamatan langsung. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui literatur atau dinas/badan/instansi yang bersangkutan dengan wilayah studi tersebut atau lokasi pembahasan tersebut yangmana berupa data-data yang akan diolah sedemikian rupa, dan juga informasi serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### 7. Penyusunan Teknis Pelaksanaan Survey

Tahap persiapan yang terakhir adalah penyusunan teknis pelaksanaan survey yang meliputi pengumpulan data, teknik pengolahan dan penyajian data, teknik sampling, penentuan jumlah dan sasaran responden, penyusunan rancangan pelaksanaan, observasi dan format daftar pertanyaan seputar lokasi studi yang menunjang dari tema penelitian tersebut.

### B. Tahap Pengumpulan Data

Dalam memenuhi kebutuhan data untuk studi wilayah, perlu dilakukan pengumpulan data terhadap objek yang akan diteliti sehingga mengetahui keadaan dan permasalahan di kawasan diteliti. Data yang diperoleh terdiri dari data primer dan data sekunder yang dilakukan seperti berikut :

#### 1. Data Primer

##### a) Observasi

Observasi adalah suatu proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara sistematis terhadap obyek penelitian yang diteliti dengan cara langsung dan terencana bukan karena kebetulan. Data observasi berupa deskripsi yang faktual, cermat dan terinci mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap keberlangsungan pasar tradisional di wilayah Kelurahan Peterongan.

Observasi adalah salah satu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek penelitian. Orang yang melakukan observasi disebut dengan istilah observer, sedangkan objek yang diamati disebut observees. Observasi dapat dilakukan terhadap fenomena social atau gejala-gejala peristiwa alam dalam kegiatan penelitian lapangan (Ali, 2007).

Penelitian ini menggunakan tehnik observasi. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran langsung mengenai dampak sebaran lokasi supermarket terhadap kelangsungan pasar tradisional di Kelurahan Peterongan baik sesudah atau sebelum adanya supermarket yang ada di Kelurahan Peterongan.

b) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewed) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Maksud mengadakan wawancara, seperti yang ditegaskan oleh Lincoln dan Guba (1985), antara lain: mengontruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain. Dalam wawancara yang dilakukan peneliti menggunakan wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan secara terencana dan berpedoman pada susunan pertanyaan yangmana sudah disiapkan sebelumnya. Dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih untuk mendapatkan informasi adalah pedagang dari Pasar Tradisional Peterongan.

c) Kuesioner

Metode pengumpulan data primer yang dipakai adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Dengan menyebar kuesioner secara langsung pertanyaan dalam kuesioner bersifat tertutup yang digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi-dimensi dari konstruk-konstruk yang sedang dikembangkan dalam

penelitian ini. Untuk mengukur persepsi tersebut maka digunakan skala 1 – 3 sebagai berikut :

- Tidak (skor : 1)
- Cukup (skor : 2)
- Ya (skor : 3)

Untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian maka peneliti membuat variable dan indikator untuk menuntun peneliti dalam melakukan pengumpulan data. Variabel dan Indikator penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1.**  
**Variabel dan Indikator**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>
Dampak adanya Supermatket	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Anggapan Pedagang</li><li>2. Beralihnya konsumen</li><li>3. Promosi potongan harga</li><li>4. Promosi pemberian bonus</li><li>5. Dampak positif dan negatif</li></ol>
Kelangsungan Pasar Tradisional	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menurunnya jumlah pembeli</li><li>2. Proses kegiatan jual beli</li><li>3. Hasil pendapatan per hari</li></ol>

Sumber: Ali, 2007

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti dilapangan. Adapun data sekunder yang didapatkan untuk mendukung penelitian ini dapat diperoleh dari Internet, Buku-buku Kajian Literatur, BPS, Dinas Pasar Kota Semarang, dan Kantor Kelurahan Peterongan. Adapun tabel kebutuhan data primer, dan data sekunder dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.3**  
**Kebutuhan Data**

No	Sasaran	Nama Data	Bentuk Data	Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Pengaruh Lokasi dari Pasar Modern	Kegiatan Berdagang	Deskripsi dan foto	Primer	Observasi lapangan	Pedagang, Masyarakat
		Pendapatan Pedagang	Angka, Deskripsi dan foto	Sekunder	Dokumen	Pedagang, Dinas Pasar
		Pola Sebaran Pedagang Pasar	Deskripsi dan foto	Primer	Observasi lapangan	Pedagang, Masyarakat
2.	Konsep Pembangunan Pasar Modern	Sarana Pedagang	Deskripsi dan foto	Primer	Observasi lapangan	Pedagang, Masyarakat
		Prasarana Pedagang	Deskripsi dan foto	Primer	Observasi lapangan	Pedagang, Masyarakat
		Fasilitas Pendukung lainnya	Deskripsi dan foto	Primer	Observasi lapangan	Pedagang, Masyarakat
3.	Karakteristik Masyarakat	Kelompok Umur	Deskripsi, dan angka	Sekunder	Dokumen	Kelurahan, BPS
		Mata Pencaharian	Deskripsi, dan angka	Sekunder	Dokumen	Kelurahan, BPS
		Tingkat Pendidikan	Deskripsi, dan angka	Sekunder	Dokumen	Kelurahan, BPS

### 1.7.3. Analisis Data

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *ex post facto* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. *Ex post facto* yang berarti setelah kejadian. Menurut Gay (Umar, 2005), *ex post facto* merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan cara menentukan akibat lalu menemukan sebab dalam penelitian ini yaitu penyebaran supermarket. Penelitian *ex post facto* juga dapat didefinisikan dengan “penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi yang kemudian merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut” (Maturidi, 2014).

## B. Populasi

Menurut Abdullah (2014), populasi adalah semua nilai hasil perhitungan dan pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Dengan kata lain, populasi merupakan keseluruhan dari unit atau subjek penelitian yang hendak diteliti. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi penelitian yaitu para pedagang dan pembeli di Pasar Peterongan yang menjual barang yang sejenis dengan barang yang dijual di Supermarket di wilayah Kelurahan Peterongan. Barang-barang yang dijual tersebut seperti makanan dan minuman kemasan, perlengkapan kamar mandi, perlengkapan dapur, dan perlengkapan anak-anak seperti popok bayi. Sebanyak 325 pedagang dan pembeli yang ada di Pasar tradisional Peterongan.

## C. Teknik Pengumpulan Data

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu. Sebagai bagian dari populasi, sampel dapat memberikan gambaran yang benar tentang populasi.

Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Rumus Slovin : } \quad n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{325}{1 + 325(0.1)^2} \\ n &= \frac{325}{1 + 3,25} \\ &= 76,47 \end{aligned}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Standar Error

Berdasarkan rumus Slovin, dengan jumlah populasi sebanyak 325 orang, error margin sebesar 0.1 maka didapatkan sampel sejumlah 77 orang.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang penting dalam melakukan penelitian. Karena pengumpulan data tersebut akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Menurut Abdullah (2014), kuesioner (angket) merupakan “daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain agar bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan penggunaan”. Penyebaran kuesioner (angket) ini bertujuan untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban. Dalam penelitian ini, bentuk kuesioner (angket) yang digunakan adalah angket tertutup (angket berstruktur) yaitu angket yang disajikan oleh peneliti dalam bentuk pilihan jawaban, sehingga responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya.

#### E. Teknik Analisis Data

Untuk melihat adanya dampak yang dialami oleh para pedagang tradisional sebelum dan sesudah adanya supermarket, maka digunakanlah teknik analisis uji t. Uji t yang digunakan adalah teknik uji beda dua sampel berpasangan (*paired sample t-test*). Uji ini bertujuan untuk menguji signifikan atau tidaknya perbedaan nilai rata-rata dari sampel berpasangan. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{|\bar{X}_1 - \bar{X}_2|}{\sqrt{\frac{\sum D^2 - \frac{(\sum D)^2}{N}}{N(N-1)}}$$

Keterangan:

$\bar{X}_1$  = Mean pendapatan/ keuntungan/ jumlah pembeli sebelum adanya supermarket

$\bar{X}_2$  = Mean pendapatan/ keuntungan/ jumlah pembeli setelah adanya supermarket

$D$  = Beda antara Skor 1 dengan Skor 2

$D^2$  = Beda di pangkat 2

$\sum D$  = Jumlah semua beda

$\sum D^2$  = Jumlah semua beda yang telah dipangkatkan

$N$  = Jumlah sampel

Kriteria pengujian hipotesis dilihat dari hasil analisis uji t di atas. Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  berarti  $H_a$  ditolak atau  $H_0$  diterima. Sebaliknya, jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  berarti  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima..

## 1.8. Sistematika Penelitian

Berikut merupakan sistem matikan yang akan menjadi acuan dalam penulisan penelitian ini, yaitu :

### BAB I PENDAHULUAN

- 1.1. Latar Belakang
- 1.2. Rumusan Masalah
- 1.3. Tujuan dan Sasaran
- 1.4. Manfaat Penelitian
- 1.5. Ruang Lingkup
- 1.6. Kerangka Pikir
- 1.7. Metodologi Penelitian

### BAB II KAJIAN LITERATUR

- 2.1. Teori Pusat Pelayanan
- 2.2. Pengertian Wilayah
- 2.3. Fasilitas Pendukung Pelayanan Wilayah

### BAB III GAMBARAN UMUM

- 3.1. Kecamatan Semarang Selatan
- 3.2. Kelurahan Peterongan
- 3.3. Pasar Peterongan

## BAB II

### KAJIAN LITERATUR

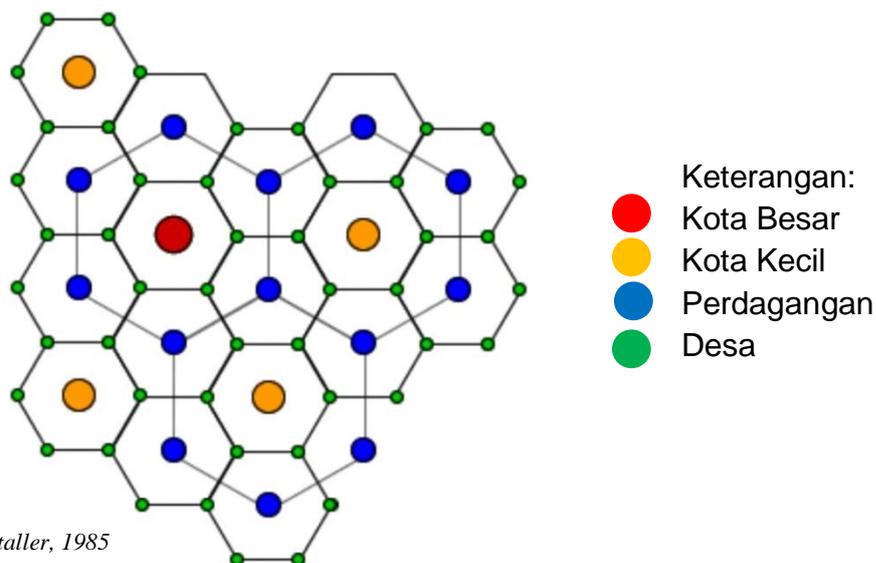
#### 2.1. Teori Pusat Pelayanan

Teori tempat pusat pada dasarnya merupakan salah satu konsep Christaller tentang *Central Place Theory*, yang mengemukakan bahwa pusat pelayanan merupakan tempat pusat yang melayani penduduk di wilayahnya sendiri dan juga di wilayah belakang (Rondinelli, 1985:5). Ada tiga unsur penting untuk mendukung kegiatan – kegiatan di pusat pelayanan (Daldjoeni; 1992:101), yaitu hirarki, penduduk ambang, dan lingkup pasar. Hirarki adalah tingkat pelayanan yang dimulai dari pelayanan tingkat rendah yang terdapat di kota – kota kecil sampai dengan pelayanan tingkat tinggi yang terdapat di kota besar. Dengan demikian kota besar memiliki hampir semua macam kegiatan pelayanan, sedangkan kota kecil jenis dan jumlah pelayanannya terbatas. Penduduk ambang yaitu jumlah penduduk minimum yang dapat mendukung kegiatan pelayanan. Besar penduduk ambang untuk fasilitas satu akan berbeda dengan fasilitas yang lain. Lingkup pasar ialah jarak pasar maksimum yang dapat ditempuh oleh penduduk menuju suatu pusat pelayanan. Apabila penduduk berada di luar jangkauan pelayanan tersebut, maka penduduk harus mencari pusat pelayanan yang lain. Lingkup pasar juga dapat dikatakan sebagai batas pengaruh suatu pusat pelayanan terhadap wilayah sekitarnya.

Walter Christaller seorang ahli geografi berkebangsaan Jerman pada tahun 1933. Menurut Christaller terdapat konsep yang disebut jangkauan (*range*), dan ambang (*threshold*). *Range* adalah jarak yang perlu ditempuh manusia untuk mendapatkan barang kebutuhannya pada suatu waktu tertentu saja. *Threshold* adalah jumlah minimal penduduk yang diperlukan untuk kelancaran dan keseimbangan suplai barang. Teori ini diasumsikan pada suatu wilayah datar yang luas dihuni oleh sejumlah penduduk dengan kondisi yang merata. Penduduk dalam memenuhi kebutuhannya memerlukan berbagai jenis barang dan jasa, seperti makanan, minuman, perlengkapan rumah tangga, pelayanan pendidikan, dan pelayanan kesehatan.

Pada walnya Christaller berpendapat bahwa prinsip sentralitas yang ada pada struktur atom akan berlaku pula pada struktur ekonomi manusia. Oleh sebab itu fungsi utama kota adalah sebagai pusat bagi suatu wilayah. Wilayah yang terlayani oleh tempat pusat disebut wilayah komplementer atau wilayah belakang (*hinterland*), atau wilayah pelayanan. Ukuran wiayah komplementer secara umum relatif konstan, karena radiusnya merupakan fungsi jarak ekonomi. Jarak ekonomi adalah perjalanan maksimum dimana penduduk mau menempuhnya untuk membeli pelayanan barang dan jasa yang ada di tempat pusat. Daya tarik tempat pusat terhadap penduduk di wilayah belakang bergantung pada jarak dan kualitas pelayanan barang dan jasa yang ada di ttempat pusat.

Christaller (1933) kemudian menyebut bahwa *central place* bukan kota karena lebih bersifat netral kegiatan – kegiatan yang memiliki sifat pusat (pelayanan dan distribusi) akan mendapat keuntungan jika mengumpul di suatu tempat tertentu. Hal ini disebabkan karena jika kegiatan dipusatkan di tempat tertentu memungkinkan adanya partisipasi masyarakat secara maksimal, baik yang terlibat dalam aktifitas pelayanan, maupun konsumen yang dilayani. Kemudian Christaller menggambarkan keadaan ini dengan mengasumsikan sebagai titik simpul – simpul dari suatu bentuk geometrik berbentuk heksagonal. Dia berpendapat bahwa suatu tempat pusat memiliki hubungan dengan daerah di sekitarnya, dan membentuk hirarki jaringan seperti sarang lebah, seperti yang terlihat pada gambar berikut ini :



Sumber: Christaller, 1985

**Gambar 2.1**  
**Bentuk Jaringan Hirarki Seperti Sarang Lebah**

Dasar terbentuknya pusat wilayah ini adalah keinginan masyarakat untuk meminimalkan biaya – biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu juga karena permukiman – permukiman penduduk yang cenderung menyebar menyebabkan perlunya suatu pusat pelayanan sebagai pusat kegiatan masyarakat.

Seringkali kita jumpai bahwa pusat – pusat pelayanan yang ada di suatu wilayah tidak tersusun secara hirarki karena tidak meratanya fasilitas – fasilitas di wilayah tersebut. Hal ini diperparah dengan sulitnya akses untuk menjangkau pusat pelayanan tersebut. Semua ini berakibat pada semakin terbelakangnya wilayah belakang (*hinterland*). Mengatasi hal tersebut memiliki keseimbangan antara pola kebutuhan dan jasa pelayanan. Dengan demikian diharapkan bahwa dengan peningkatan kebutuhan maka akan diikuti dengan jasa pelayanan yang semakin besar.

Adapun keuntungan strategi pengembangan wilayah berdasarkan pusat – pusat pelayanan, yaitu investasi yang dikeluarkan lebih hemat, perkembangan pusat – pusat pelayanan ini diharapkan akan dapat menjalankan perkembangan ke wilayah belakangnya melalui akses yang memadai sehingga dapat mengatasi kesenjangan wilayah, pengembangan kota dan desa akan berjalan dengan baik karena hubungan yang saling menguntungkan.

## **2.2. Pengertian Wilayah**

Wilayah dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) memiliki arti sebagai daerah (kekuasaan, pemerintahan, pengawasan, dan sebagainya); lingkungan daerah (provinsi, kabupaten, kecamatan).

Wilayah secara umum merupakan suatu bagian dari permukaan bumi yang teritorialnya ditentukan atas dasar pengertian, batasan, dan perwujudan fisik-geografis (Nia K. Pontoh, 2008). Adapun pernyataan lain bahwa secara umum wilayah dapat diartikan sebagai permukaan bumi yang dapat dibedakan dalam hal-hal tertentu dari daerah disekitarnya (Bintarto dan Hadisumarno, 1982). Berikut ada beberapa konsep wilayah (*region*) menurut para ahli:

- Cressey, Wilayah (region) merupakan keseluruhan dari lahan, air, udara, dan manusia dalam hubungan yang saling menguntungkan. Setiap region merupakan satu keutuhan (entity) yang batasnya jarang ditentukan secara tepat.
- R.E. Dickinson, Wilayah merupakan daerah tertentu yang terdapat sekelompok kondisi fisik yang telah memungkinkan terciptanya tipe-tipe ekonomi tertentu.
- W.I.G. Joerg, menjelaskan bahwa wilayah merupakan sebuah area yang memiliki wujud fisik dan massa yang sama.
- A.I. Herbertson, menjelaskan bahwa wilayah merupakan suatu kesatuan yang kompleks dan tanah, air, udara, tumbuhan, hewan, dan manusia yang dipandang dari hubungan mereka yang khusus yang secara bersama-sama membentuk suatu ciri tertentu di atas permukaan bumi.
- Fanneman, Wilayah merupakan area yang mempunyai karakteristik kenampakan permukaan yang sama dan kenampakan ini sangat berbeda dengan kenampakan-kenampakan lain di daerah sekitarnya.
- Taylor, Wilayah merupakan suatu satuan area di permukaan bumi yang dapat dibedakan dengan area lain melalui sifat-sifat seragam yang terlihat padanya.
- Platt, Wilayah merupakan suatu daerah yang keberadaannya dikenal berdasarkan keseragaman (homogenitas) umum, baik didasarkan pada keadaan lahan maupun keadaan penduduknya. Menurut P. Vidal de La Blache: Wilayah adalah suatu tempat yang didalamnya ditemukan banyak hal yang berbeda-beda, namun dalam bentuk buatan tergabung secara bersama-sama dan saling menyesuaikan untuk membentuk kebersamaan.

Dalam kajian-kajian geografi wilayah atau *region* diartikan sebagai suatu bagian permukaan bumi yang memiliki karakteristik khusus atau khas tersendiri yang menggambarkan satu keseragaman atau homogenitas sehingga dengan jelas dapat dibedakan dari wilayah-wilayah lain di daerah sekitarnya. Contohnya, wilayah pantai merupakan bagian dari permukaan bumi yang letaknya di dekat laut dan wilayah pegunungan merupakan bagian permukaan bumi yang letaknya di daerah yang tinggi dan bergunung-gunung. Wilayah merupakan bagian dari permukaan bumi yang memiliki karakteristik tertentu dan berbeda dengan wilayah

yang lain. Istilah lain dari wilayah yang umum digunakan dalam memahami konsep wilayah adalah *region*. Setiap wilayah memiliki ciri-ciri tertentu. Misalnya, wilayah [desa](#) mempunyai ciri-ciri yang sangat berbeda dengan wilayah kota dengan melihat beberapa aspek baik fisik mau pun sosial. Contoh yang lain, sebagian wilayah dari permukaan bumi dapat disebut sebagai wilayah pertanian karena setiap orang di wilayah tersebut memiliki sebidang tanah dengan luas tertentu, menanaminya dengan tanaman tertentu, dan memiliki alat-alat pertanian tertentu.

Menurut Undang-undang No. 26 tahun 2007 tentang Penataan Ruang, wilayah didefinisikan sebagai ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait dengan batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan aspek administratif dan atau aspek fungsional. Adapun pengertian mengenai Wilayah Nasional, Wilayah Nasional merupakan seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang meliputi ruang darat, ruang laut, dan ruang udara, termasuk ruang di dalam bumi berdasarkan peraturan perundang-undangan.

### **2.3. Fasilitas Pendukung Pelayanan Wilayah**

Pembangunan ekonomi sangat memerlukan perencanaan wilayah dengan matang untuk dapat menetapkan suatu wilayah permukiman dengan berbagai kegiatan maupun sebagai kota. Pada dasarnya untuk melihat apakah daerah itu sebagai wilayah kota atau tidak, adalah dari seberapa banyak jenis fasilitas perkotaan yang tersedia dan seberapa jauh kota itu menjalankan fungsi perkotaan. Menurut Robinson Tarigan (2005) fasilitas perkotaan atau fungsi perkotaan antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Pusat perdagangan, yang digunakan untuk melayani masyarakat kota itu sendiri, melayani masyarakat kota dan daerah pinggiran, melayani beberapa kota kecil (pusat kabupaten), melayani pusat provinsi dan pusat beberapa provinsi sekaligus.
- 2) Pusat pelayanan jasa baik jasa perorangan maupun jasa perusahaan.
- 3) Tersedianya prasarana perkotaan, seperti sistem jalan kota yang baik, jaringan listrik, jaringan telepon, jaringan air minum, pelayanan sampah, sistem drainase, taman kota, atau pasar.

- 4) Pusat penyediaan fasilitas sosial atau seperti prasarana pendidikan (universitas, akademi, SLTP, SD), prasarana kesehatan, tempat ibadah, prasarana olahraga, prasarana sosial seperti gedung pertemuan, dan lain-lain.
- 5) Pusat pemerintahan. Pusat pemerintahan turut mempercepat tumbuhnya suatu kota karena banyak masyarakat yang perlu datang ke tempat itu untuk urusan pemerintahan.
- 6) Pusat komunikasi dan transportasi.
- 7) Lokasi pemukiman yang tertata.

Fasilitas adalah sebuah sarana yang dapat dipergunakan untuk dapat mencapai tujuan untuk dapat memberikan pemenuhan kebutuhan dalam waktu tertentu dengan berbagai kesempatan yang ada (Mitchell, 1969). Sebuah kota pastinya memiliki fasilitas khusus yang dibangun untuk masyarakat dalam berbagai lingkup kebutuhan masyarakat seperti kesehatan, pendidikan, kebudayaan, rekreasi, olahraga, ruang terbuka hijau serta pemukiman yang menjadi fasilitas untuk keperluan sosial yang berada di kawasan permukiman.

Menurut Tarigan (2005), terdapat beberapa fasilitas pelayanan kota yang tidak diragukan lagi menciptakan daya tarik bagi sebuah kota, misalnya pasar (termasuk toko serba ada atau swalayan dan kompleks pertokoan atau ruko), fasilitas pendidikan dan fasilitas kesehatan. Akan tetapi, cukup banyak fasilitas lain yang ada di perkotaan yang juga memiliki daya tarik dan apabila tidak dibatasi akan membuat daftar fasilitas menjadi sangat penting. Fasilitas lainnya misalnya perbankan, apotek, notaris, pengacara, perkantoran dan lain-lain. Apabila diinginkan semua faktor lain dapat dimasukkan dalam analisis, tetapi bisa juga disederhanakan dengan hanya memasukkan tiga faktor utama tersebut. Penyederhanaan ini didasarkan atas asumsi bahwa banyak fasilitas lain berbanding secara proporsional dengan jumlah penduduk kota sehingga dengan memasukkan faktor jumlah penduduk kota maka faktor lain itu dianggap terwakili.

Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai beberapa fasilitas pelayanan kota yang tidak diragukan lagi menciptakan daya tarik bagi sebuah kota:

### 1) Fasilitas Perdagangan

Fasilitas perdagangan menurut Anoraga (2003:6) adalah tempat beraktivitasnya pembelian barang dengan maksud untuk dijual kembali kepada pedagang lain, konsumen atau akhir pemakai industri. Bentuk fasilitas perdagangan dapat berupa pasar modern (mall), pasar grosir dan ritel modern (Giant, Superindo, Hypermart, Carrefour), pasar ritel modern (Indomart, Alfamart, dll), pasar grosir dan ritel tradisional, pasar khusus, kompleks pertokoan. Fasilitas perdagangan tersebut memberikan pelayanan baik secara lokal maupun regional.

### 2) Fasilitas Pendidikan

Fasilitas Pendidikan merupakan aktivitas atau materi yang dapat melayani kebutuhan masyarakat akan kebutuhan yang bersifat memberi kepuasan sosial, mental, dan spiritual melalui kegiatan bimbingan, pengajaran, dan atau pelatihan (UU No. 2 Tahun 1989 tentang Sistem Pendidikan Nasional). Fasilitas pendidikan merupakan hal yang sangat penting untuk disediakan karena dengan adanya fasilitas ini dapat meningkatkan sumber daya manusia.

Memberikan pelayanan fasilitas pendidikan yang baik, diperlukan persebaran unit fasilitas pendidikan, dan memperhatikan kuantitas fasilitas tersebut, sehingga masyarakat mendapatkan pelayanan yang baik dalam penyediaan fasilitas pendidikan.

### 3) Fasilitas Kesehatan

Fasilitas Kesehatan adalah tempat yang digunakan untuk menyelenggarakan upaya pelayanan kesehatan (Permen Kesehatan No. 1796 tentang Registrasi Tenaga Kesehatan). Fasilitas pelayanan seharusnya berlokasi di pusat pasar sebuah kota kecil, diantaranya terdiri dari: pasar permanen kantor pemerintahan, bank, klinik dan rumah sakit kecil, sekolah menengah, jalan arteri, listrik, pipa air, persampahan, transportasi, terminal, lumbung/gudang, fasilitas pemrosesan makanan, telepon, kantor polisi, kantor pos, pemadam kebakaran, dan pelayanan keamanan.

### **2.3.1. Fasilitas Perdagangan**

Fasilitas perdagangan menurut Anoraga (2003:6) adalah tempat beraktivitasnya pembelian barang dengan maksud untuk dijual kembali kepada pedagang lain, konsumen atau akhir pemakai industri. Bentuk fasilitas perdagangan dapat berupa pasar modern (mall), pasar grosir dan ritel modern (Giant, Superindo, Hypermart, Carrefour), pasar ritel modern (Indomart, Alfamart, dll), pasar grosir dan ritel tradisional, pasar khusus, kompleks pertokoan. Fasilitas perdagangan tersebut memberikan pelayanan baik secara lokal maupun regional.

#### **2.3.1.1. Pasar**

Salah satu fasilitas perdagangan adalah pasar, dimana pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjualan lebih dari satu baik yang disebut pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pengertian pasar secara umum merupakan suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Konsep dan pemaknaan pasar sesungguhnya sangat luas, mencakup dimensi ekonomi dan sosial-budaya. Secara ekonomi menurut W.J. Stanton dalam Nurmalasari (2007), pasar merupakan sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja (*disposable income*) serta kemauan untuk membelanjakannya.

Dalam perspektif sosial budaya, pasar merupakan tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas strata. Perbedaan pasar tradisional dan modern yang dikenakan terhadap jenis pasar bersumber dari pergeseran pemaknaan terhadap pasar, yang semula menjadi ruang bagi berlangsungnya interaksi sosial, budaya, dan ekonomi kemudian tereduksi menjadi ruang bagi berlangsungnya transaksi ekonomi dan pencitraan terhadap modernisasi yang berlangsung dalam masyarakat (Nurmalasari, 2007). Bagi sektor perdagangan, pasar merupakan tempat pedagang berusaha, sebagai sarana distribusi barang bagi produsen dan

petani, tempat memonitor perkembangan harga dan stok barang beserta lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas (Sukaesih, 1994).

Dunia ritel memberikan istilah pasar sebagai tempat transaksi jual beli barang atau jasa jarang digunakan. Kata pasar dalam arti tempat lebih spesifik merujuk ke pengertian pasar tradisional. Dalam kebanyakan literatur terutama yang berasal dari luar negeri jarang sekali menggunakan kata pasar yang dalam bahasa inggrisnya *market*. Penggunaan kata *market* lebih umum ke kata *marketing* yang berarti pemasaran. Pasar dalam pengertian tempat jual beli atau berbelanja yang umum dipakai adalah gerai atau *outlet*. Ada satu istilah lagi yang sering dipakai yakni *store* yang berarti toko. Adapun jenis pasar disini yaitu Pasar Tradisional, dan Pasar Modern.

#### A. Pasar tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang usaha sempit, sarana parkir kurang memadai, kurang menjaga kebersihan pasar, dan penerangan yang kurang baik). Barang yang diperdagangkan adalah kebutuhan sehari-hari, harga barang relatif murah dengan mutu yang kurang diperhatikan, dan cara pembeliannya dengan tawar menawar (Sukaesih, 1994).

Pasar tradisional merupakan salah satu bentuk gerai tradisional. Gerai tradisional merupakan gerai yang sudah sejak lama ada di Indonesia, yaitu berupa warung, toko, dan pasar (Ma'ruf, 2005). Toko dan pasar yang dimaksud disini adalah toko dan pasar tradisional. Terdapat satu lagi model gerai tradisional yang bergerak berupa gerobak, penjualnya disebut pedagang keliling. Warung biasanya menjual kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pasar atau pasar tradisional adalah tempat pusat berbelanja versi tradisional. Warung dan tokokelontong jumlahnya sangat banyak sekali dan biasanya tersebar di permukiman-permukiman. Warung dan toko kelontong biasanya dimiliki oleh perseorangan.

Definisi pasar tradisional menurut Perpres nomor 112 tahun 2007 adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan

tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Berdasarkan barang yang diperjualkan pasar tradisional dapat dikelompokkan menjadi pasar umum dan pasar khusus. Pasar umum adalah pasar yang menjual barang-barang kebutuhan penduduk baik primer, sekunder, tersier serta barang-barang khusus, dan jasa-jasa lainnya. Biasanya ruang lingkup pelayanannya selain untuk konsumen kota juga dapat melayani penduduk di sekitar kota bersangkutan (regional). Sedangkan pasar khusus ditentukan dari spesialisasi jenis barang yang diperdagangkan seperti pasar khusus yang menjual bunga, onderdil dan lain-lain.

Keadaan pasar tradisional pada umumnya kurang berkembang dan cenderung tetap tanpa banyak mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Kesan kotor, becek, bay, tidak aman, tidak jujur, harga tidak pasti, pengurangan timbangan, adu tawar, dan barang tidak lengkap menyebabkan pasar tradisional kehilangan pembelinya. Namun pasar tradisional tetap memiliki beberapa keunggulan, diantaranya dari segi interaksi dan komunikasi sosial berupa keakraban diantara penjual dan pembeli sehingga penjual mengenal konsumen dengan baik. Keunggulan lainnya seperti harga yang relatif lebih murah dan komoditas yang lebih segar dalam hal sayuran, buah-buahan, daging, dan ikan. Pasar tradisional dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar-menawar. Bangunan di pasar ini berbentuk toko dan kios. Toko semi permanen umumnya digunakan untuk berjualan aneka kue, pakaian, dan barang atau perabotan lainnya. Adapun los-nya yang digunakan untuk berjualan buah-buahan, sayuran, ikan, daging dan sebagainya. Penerangan di pasar tradisional secukupnya, dan tidak ber-AC. Kebersihan juga kadang kurang terjaga, seperti sampah banyak berserakan dan bertumpukan sehingga

sering menimbulkan bau. Akibatnya jika turun hujan, akan becek dan kotor. Berikut ini ciri dari pasar tradisional:

- ▶ Proses jual beli barang melalui proses tawar menawar harga.
- ▶ Barang yang dijual umumnya keperluan memasak, dapur dan rumah tangga.
- ▶ Harga barang yang di perjualbelikan relatif murah dan terjangkau.
- ▶ Area pasar tradisional biasanya di tempat yang terbuka.

## B. Pasar modern

Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, departement store, dan shopping center dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi dengan label harga yang pasti (KepMen PerinDag No. 420/MPP/Kep/10/1997).

Pasar modern sebagian besar dikelola oleh manajemen yang lebih profesional dengan kapasitas besar, sehingga memiliki biaya yang rendah, margin keuntungan yang kecil, namun memiliki volume penjualan yang besar, dan pengoperasiannya menggunakan sistem swalayan. Konsep pasar modern lebih diarahkan kepada penjualan produk-produk yang paling dibutuhkan oleh kebutuhan rumah tangga (Kotler, 2003).

PerPres Republik Indonesia No. 112 tahun 2007, menjabarkan bahwa macam-macam pasar modern diantaranya:

- a. Minimarket, yaitu gerai yang menjual produk-produk eceran seperti ritel kelontong dengan fasilitas pelayanan yang lebih modern. Luas ruang kurang dari 400m<sup>2</sup>.
- b. Supermarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya dengan luas antara 400m<sup>2</sup> sampai 5.000m<sup>2</sup>.
- c. Hypermarket menjual barang yang sama dengan supermarket, hanya saja luasan lahannya di atas 5.000m<sup>2</sup>.

- d. Department Store menjual barang eceran berupa sandang dan perlengkapannya dengan penataan ruang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen dengan luas di atas 400m<sup>2</sup>.
- e. Perkulakan atau gudang rabat menjual produk dalam kuantitas besar kepada pembeli non-konsumen akhir untuk tujuan dijual kembali atau pemakaian bisnis dengan luas di atas 5.000m<sup>2</sup>.

Adapun pengertian dari Supermarket, dan Hypermarket, dimana Supermarket merupakan bentuk toko ritel yang operasinya cukup besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume penjualan tinggi, terkelompok berdasarkan lini produk, self-service, dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, seperti daging hasil produk olahan, makanan kering, makanan basah, serta item-item produk non-food seperti mainan, majalah, toiletris, dan sebagainya (Sopiah, 2008). Sedangkan untuk hypermarket adalah toko ritel yang dijalankan dengan mengkombinasikan model discount store, supermarket, dan warehouse store di satu tempat. Barang-barang yang ditawarkan meliputi produk grosiran, minuman, hardware, bahan bangunan, perlengkapan automobile, perabot rumah tangga, dan juga furniture (Sopiah, 2008).

**Tabel. II.1**

**Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

No.	Aspek	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	Historis	Evolusi panjang	Fenomena baru
2	Fisik	Kurang baik, sebagian baik	Baik dan mewah
3	Pemilik/kelembagaan	Milik masyarakat/desa, Pemda, sedikit swasta	Umumnya perorangan/swasta
4	Modal	Modal lemah/subsidi/swadaya masyarakat/Inpres	Modal kuat/digerakan oleh swasta
5	Konsumen	Golongan menengah kebawah	Umumnya golongan menengah keatas
6	Metode pembayaran	Ciri dilayani, menawar	Ada ciri swalayan, pasti menawarkan
7	Status tanah	Tanah Negara, sedikit sekali swasta	Tanah swasta/perorangan swasta

<b>No.</b>	<b>Aspek</b>	<b>Pasar Tradisional</b>	<b>Pasar Modern</b>
8	Pembiayaan	Kadang-kadang ada subsidi	Tidak ada subsidi
9	Pembangunan	Umumnya pembangunan dilakukan oleh Pemda/ desa/ masyarakat	Pembangunan fisik umumnya oleh swasta
10	Pedagang yang masuk	Beragam, masal, dari sektor informal sampai pedagang menengah dan besar	Pemilik modal juga pedagangnya (tunggal) atau beberapa pedagang formal skala menengah dan besar
11	Peluang masuk/partisipasi	Bersifat masal (pedagang kecil, menengah, dan bahkan besar)	Terbatas, umumnya pedagang tunggal, dan menengah keatas
12	Jaringan	Pasar regional, pasar kota, pasar kawasan	Sistem rantai korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luar negeri, manajemen tersentralisasi

*Sumber: Utomo, 2011*

## **BAB III**

### **KARAKTERISTIK WILAYAH STUDI**

#### **3.1 Kecamatan Semarang Selatan**

##### **3.1.1 Kondisi Geografis**

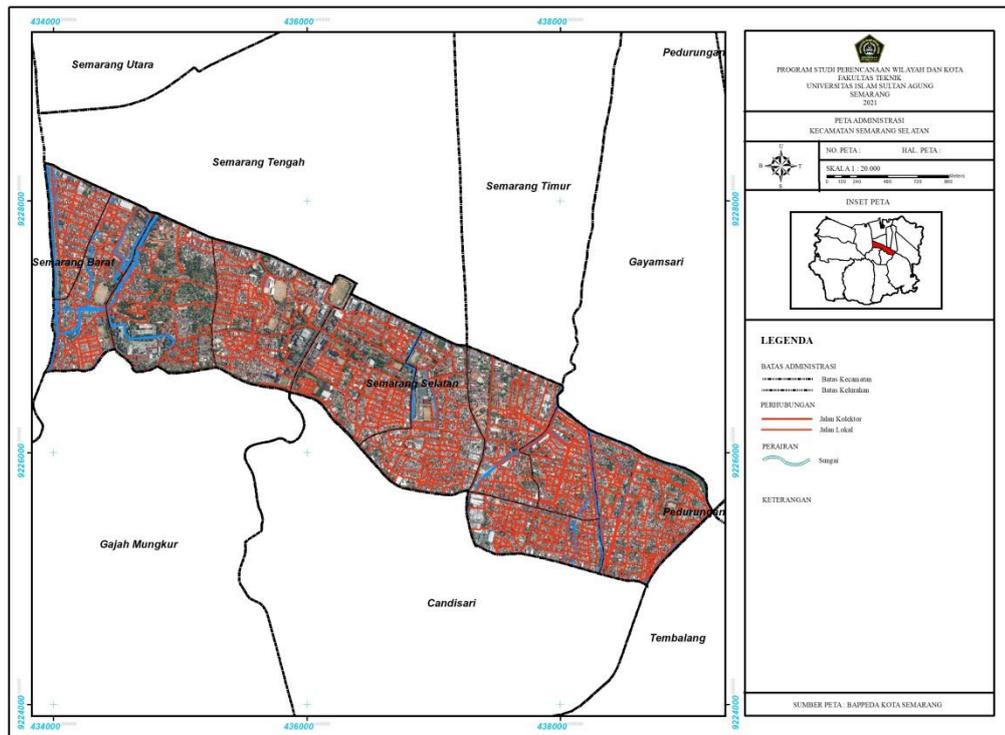
Kecamatan Semarang Selatan mempunyai luas 526,11 ha yang mencakup 10 (sepuluh) Kelurahan, Adapun sepuluh kelurahan tersebut yaitu : Kelurahan Bulustalan dengan luas 26,08 ha; Kelurahan Barusari dengan luas 39,52 ha; Kelurahan Randusari dengan luas 66,22 ha; Kelurahan Mugassari dengan luas 75,56 ha; Kelurahan Pleburan dengan luas 74,11 ha; Kelurahan Wonodri dengan luas 81,10 ha; Kelurahan Peterongan dengan luas 50,10 ha; Kelurahan Lamper Kidul dengan luas 40,10 ha; Kelurahan Lamper Lor dengan luas 40,10 ha; Dan Kelurahan Lamper Tengah dengan luas 33,22 ha. Dengan Batas wilayah Kecamatan Semarang Selatan meliputi :

- ✚ Sebelah Utara : Kecamatan Semarang Utara dan Tengah
- ✚ Sebelah Timur : Kecamatan Semarang Timur dan Gayamsari
- ✚ Sebelah Selatan : Kecamatan Gajah Mungkur dan Candisari
- ✚ Sebelah Barat : Kecamatan Semarang Barat



*Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019*

**Gambar III.1**  
**Kantor Kecamatan Semarang Selatan**



Sumber: BAPPEDA,

**Gambar III.2**  
**Peta Administrasi Kecamatan Semarang Selatan**

Peta administrasi Kecamatan Semarang Selatan di atas menunjukkan bahwa wilayah Kecamatan Semarang Selatan memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi, dengan memiliki batas jalan protokol di Kota Semarang, serta dialiri berbagai arus sungai besar dan kecil.

### 3.1.2 Penggunaan Lahan

Penggunaan lahan dilakukan dengan memanfaatkan lahan atau tanah yang tersedia untuk berbagai kebutuhan publik. Pada Kecamatan Semarang Selatan merupakan wilayah dengan luas 526,01 ha yang memiliki berbagai penggunaan lahan sebagai tanah swah dan tanah kering. Berikut rincian penggunaan lahan pada wilayah Kecamatan Semarang Selatan, yaitu :

**TABEL III.1**  
**PENGUNAAN LAHAN KECAMATAN SEMARANG SELATAN**

No.	Penggunaan Lahan	Luas Wilayah (Ha)
1	Tanah Sawah	0.00
2	Tanah Kering	556.01
<b>TOTAL</b>		<b>556.01</b>

*Sumber: Monografi Kecamatan Semarang Selatan, 2019*

**TABEL III.2**  
**PENGUNAAN LAHAN KECAMATAN SEMARANG SELATAN**

No	Kelurahan	Tanah Kering			Jumlah
		Lapangan Olahraga	Taman	Tanah Kering Lainnya	
1	Bulustalan	0.30	0.00	2.75	26.08
2	Barusari	4.00	0.50	9.50	39.52
3	Randusari	1.00	0.00	35.00	66.22
4	Mugasari	4.00	1.00	5.23	75.56
5	Pleburan	3.50	1.25	18.25	74.11
6	Wonodri	1.50	1.83	1.00	81.10
7	Peterongan	0.50	0.30	5.20	50.10
8	Lamper Kidul	0.00	0.00	0.50	40.10
9	Lamper Lor	1.00	1.00	1.00	33.22
10	Lamper Tengah	3.00	0.50	11.50	70.00
<b>Total</b>		18.80	6.38	89.93	556.01

*Sumber: Monografi Kecamatan Semarang Selatan, 2019*

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa pada wilayah Kecamatan Semarang Selatan yang memiliki luas 556,01 ha seluruhnya merupakan tanah kering yang dimanfaatkan sebagai permukiman, lapangan olahraga, taman dan lain sebagainya. Wilayah Kecamatan Semarang Selatan yang terbagi menjadi 10 Kelurahan tersebut memang lebih banyak dimanfaatkan sebagai wilayah permukiman serta kebutuhan publik lainnya.

### 3.1.3 Kependudukan

Kecamatan Semarang Selatan memiliki jumlah penduduk Kecamatan Semarang Selatan seluruhnya 69,417 terdiri dari 32,937 laki-laki dan 35,480 perempuan yang tertampung dalam 22.296 KK , sebanyak RW : 71 dan RT : 498

**TABEL III.3**  
**JUMLAH PENDUDUK KECAMATAN SEMARANG SELATAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN**

No	Kelurahan	Penduduk		
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Bulustalan	1,622	1,894	3,515
2	Barusari	3,480	3,521	7,001
3	Randusari	3,316	3,635	6,951
4	Mugasari	3,765	4,084	7,849
5	Pleburan	2,680	2,953	5,633
6	Wonodri	4,030	5,119	9,148
7	Peterongan	3,346	3,848	7,194
8	Lamper Kidul	2,184	2,400	4,584
9	Lamper Lor	2,701	2,960	5,660
10	Lamper Tengah	5,813	6,067	11,881
<b>Total</b>		32,937	35,480	69,417

Sumber: Monografi Kecamatan Semarang Selatan, 2019

**TABEL III.4**  
**Kepadatan Penduduk, Rata-Rata Jiwa Tiap Rumah Tangga & Sex Ratio Di Kecamatan Semarang Selatan Tahun 2019**

No	Kelurahan	Kepadatan Penduduk Tiap Km-2	Rata-Rata Jiwa Tiap Rmh Tng	Sex Ratio
1	Bulustalan	10,537	3	93
2	Barusari	16,002	5	107
3	Randusari	10,164	4	99
4	Mugasari	12,752	4	100
5	Pleburan	8,000	3	98
6	Wonodri	12,827	3	85
7	Peterongan	16,090	3	94
8	Lamper Kidul	12,751	4	98
9	Lamper Lor	19,443	3	99
10	Lamper Tengah	19,373	4	103
<b>Total</b>		13,354	4	98

Sumber: Monografi Kecamatan Semarang Selatan, 2019

## 3.2 Kelurahan Peterongan

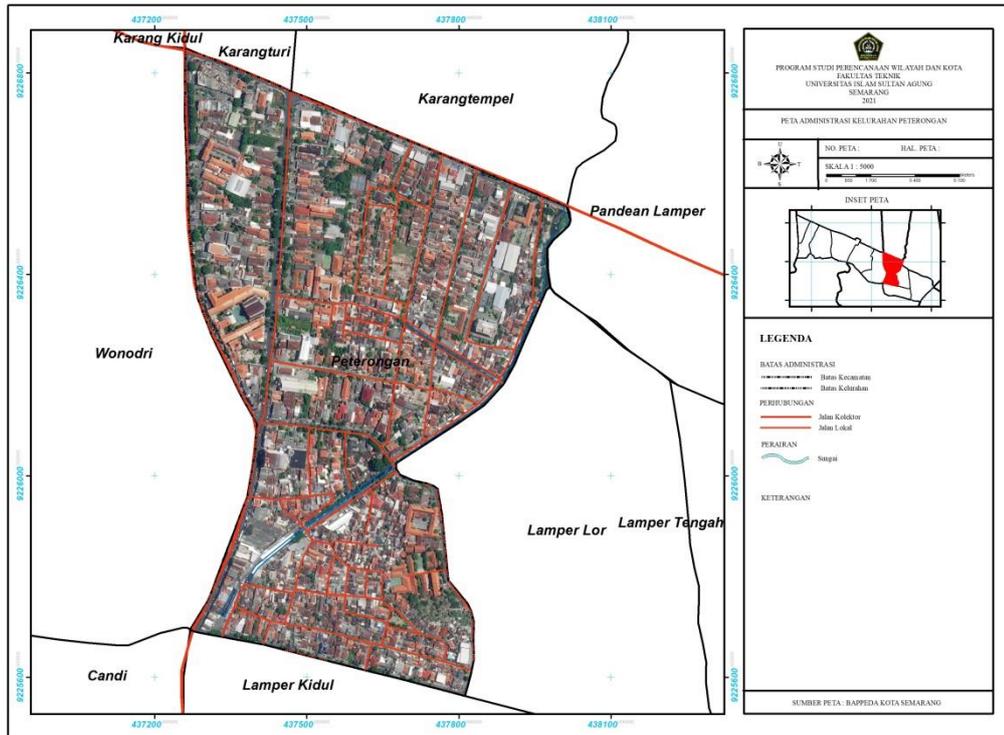
### 3.2.1 Kondisi Geografis

Kelurahan Peterongan merupakan salah satu Kelurahan yang ada dalam wilayah administrasi Kecamatan Semarang Selatan. Kelurahan Peterongan dengan luas wilayah + 54,75 Ha yang mana memiliki 50 RT dalam 8 RW. Jarak dari Pusat Pemerintahan Kecamatan 500 M, Jarak dari Pusat Pemerintahan Kota 4 Km, dan Jarak dari Ibukota Provinsi 6 km. Kelurahan Karangayu mempunyai batas-batas administratif sebagai berikut:

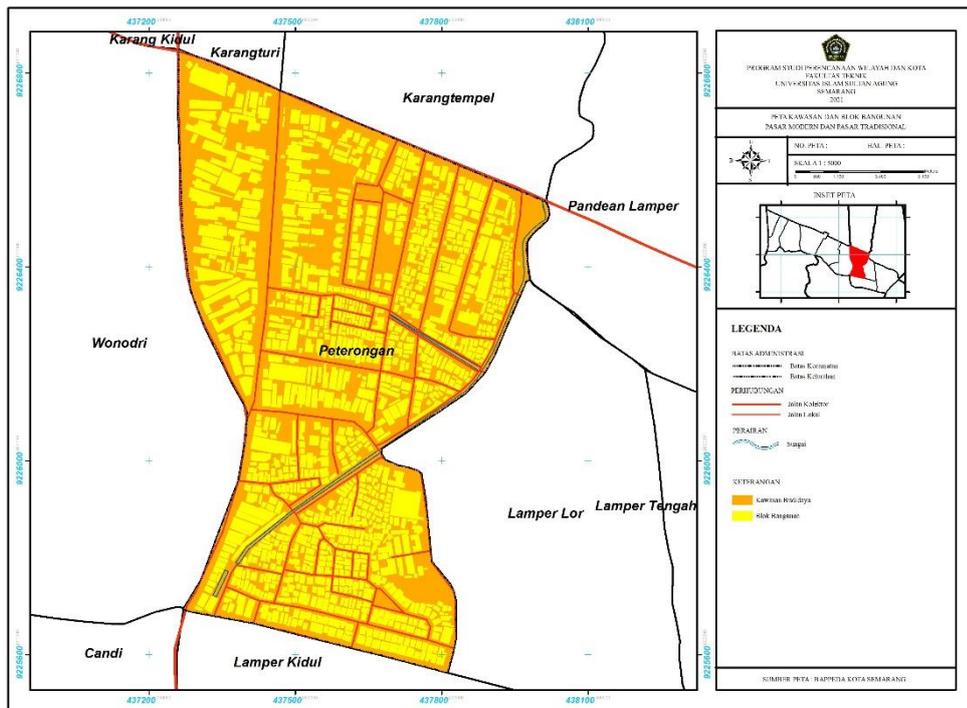
- ✚ Sebelah Utara : Kelurahan Karang Tempel
- ✚ Sebelah Selatan : Kelurahan Lamper Kidul
- ✚ Sebelah Barat : Kelurahan Wonodri
- ✚ Sebelah Timur : Kelurahan Lamper Lor



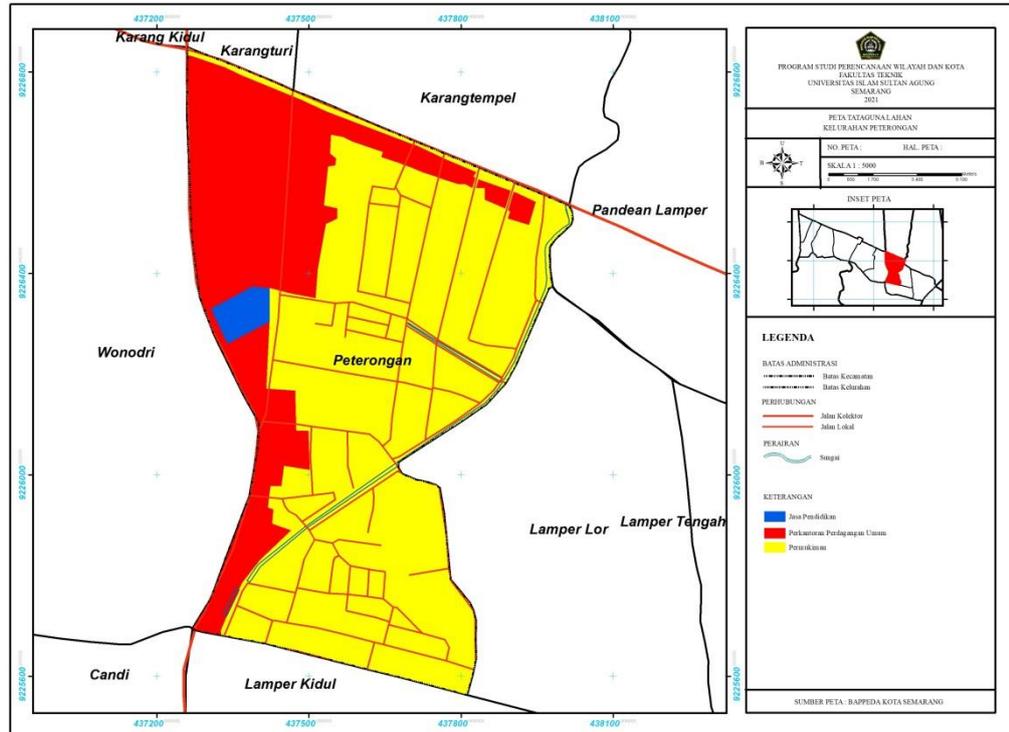
**Gambar III.3**  
**Kantor Kelurahan Peterongan**



**Gambar III.4**  
**Peta Administrasi Kelurahan Peterongan**



**Gambar III.5**  
**Peta Blok Bangunan Kelurahan Peterongan**



**Gambar III.6**  
**Tata Guna Lahan Kelurahan Peterongan**

Peta administrasi Kelurahan Peterongan di atas menunjukkan bahwa wilayah Kelurahan Peterongan yang cukup padat penduduk dan berbatasan dengan jalan utama Kota Semarang, serta juga terdapat sungai yang mengalir dekat dengan Pasar Peterongan. Peta Kawasan dan blok bangunan pada Kelurahan Peterongan di atas juga dapat menunjukkan bahwa Kelurahan Peterongan merupakan wilayah Kawasan Budidaya, dan cukup padat dengan banyaknya bangunan dari bangunan rumah warga, pusat perbelanjaan dan kantor-kantor besar.

### 3.2.1 Kependudukan

Kecamatan Semarang Selatan memiliki jumlah penduduk Kecamatan Semarang Selatan seluruhnya 6,542 terdiri dari 3,101 laki-laki dan 3,441 perempuan, dengan rincian sebagai berikut :

**TABEL III.5**  
**JUMLAH PENDUDUK KELURAHAN PETERONGAN**  
**BERDASARKAN JENIS KELAMIN**

No	Kelurahan	Penduduk		
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	JANUARI	3.124	3.464	6.588
2	PEBRUARI	3.125	3.467	6.592
3	MARET	3.122	3.473	6.595
4	APRIL	3.122	3.469	6.591
5	MEI	3.121	3.467	6.588
6	JUNI	3.121	3.463	6.584
7	JULI	3.118	3.458	6.576
8	AGUSTUS	3.114	3.451	6.565
9	SEPTEMBER	3.114	3.451	6.565
10	OKTOBER	3.108	3.445	6.553
11	NOPEMBER	3.101	3.441	6.542

Sumber: Monografi Kelurahan Peterongan, 2020

### 3.3. Pasar Peterongan

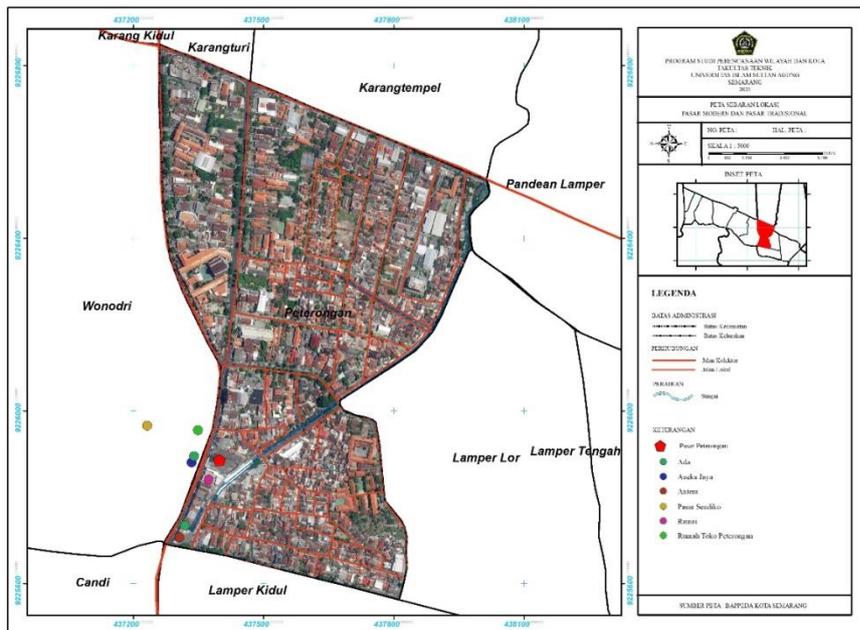
#### 3.3.1 Kondisi Pasar

Pasar Peterongan terdapat di Jl.MT Haryono, Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang. Peterongan dibangun di atas lahan seluas 3.788 m<sup>2</sup> milik Pemerintah Kota Semarang. Lokasi Pasar Peterongan berdekatan dengan perdagangan dan jasa kawasan Peterongan dan permukiman Penduduk. Batas fisik Pasar Peterongan adalah sebagai berikut :

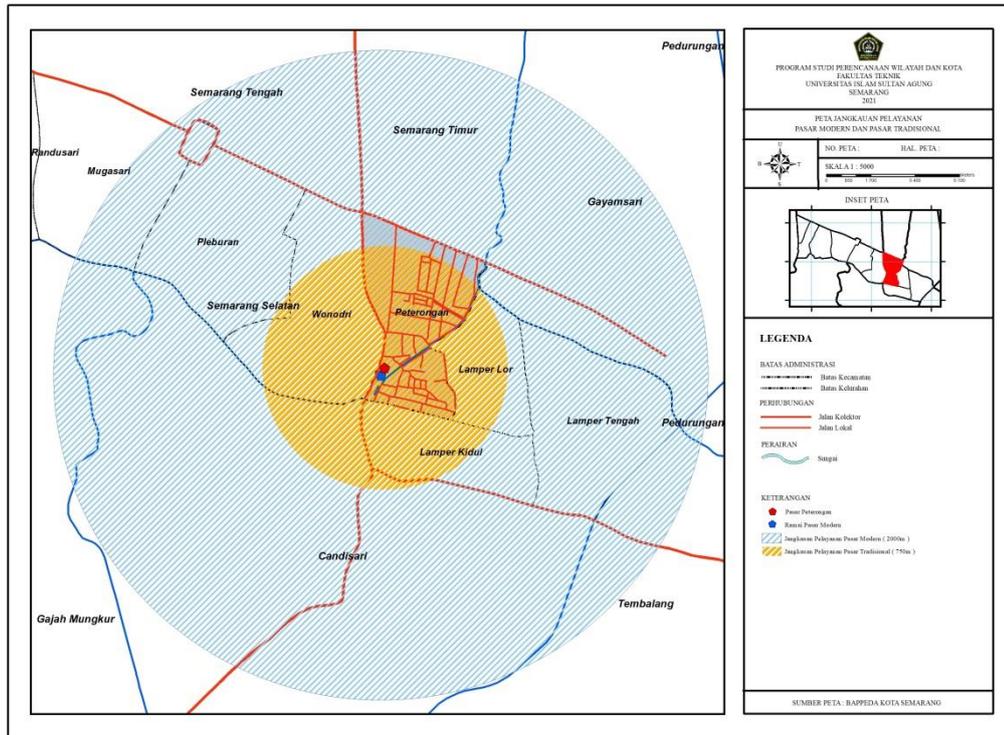
-  Sebelah Utara : Jalan Sompok
-  Sebelah Timur : Jalan Peterongan Raya
-  Sebelah Selatan : Jalan Lampersari
-  Sebelah Barat : Jalan MT. Haryono



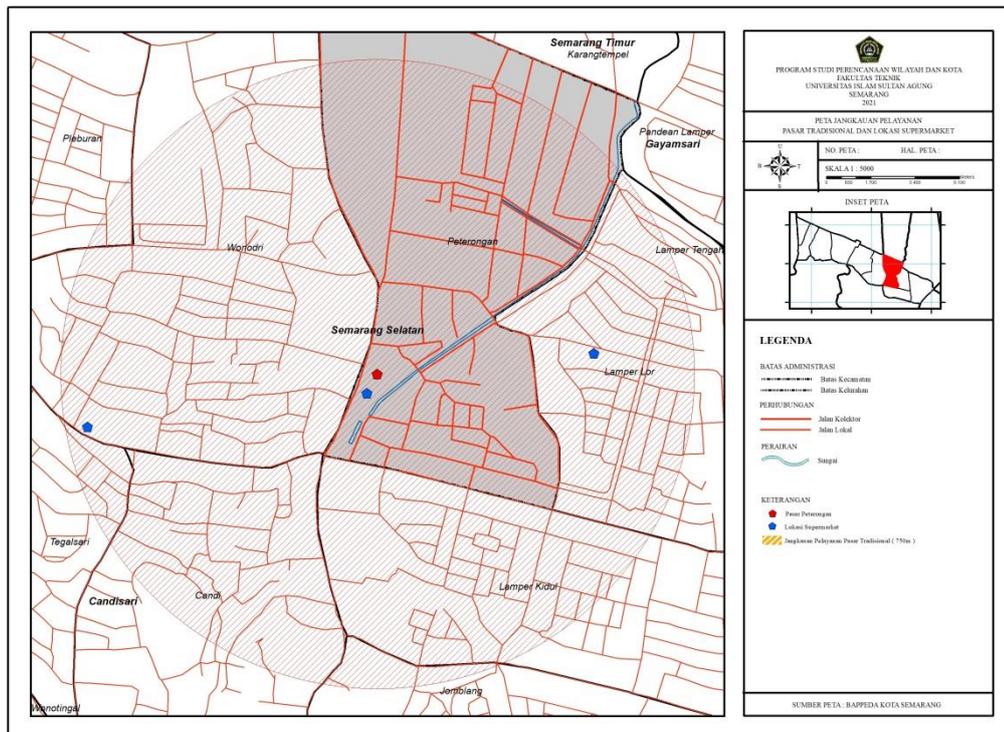
Gambar III.7  
Foto Pasar Peterongan Dari Atas



Gambar III.8  
Peta Sebaran Supermarket dan Lokasi Pasar Peterongan



**Gambar III.9**  
**Peta Jangkauan Pelayanan Pasar Modern dan Pasar Tradisional**



**Gambar III.10**  
**Lokasi Jangkauan Pasar Tradisional dengan Pasar Modern**

Jangkauan Pasar Peterongan untuk konsumen memang cukup luas, banyak konsumen pada wilayah Kelurahan Peterongan berbelanja di Pasar Peterongan. Seperti gambar di atas, jangkauan pelayanan pasar modern jauh lebih luas daripada Pasar Peterongan sendiri, hal tersebut karena banyaknya pasar modern yang tersebar lebih dari Pasar Peterongan di kawasan Kelurahan Peterongan sendiri. Dengan banyaknya kios atau pasar modern yang tersebar, maka akan lebih luas lagi jangkauan pelayanan pasar modern dari pada Pasar Peterongan. Tetapi jangkauan pelayanan Pasar Peterongan sendiri juga tidak kalah luas dengan pasar modern, karena lokasi Pasar Peterongan yang berbatasan langsung dengan Kelurahan lain seperti Kelurahan Lamper Lor, Kelurahan Lamper Kidul, Kelurahan Wonodri, dan Kelurahan Candi. Pasar Peterongan yang berbatasan langsung dengan kelurahan lain tersebut secara tidak langsung dapat memberikan konsumen dari kelurahan lain tidak hanya terbatas pada masyarakat Kelurahan Peterongan sendiri.

Kawasan Peterongan merupakan suatu kawasan padat penduduk yang terletak di Kecamatan Semarang Selatan. Secara umum kawasan ini merupakan daerah perdagangan dan jasa selain sebagai daerah pemukiman penduduk. Aktivitas perdagangan dan jasa pada daerah ini, pada skala kota telah menciptakan citra tersendiri baik bagi penduduk daerah di luar kawasan maupun penduduk didalam daerah kawasan itu sendiri. Bagi penduduk diluar kawasan, telah menempatkan kawasan sebagai salah satu daerah perdagangan yang dapat digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan mereka. Sedangkan bagi penduduk kawasan ini, daerah ini merupakan tempat mereka mencari nafkah. Pasar Peterongan terletak di jalan MT.Haryono, RW V, Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan.

Pasar ini termasuk pasar tradisional yang mencakup skala pelayanan regional (RT RW Kota Semarang Tahun 2011-2031). Jenis pedagang yang ada di pasar tradisional ini meliputi pedagang daging, pakaian, bumbu dapur, sayuran, buah-buahan, pakaian, makanan dan minuman, dll. Sedangkan jenis bangunan berupa kios, los, dasaran terbuka (DT) dan pancaan (PKL). Sebagian pedagang berasal dari kelurahan lain yang jauh dari pasar dan sebagian ada yang memanfaatkan kios pasar sebagai tempat tinggal dan tempat berjualan. Tempat

parkir di pasar ini masih semrawut dan kondisi jalannya sempit sehingga seringkali menyebabkan kemacetan lalu lintas. Disisi lain di samping persis pasar tradisional ini terdapat toko modern yang harganya lebih murah dibandingkan pasar tradisional sehingga pedagang ada yang merasa pendapatannya berkurang dengan keberadaan toko modern tersebut. Menurut Peraturan Walikota Semarang Nomor 5 Tahun 2013 tentang penataan toko modern minimarket Kota Semarang, jarak lokasi pendirian toko modern minimarket paling sedikit radius 500 meter dari pasar tradisional.

### **3.3.2 Sarana dan Prasarana Perdagangan**

#### **A. Sarana Perdagangan**

Jenis dagangan yang dijual oleh para pedagang di pasar peterongan sangat beragam, hal ini juga dikarenakan merupakan sebuah bentuk dari kebutuhan akan kehidupan sehari-hari dari masyarakat sekitar. Dagangan berupa sayur-mayur, buah-buahan, dan makanan olahan yang sudah tersaji merupakan jenis dagangan yang menggunakan tenda sederhana maupun payung tunggal sebagai peneduh sang pedagang, sedangkan untuk alasnya sendiri merupakan alas dari terpal atau kursi tunggal dari kayu maupun plastik. Pedagang lainnya seperti pedagang toko kelontong sudah memiliki kios-kios maupun toko sendiri-sendiri yangmana sudah memberikan kebutuhan akan tempat berdagang bagi para pedagang toko kelontong di pasar peterongan.

#### **B. Prasarana Perdagangan**

Prasarana perdagangan untuk para pedagang di pasar peterongan memiliki kelengkapan yang cukup, seperti penerangan pada tiap kios maupun toko-toko sudah tersedia, sedangkan untuk para pedagang yang cenderung lesehan atau biasa yang memakai tenda juga memiliki penerangan yangmana didapatkan dari listrik toko sekitar dengan menyambung atau dari lampu penerangan pasar yang sudah ada, namun penerangan disini jarang digunakan bila saat pedagang beraktifitas dikarenakan hanya pada pagi hingga siang hari saja para pedagang berjualan, untuk selebihnya mereka sudah pulang, dan

dilanjutkan pada hari selanjutnya. Prasarana yang lain merupakan prasarana persampahan dimana sudah tersedia di setiap sudut pasar berupa seperti keranjang sampah, dan pada belakang bangunan pasar juga terdapat bak besar yangmana dapat diangkut oleh truk sampah dari Dinas Kebersihan Kota Semarang.

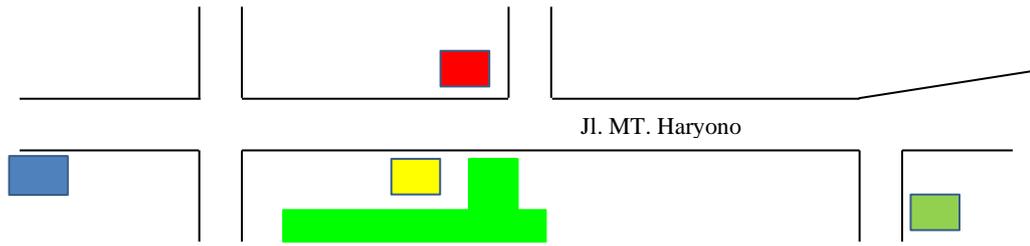
### **3.3.3 Pola Sebaran Pedagang Pasar Peterongan**

Pola sebaran para pedagang di Pasar Peterongan terlihat cukup teratur, dimana hal ini dapat dilihat dari lokasi pada pedagang tertentu yang memiliki dagangan cenderung sama akan berada atau mengelompok pada tempat yang sama, misalkan pedagang sayur mayur di pasar peterongan yang dominan berlokasi di luar bangunan utama dari pasar tersebut, lalu seperti pedagang daging yang mana juga ada yang terdapat di luar bangunan utama dari pasar tersebut, namun lebih dominan berada pada dalam bangunan pasar peterongan, sedangkan untuk toko kelontong terletak berjejer di sekitar bangunan utama dari pasar peterongan, yang mana biasanya memanjang atau mengelompok di sekitar lokasi pasar peterongan. Dari seluruh jenis dasaran pedagang di Pasar Peterongan lebih banyak seperti sembako, sayur mayur, daging, tahu/tempe dan kebutuhan dapur lainnya, sedangkan jumlah seluruh dari dasaran pedagang di Pasar Peterongan berjumlah 1.766 kios/pedagang.

### **3.3.4 Pola Sebaran Supermarket di Wilayah Pasar Peterongan**

Sebaran supermarket di wilayah Pasar Peterongan cukup luas, memang lokasi tidak terlalu dekat dengan wilayah Pasar Peterongan sendiri. Kondisi persebaran supermarket lebih mengarah pada wilayah penduduk atau perkantoran. Dengan kondisi sebaran tersebut supermarket lebih menjangkau masyarakat serta pekerja kantoran yang lebih mengutamakan kondisi perbelanjaan bersih dan nyaman yaitu supermarket. Sebaran supermaket di wilayah Pasar Peterongan memang cukup banyak dan berdekatan langsung dengan Pasar Peterongan sendiri, kondisi tersebut menimbulkan banyak konsumen yang tidak berbelanja di Pasar Peterongan.

**Gambar III.11**  
**Sebaran Supermarket di Wilayah Pasar Peterongan**



**Keterangan :**

- : Java Mall
- : Ramai Swalayan
- : Aneka Jaya
- : Indomaret
- : Pasar Peterongan

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Identitas Responden

##### 4.1.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.1.**

**Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-Laki	31	40,3
Perempuan	46	59,7
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 31 responden atau 40,3%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 46 responden atau 59,7%. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berjenis kelamin perempuan.

##### 4.1.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.2.**

**Jumlah Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
21 th – 30 th	8	10,4
31 th – 40 th	41	53,2
41 th – 50 th	28	36,4
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan usia 21th – 30th berjumlah 8 responden, usia 31th – 40th berjumlah 41 responden, dan usia 41th – 50th berjumlah 28 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak memiliki usia 31th – 40th.

#### 4.1.3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.3.**

#### **Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
SD / MI	6	7,8
SLTP/ Sederajat	28	36,4
SLTA/ Sederajat	40	51,9
S1	3	3,9
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan pendidikan SD / MI sebanyak 6 responden, pendidikan SLTP/ Sederajat sebanyak 28 responden, pendidikan SLTA/ Sederajat sebanyak 40 responden dan pendidikan S1 sebanyak 3 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak memiliki pendidikan SLTA/ Sederajat.

#### 4.1.4. Identitas Responden Berdasarkan Lama Berdagang

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.4.**

**Jumlah Responden Berdasarkan Lama Berdagang**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
< 5th	35	45,4
5th – 10th	24	31,2
10th – 15th	15	19,5
15th – 20th	3	3,9
> 20th	-	-
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan lama berdagang selama < 5th sebanyak 35 responden, lama berdagang selama 5th-10th sebanyak 24 responden, lama berdagang selama 10th-15th sebanyak 15 dan lama berdagang selama 15th-20th sebanyak 3 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak telah berdagang selama < 5th.

## **4.2. Hasil Penelitian**

### **4.2.1. Anggapan Sebaran Supermarket Menurut Persepsi Pedagang**

Pasar tradisional merupakan tempat terjadinya jual beli antara pedagang dengan pembeli yang terjadi secara langsung dan dengan kondisi yang memungkinkan adanya tawar menawar harga dengan penjual langsung. Kondisi pasar tradisional umumnya memiliki tempat yang terbagi menjadi beberap gerai dan kios dengan barang dagangan lebih banyak untuk kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan pokok atau sembako. Semakin berkembangnya jumlah penduduk akan menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan bahan makanan pokok yang saat ini banyak diperjual belikan di pasar tradisional. Tetapi seiring dengan berkembangnya penduduk yang mengharuskan adanya peningkatan jumlah konsumen, maka lahirnya bentuk-bentuk baru dari pasar. Bentuk-bentuk tersebut seperti pasar modern, supermarket hingga minimarket yang terus bermunculan hingga dapat memberikan kemudahan konsumen dalam membeli kebutuhan sandang pangan untuk sehari-hari.

Konsep pasar modern terjadi berbeda dengan pasar tradisional yang terjadi antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi secara tidak

langsung. Kondisi tersebut terjadi karena konsumen melakukan pembelian dengan memilih produk secara mandiri atau dapat dilayani oleh pramuniaga yang ada. Sudah banyak pasar modern yang semakin berkembang di Indonesia seperti Swalayan, Supermarket, Hypermarket, dan Minimarket. Pasar modern tersebut selalu menjual produk-produk yang tahan lama serta memiliki kualitas produk yang terjamin.

**a. Supermarket Menjadi Saingan Pasar Tradisional**

Anggapan sebaran supermarket merupakan sebuah anggapan dari pedagang pasar tradisional serta masyarakat umum sebagai konsumen yang telah disesuaikan dengan penetapan umum. Anggapan sebaran supermarket dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.5.**

**Persepsi Sebaran Supermarket Menjadi Saingan Pasar Tradisional**

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
<b>1</b>	<b>Pedagang</b>		
	a. Ya	55	71,5
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	10	12,9
<b>2</b>	<b>Konsumen</b>		
	a. Ya	3	3,9
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	9	11,7
	<b>Jumlah</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi supermarket menjadi saingan pasar tradisional dari pedagang memberikan respon bahwa sebanyak 55 pedagang atau 71,5% responden menyatakan bahwa supermarket memang dapat menyaingi pedagang pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 10 pedagang atau 12,9% responden merasa supermarket tidak merupakan saingan. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 3 konsumen atau 3,9% responden menyatakan bahwa supermarket memang menjadi saingan dari pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 9 konsumen atau 11,7% responden menyatakan supermarket tidak menjadi saingan dari pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan tempat terjadinya jual beli antara pedagang dengan pembeli yang terjadi secara langsung dan dengan kondisi yang memungkinkan adanya tawar menawar harga dengan penjual langsung. Semakin berkembangnya jumlah penduduk akan menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan bahan makanan pokok yang saat ini banyak diperjual belikan di pasar tradisional. Tetapi seiring dengan berkembangnya penduduk yang mengharuskan adanya peningkatan jumlah konsumen, maka lahirnya bentuk-bentuk baru dari pasar. Bentuk-bentuk tersebut seperti pasar modern, supermarket hingga minimarket yang terus bermunculan hingga dapat memberikan kemudahan konsumen dalam membeli kebutuhan sandang pangan untuk sehari-hari.

Kondisi pasar tradisional umumnya memiliki tempat yang terbagi menjadi beberap gerai dan kios dengan barang dagangan lebih banyak untuk kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan pokok atau sembako. Banyak pedagang pasar tradisional yang memperjualkan barang dagangan mereka karena dapat lebih banyak konsumen yang bertangan untuk berbelanja setiap harinya. Pasar tradisional lebih banyak dijumpai pada wilayah penduduk yang lebih dekat dikunjungi oleh pembeli. Dalam hal ini pedagang Pasar Peterongan telah memberikan pernyataannya terkait dengan penyebaran supermarket yang menjadi saingan pasar tradisional, berikut penjelasannya :

(Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Peterongan 1)

“Yaa ... Kalo dibilang saingan memang saingan mas, karena pasar Peterongan ini kan memang kondisinya berbeda sama supermarket. Disini tempatnya lebih kotor, kumuh, dan tidak higienis sama sekali, tapi saya sebagai pedagang selalu mengutamakan ke higienisan. Selain itu kalo supermarket kan tempatnya bersih, rapi, dan seluruh dagangannya higienis”.

Selain itu pedagang Pasar Peterongan lainnya juga menjelaskan bahwa :

(Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Peterongan 2)

“Memang pasar modern atau supermarket menjadi saingan dari pasar tradisional ini, dilihat dari tempatnya saja sudah berbeda

kondisi dari yang kotor dan kumuh pada pasar tradisional, berbanding dengan bersih dan rapi pada supermarket memang menjadi saingan. Karena konsumen akan lebih memilih tempat belanja yang bersih dan rapi”.

Berdasarkan hasil penjelasan dari pedagang pasar tradisional tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya supermarket memang menjadikannya saingan bagi pedagang pasar tradisional. Hal tersebut karena pasar tradisional lebih kotor, kumuh, dan tidak higienis sama sekali, sedangkan supermarket tempatnya bersih, rapi, dan seluruh dagangannya higienis. Memang pasar modern atau supermarket menjadi saingan dari pasar tradisional, dilihat dari tempatnya saja sudah berbeda kondisi dari yang kotor dan kumuh pada pasar tradisional, berbanding dengan bersih dan rapi pada supermarket memang menjadi saingan. Karena konsumen akan lebih memilih tempat belanja yang bersih dan rapi. Konsep pasar modern terjadi berbeda dengan pasar tradisional yang terjadi antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi secara tidak langsung. Kondisi tersebut terjadi karena konsumen melakukan pembelian dengan memilih produk secara mandiri atau dapat dilayani oleh pramuniaga yang ada. Hadirnya pasar modern seperti Supermarket, Minimarket atau Hypermarket tidak dapat mengancam keberadaan pasar tradisional. Tetapi semakin berkembangnya pasar modern tersebut banyak sekali perubahan yang terjadi pada konsep perdagangan, kondisi yang terjadi seperti konsep pasar modern yang lebih menasar konsumen menengah ke atas, berbeda dengan konsep pasar tradisional yang lebih menasar konsumen menengah ke bawah.

**b. Banyaknya Sebaran Supermarket Memberikan Dampak kepada Pedagang Menurut Persepsi Pedagang**

Anggapan sebaran supermarket merupakan sebuah anggapan dari pedagang pasar tradisional serta masyarakat umum sebagai konsumen yang telah disesuaikan dengan penetapan umum. Anggapan sebaran supermarket memberikan dampak kepada pedagang dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.6.**  
**Persepsi Sebaran Supermarket Memberikan Dampak kepada  
 Pedagang Menurut Persepsi Pedagang**

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
<b>1</b>	<b>Pedagang</b>		
	a. Ya	47	76,1
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	18	23,3
<b>2</b>	<b>Konsumen</b>		
	a. Ya	3	3,9
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	9	11,7
	<b>Jumlah</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi supermarket memberikan dampak kepada pedagang, dari pedagang memberikan respon bahwa sebanyak 47 pedagang atau 76,1% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak kepada pedagang pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 18 pedagang atau 23,3% responden merasa supermarket memberikan dampak kepada pedagang pasar tradisional. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 3 konsumen atau 3,9% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak kepada pedagang pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 9 konsumen atau 11,7% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak kepada pedagang pasar tradisional.

Semakin berkembangnya jumlah penduduk akan menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan bahan makanan pokok yang saat ini banyak diperjual belikan di pasar tradisional. Tetapi seiring dengan berkembangnya penduduk yang mengharuskan adanya peningkatan jumlah konsumen, maka lahirnya bentuk-bentuk baru dari pasar. Bentuk-bentuk tersebut seperti pasar modern, supermarket hingga minimarket yang terus bermunculan hingga dapat memberikan kemudahan konsumen dalam membeli kebutuhan pangan untuk sehari-hari. Dalam hal ini pedagang Pasar Peterongan telah memberikan pernyataannya terkait

dengan penyebaran supermarket yang memberikan dampak kepada pedagang pasar tradisional, berikut penjelasannya :

(Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Peterongan 2)

“Memang dengan tambah banyaknya jumlah supermarket yang tersebar di sekitar Pasar Peterongan ini berdampak kepada pedagang Pasar Peterongan dalam hal jual beli yang menjadi menurunkan jumlah pembeli dan penghasilan pedagang. Karena konsumen bisa lebih memilih berbelanja di supermarket dengan tempatnya yang lebih bersih dan rapi. Tetapi konsumen di Pasar Peterongan ini juga masih cukup banyak, karena konsumen masih dapat tawar menawar harga dagangan yang menjadikan konsumen tetap berbelanja di Pasar Peterongan”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang pasar tradisional tersebut maka dapat disimpulkan bahwa memang dengan adanya sebaran supermarket di sekitar Pasar Peterongan ini berdampak kepada pedagang Pasar Peterongan dalam hal jual beli yang menjadi menurunkan jumlah pembeli dan penghasilan pedagang. Tetapi konsumen di Pasar Peterongan ini juga masih cukup banyak, karena konsumen masih dapat tawar menawar harga dagangan yang menjadikan konsumen tetap berbelanja di Pasar Peterongan.

Dalam perspektif sosial budaya, pasar merupakan tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas strata. Perbedaan pasar tradisional dan modern yang dikenakan terhadap jenis pasar bersumber dari pergeseran pemaknaan terhadap pasar, yang semula menjadi ruang bagi berlangsungnya interaksi sosial, budaya, dan ekonomi kemudian tereduksi menjadi ruang bagi berlangsungnya transaksi ekonomi dan pencitraan terhadap modernisasi yang berlangsung dalam masyarakat.

### **c. Banyaknya Sebaran Supermarket Memberikan Dampak kepada Jumlah Pembeli Menurut Persepsi Pedagang**

Anggapan sebaran supermarket merupakan sebuah anggapan dari pedagang pasar tradisional serta masyarakat umum sebagai konsumen yang telah disesuaikan dengan penetapan umum. Anggapan sebaran

supermarket memberikan dampak kepada jumlah pembeli dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.7.**  
**Persepsi Sebaran Supermarket Memberikan Dampak kepada Jumlah Pembeli Menurut Persepsi Pedagang**

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
<b>1</b>	<b>Pedagang</b>		
	a. Ya	50	66,5
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	15	17,9
<b>2</b>	<b>Konsumen</b>		
	a. Ya	9	11,7
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	3	3,9
	<b>Jumlah</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi supermarket memberikan dampak kepada pedagang, dari pedagang memberikan respon bahwa sebanyak 50 pedagang atau 66,5% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak kepada jumlah pembeli pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 15 pedagang atau 17,9% responden merasa supermarket memberikan dampak kepada jumlah pembeli pasar tradisional. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 9 konsumen atau 11,7% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak kepada jumlah pembeli pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 3 konsumen atau 3,9% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak kepada jumlah pembeli pasar tradisional.

Pengertian pasar secara umum merupakan suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Bagi sektor perdagangan, pasar merupakan tempat pedagang berusaha, sebagai sarana distribusi barang bagi produsen dan petani, tempat memonitor

perkembangan harga dan stok barang beserta lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas. Pasar tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan. Barang yang diperdagangkan adalah kebutuhan sehari-hari, harga barang relatif murah dengan mutu yang kurang diperhatikan, dan cara pembeliannya dengan tawar menawar. Dalam hal ini pedagang Pasar Peterongan telah memberikan pernyataannya terkait dengan penyebaran supermarket yang memberikan dampak kepada jumlah pembeli di pasar tradisional, berikut penjelasannya :

(Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Peterongan 1)

“Dengan semakin banyaknya jumlah pasar modern atau supermarket di sekitar Pasar Peterongan ini cukup memberikan dampak penurunan pembeli di Pasar Peterongan ini. Saya sebagai pedagang di Pasar Peterongan ini memang merasakan penurunan jumlah pembeli”.

Selain penjelasan tersebut pedagang lainnya juga memberikan pernyataan bahwa :

(Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Peterongan 2)

“Memang memberikan dampak penurunan jumlah pembeli supermarket tersebut. Banyak pedagang di Pasar Peterongan ini yang merasakan penurunan jumlah pembeli tersebut. Mungkin yang paling merasakan penurunan pembeli adalah pedagang sembako seperti saya, seperti beras, telur, dll. Karena sembako yang dibeli di supermarket memiliki kualitas dan kuantitas yang lebih baik dari pasar tradisional disini. Kalo pedagang lain seperti sayuran masih cukup banyak memiliki pembeli, karena kalo di pasar tradisional kondisi sayurannya lebih bagus dan lebih *fresh*”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dengan semakin banyaknya jumlah pasar modern atau supermarket di sekitar Pasar Peterongan cukup memberikan dampak penurunan pembeli di Pasar Peterongan. Banyak pedagang di Pasar Peterongan yang merasakan penurunan jumlah pembeli tersebut. Mungkin yang paling merasakan penurunan pembeli adalah pedagang sembako seperti saya, seperti beras, telur, dll. Karena sembako yang dibeli di supermarket

memiliki kualitas dan kuantitas yang lebih baik dari pasar tradisional disini. Kalo pedagang lain seperti sayuran masih cukup banyak memiliki pembeli, karena kalo di pasar tradisional kondisi sayurannya lebih bagus dan lebih *fresh*.

Pasar tradisional merupakan tempat terjadinya jual beli antara pedagang dengan pembeli yang terjadi secara langsung dan dengan kondisi yang memungkinkan adanya tawar menawar harga dengan penjual langsung. Definisi pasar tradisional menurut Perpres nomor 112 tahun 2007 adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

**d. Banyaknya Sebaran Supermarket Memberikan Dampak kepada Penghasilan Pedagang Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang**

Anggapan sebaran supermarket merupakan sebuah anggapan dari pedagang pasar tradisional serta masyarakat umum sebagai konsumen yang telah disesuaikan dengan penetapan umum. Anggapan sebaran supermarket memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.8.**

**Persepsi Sebaran Supermarket Memberikan Dampak kepada Penghasilan Pedagang Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang**

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
1	<b>Pedagang</b>		
	a. Ya	48	62,3
	b. Cukup	-	-
2	<b>Konsumen</b>		
	a. Ya	8	10,4
	b. Cukup	-	-

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
	c. Tidak	4	5,2
	<b>Jumlah</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi supermarket memberikan dampak kepada pedagang, dari pedagang memberikan respon bahwa sebanyak 48 pedagang atau 62,3% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 17 pedagang atau 22,1% responden merasa supermarket memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 8 konsumen atau 10,4% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 4 konsumen atau 5,2% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional.

Keadaan pasar tradisional pada umumnya kurang berkembang dan cenderung tetap tanpa banyak mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Kesan kotor, becek, bay, tidak aman, tidak jujur, harga tidak pasti, pengurangan timbangan, adu tawar, dan barang tidak lengkap menyebabkan pasar tradisional kehilangan pembelinya. Namun pasar tradisional tetap memiliki beberapa keunggulan, diantaranya dari segi interaksi dan komunikasi sosial berupa keakraban diantara penjual dan pembeli sehingga penjual mengenal konsumen dengan baik. Dalam hal ini pedagang Pasar Peterongan telah memberikan pernyataannya terkait dengan penyebaran supermarket yang memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional, berikut penjelasannya :

(Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Peterongan 1)

“Memang penghasilan pedagang Pasar Peterongan ini cukup menurun dengan semakin banyaknya jumlah supermarket di wilayah Pasar Peterongan ini. Banyak pedagang yang mengalami penurunan penghasilan, hal tersebut karena jumlah pembeli yang

menurun dan berdampak pada penurunan penghasilan pedagang. Mungkin yang paling merasakan penurunan pembeli dan penurunan penghasilan adalah pedagang sembako seperti saya, seperti beras, telur, dll. Karena sembako yang dibeli di supermarket memiliki kualitas dan kuantitas yang lebih baik dari pasar tradisional disini. Banyak konsumen yang semakin banyak yang beralih ke supermarket untuk membeli kebutuhan sehari-harinya, karena berbagai alasan seperti tempat yang lebih bersih dan rapi, serta kemudahan pencarian barang yang diinginkannya”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada pedagang Pasar Peterongan menjelaskan bahwa penghasilan pedagang Pasar Peterongan cukup menurun dengan semakin banyaknya jumlah supermarket di wilayah Pasar Peterongan. Banyak pedagang yang mengalami penurunan penghasilan, hal tersebut karena jumlah pembeli yang menurun dan berdampak pada penurunan penghasilan pedagang. Mungkin yang paling merasakan penurunan pembeli dan penurunan penghasilan adalah pedagang sembako seperti saya, seperti beras, telur, dll. Banyak konsumen yang semakin banyak yang beralih ke supermarket untuk membeli kebutuhan sehari-harinya, karena berbagai alasan seperti tempat yang lebih bersih dan rapi, serta kemudahan pencarian barang yang diinginkannya.

Persebaran pasar modern memang menjadi perkembangan wilayah perkotaan yang menjadi salah satu aspek dari peningkatan perekonomian masyarakat. Dengan semakin berkembangnya pasar modern pasti juga akan berdampak pada tingkat ekonomi masyarakat, tetapi juga akan memberikan dampak juga kepada pasar tradisional. Dalam konsep dasar dari penjelasan tersebut melalui konsep Christaller tentang *Central Place Theory*, yang mengemukakan bahwa pusat pelayanan merupakan tempat pusat yang melayani penduduk di wilayahnya sendiri dan juga di wilayah belakang. Pusat kota pastinya lebih banyak adanya persebaran pasar modern dengan menyeluruh pada wilayah penduduk, dengan lebih dekatnya pasar modern kepada wilayah permukiman akan lebih memudahkan warga untuk datang berbelanja.

Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, departement store, dan shopping center dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi dengan label harga yang pasti. Pasar modern sebagian besar dikelola oleh manajemen yang lebih profesional dengan kapasitas besar, sehingga memiliki biaya yang rendah, margin keuntungan yang kecil, namun memiliki volume penjualan yang besar, dan pengoperasiannya menggunakan sistem swalayan. Konsep pasar modern lebih diarahkan kepada penjualan produk-produk yang paling dibutuhkan oleh kebutuhan rumah tangga.

#### 4.2.2. Beralihnya Konsumen

Sebuah tempat dengan aktivitas penjualan dan pembelian sebuah barang antara penjual dan pembeli dalam disebut sebagai fasilitas perdagangan yang dapat dijumpai pada wilayah tertentu seperti pasar tradisional dan pasar modern. Fasilitas perdagangan dapat memanfaatkan kondisi sistem jual beli dengan menggunakan aspek pelayanan secara menyeluruh terhadap konsumen. Anggapan sebaran supermarket merupakan sebuah anggapan dari pedagang pasar tradisional serta masyarakat umum sebagai konsumen yang telah disesuaikan dengan penetapan umum. Anggapan sebaran supermarket memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.9.**

#### **Persepsi Beralihnya Konsumen Pasar Tradisional**

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
<b>1</b>	<b>Pedagang</b>		
	a. Ya	42	54,5
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	23	29,9
<b>2</b>	<b>Konsumen</b>		
	a. Ya	10	12,7
	b. Cukup	-	-

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
	c. Tidak	2	2,9
	<b>Jumlah</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi supermarket memberikan dampak beralihnya konsumen, dari pedagang memberikan respon bahwa sebanyak 42 pedagang atau 54,5% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak beralihnya konsumen, pernyataan lain pedagang sebanyak 23 pedagang atau 29,9% responden merasa supermarket memberikan dampak beralihnya konsumen. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 9 konsumen atau 11,7% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak beralihnya konsumen, konsumen lain sebanyak 3 konsumen atau 3,9% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak beralihnya konsumen. Dalam hal ini pedagang Pasar Peterongan telah memberikan pernyataannya terkait dengan penyebaran supermarket yang memberikan dampak kepada beralihnya konsumen, berikut penjelasannya :

(Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Peterongan 3)

“Memang semakin banyak konsumen yang beralih pada supermarket untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dan berdampak pada pedagang Pasar Peterongan yang semakin menurunkan jumlah konsumen”.

Selain pernyataan tersebut, juga terdapat pernyataan lain dari konsumen sendiri, bahwa :

(Hasil Wawancara dengan Konsumen Pasar Peterongan 1)

“Memang saya kalo berbelanja sering di Pasar Peterongan ini, karena memang jaraknya dekat dengan rumah dan di Pasar Peterongan ini masih bisa tawar menawar harga sih. Kalo belanja di supermarket juga lumayan sering untuk kebutuhan sehari-hari, tetapi masih lebih sering berbelanja di Pasar Peterongan ini, karena memang harganya yang dapat dijangkau penghasilan”.

(Hasil Wawancara dengan Konsumen Pasar Peterongan 2)

“Kalo saya pribadi memang menyukai berbelanja di supermarket karena tempatnya yang lebih bersih dan rapi, serta barang dagangan

yang lebih banyak pilihannya pada satu tempat saja. Tapi kalau di Pasar Peterongan ini kan memang lebih luas dan banyak pedagang yang menjual barang-barang yang tidak dijual di supermarket dengan harga yang terbilang murah. Tetapi memang pasar tradisional ini memiliki tempat yang lebih kotor dan tidak teratur tempatnya”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang menyatakan bahwa semakin banyak konsumen yang beralih pada supermarket untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dan berdampak pada pedagang Pasar Peterongan yang semakin menurunkan jumlah konsumen. Selain pernyataan pedagang juga terdapat pernyataan konsumen bahwa memang banyak konsumen yang sering berbelanja sering di Pasar Peterongan, karena memang jaraknya dekat dengan rumah dan di Pasar Peterongan ini masih bisa tawar menawar harga. Selain itu berbelanja di supermarket karena tempatnya yang lebih bersih dan rapi, serta barang dagangan yang lebih banyak pilihannya pada satu tempat saja. Tapi kalau di Pasar Peterongan lebih luas dan banyak pedagang yang menjual barang-barang yang tidak dijual di supermarket dengan harga yang terbilang murah. Tetapi memang pasar tradisional ini memiliki tempat yang lebih kotor dan tidak teratur tempatnya.

Konsep dan pemaknaan pasar sesungguhnya sangat luas, mencakup dimensi ekonomi dan sosial-budaya. Dalam perspektif sosial budaya, pasar merupakan tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas strata. Perbedaan pasar tradisional dan modern yang dikenakan terhadap jenis pasar bersumber dari pergeseran pemaknaan terhadap pasar, yang semula menjadi ruang bagi berlangsungnya interaksi sosial, budaya, dan ekonomi kemudian tereduksi menjadi ruang bagi berlangsungnya transaksi ekonomi dan pencitraan terhadap modernisasi yang berlangsung dalam masyarakat. Pasar tradisional merupakan salah satu bentuk gerai tradisional. Gerai tradisional merupakan gerai yang sudah sejak lama ada di Indonesia, yaitu berupa warung, toko, dan pasar. Pasar tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan.

#### 4.2.3. Dampak Positif dan Negatif dari Sebaran Supermarket

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayur, telur, daging, pakaian, elektronik, jasa dan lain-lain. pasar seperti ini masih banyak dijumpai di Indonesia dan umumnya terletak di dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Pasar modern berbeda dengan pasar tradisional, dalam pasar modern penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung. Kehadiran pasar modern seperti Supermarket, Hypermarket, Minimarket pada sekitar awal 1980-an. Kehadiran pasar modern awalnya tidak mengancam keberadaan pasar tradisional. Kehadiran para pasar modern yang menyasar konsumen menengah ke atas, saat itu lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik dengan kondisi pasar yang kumuh, dengan tampilan dan kualitas yang buruk, serta harga jual rendah serta sistem tawar-menawar konvensional.

##### a. Sebaran Supermarket yang luas akan memberikan Dampak Positif kepada kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang

Anggapan sebaran supermarket merupakan sebuah anggapan dari pedagang pasar tradisional serta masyarakat umum sebagai konsumen yang telah disesuaikan dengan penetapan umum. Anggapan sebaran supermarket memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.10.**

##### **Persepsi Sebaran Supermarket yang luas akan memberikan Dampak Positif kepada kelangsungan Pasar Tradisional**

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
1	<b>Pedagang</b>		
	a. Ya	42	54,5
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	23	29,9
2	<b>Konsumen</b>		
	a. Ya	8	10,4
	b. Cukup	-	-

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
	c. Tidak	4	5,2
	<b>Jumlah</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi supermarket memberikan dampak positif kepada keberlangsungan pasar tradisional, dari pedagang memberikan respon bahwa sebanyak 42 pedagang atau 54,5% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak positif kepada keberlangsungan pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 23 pedagang atau 29,9% responden merasa supermarket memberikan dampak positif kepada keberlangsungan pasar tradisional. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 8 konsumen atau 10,4% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak positif kepada keberlangsungan pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 4 konsumen atau 5,2% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak positif kepada keberlangsungan pasar tradisional.

**b. Sebaran Supermarket yang luas akan memberikan Dampak Negatif kepada kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang**

Anggapan sebaran supermarket merupakan sebuah anggapan dari pedagang pasar tradisional serta masyarakat umum sebagai konsumen yang telah disesuaikan dengan penetapan umum. Anggapan sebaran supermarket memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.10.**

**Persepsi Sebaran Supermarket yang luas akan memberikan Dampak Negatif kepada kelangsungan Pasar Tradisional**

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
<b>1</b>	<b>Pedagang</b>		
	a. Ya	55	71,5
	b. Cukup	-	-

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
2	c. Tidak	10	12,9
	<b>Konsumen</b>		
	a. Ya	4	3,9
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	8	11,7
	<b>Jumlah</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi supermarket memberikan dampak negatif kepada keberlangsungan pasar tradisional, dari pedagang memberikan respon bahwa sebanyak 55 pedagang atau 12,9% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak negatif kepada keberlangsungan pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 10 pedagang atau 12,9% responden merasa supermarket memberikan dampak negatif kepada keberlangsungan pasar tradisional. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 4 konsumen atau 3,9% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak negatif kepada keberlangsungan pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 8 konsumen atau 11,7% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak negatif kepada keberlangsungan pasar tradisional.

#### 4.2.4. Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang

Anggapan sebaran supermarket merupakan sebuah anggapan dari pedagang pasar tradisional serta masyarakat umum sebagai konsumen yang telah disesuaikan dengan penetapan umum. Anggapan sebaran supermarket memberikan dampak kepada kelangsungan pasar tradisional dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.12.**

**Persepsi Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang**

No	Responden	Anggapan Sebaran Supermarket	
		Frekuensi	%
<b>1</b>	<b>Pedagang</b>		
	a. Ya	51	68,5
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	14	15,9
<b>2</b>	<b>Konsumen</b>		
	a. Ya	7	9,1
	b. Cukup	-	-
	c. Tidak	5	6,5
	<b>Jumlah</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi supermarket memberikan dampak pada kelangsungan pasar tradisional, dari pedagang memberikan respon bahwa sebanyak 51 pedagang atau 68,5% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak pada kelangsungan pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 14 pedagang atau 15,9% responden merasa supermarket memberikan dampak pada kelangsungan pasar tradisional. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 7 konsumen atau 9,1% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak pada kelangsungan pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 5 konsumen atau 6,5% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak pada kelangsungan pasar tradisional. Dalam hal ini pedagang Pasar Peterongan telah memberikan pernyataannya terkait dengan penyebaran supermarket yang memberikan dampak pada kelangsungan pasar tradisional, berikut penjelasannya :

(Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Peterongan 2)

“Kelangsungan pasar tradisional sendiri memang masih berlangsung dengan baik dan selalu mendapatkan pembeli setiap harinya. Memang dengan seiring bertambahnya supermarket di wilayah Pasar Peterongan ini akan menurunkan jumlah pembeli pasar tradisional. Tetapi Pasar Peterongan sendiri tidaklah mengalami penurunan jumlah pembeli yang terlalu signifikan. Tetapi kalo penurunan jumlah pembeli memang terjadi tetapi tidak memberikan dampak penurunan penghasilan yang terlalu rendah sekali bagi pedagang”.

Selain pernyataan tersebut, juga terdapat pernyataan lain dari konsumen sendiri, bahwa :

(Hasil Wawancara dengan Konsumen Pasar Peterongan 2)

“Sebagai konsumen memang tidak dapat mengatakan bahwa supermarket dapat mengalahkan pasar tradisional secara signifikan, tetapi supermarket memang dapat menggaet konsumen sendiri untuk beralih ke supermarket yang memiliki tempat lebih bersih dan rapi. Tetapi masih banyak sekali masyarakat dengan penghasilan dibawah rata-rata yang lebih memilih berbelanja di Pasar Tradisional dengan alasan harga yang lebih terjangkau dan dapat ditawarkan langsung kepada pedagang”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan jual beli di pasar tradisional masih tetap akan berlangsung dengan masih banyaknya juga jumlah pembeli yang lebih memilih berbelanja di pasar tradisional. Kelangsungan pasar tradisional sendiri memang masih berlangsung dengan baik dan selalu mendapatkan pembeli setiap harinya. Memang dengan seiring bertambahnya supermarket di wilayah Pasar Peterongan akan menurunkan jumlah pembeli pasar tradisional. Tetapi Pasar Peterongan sendiri tidaklah mengalami penurunan jumlah pembeli yang terlalu signifikan. Tetapi kalo penurunan jumlah pembeli memang terjadi tetapi tidak memberikan dampak penurunan penghasilan yang terlalu rendah sekali bagi pedagang.

Selain penjelasan dari pedagang sendiri, juga terdapat penjelasan dari konsumen terkait kelangsungan pasar tradisional bahwa konsumen memang tidak dapat mengatakan bahwa supermarket dapat mengalahkan pasar tradisional secara signifikan, tetapi supermarket memang dapat menggaet konsumen sendiri untuk beralih ke supermarket yang memiliki tempat lebih bersih dan rapi. Tetapi masih banyak sekali masyarakat dengan penghasilan dibawah rata-rata yang lebih memilih berbelanja di Pasar Tradisional dengan alasan harga yang lebih terjangkau dan dapat ditawarkan langsung kepada pedagang. Kehadiran pasar modern awalnya tidak mengancam keberadaan pasar tradisional. Kehadiran para pasar modern yang menyasar konsumen menengah ke atas, saat itu lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang

identik dengan kondisi pasar yang kumuh, dengan tampilan dan kualitas yang buruk, serta harga jual rendah serta sistem tawar menawar konvensional.

Pengertian pasar secara umum merupakan suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Konsep dan pemaknaan pasar sesungguhnya sangat luas, mencakup dimensi ekonomi dan sosial-budaya. Dalam perspektif sosial budaya, pasar merupakan tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas strata. Perbedaan pasar tradisional dan modern yang dikenakan terhadap jenis pasar bersumber dari pergeseran pemaknaan terhadap pasar, yang semula menjadi ruang bagi berlangsungnya interaksi sosial, budaya, dan ekonomi kemudian tereduksi menjadi ruang bagi berlangsungnya transaksi ekonomi dan pencitraan terhadap modernisasi yang berlangsung dalam masyarakat.

#### **4.3. Pembahasan**

##### **4.3.1. Anggapan Sebaran Supermarket Menurut Persepsi Pedagang**

Perdagangan merupakan sebuah aktivitas penting dalam kehidupan manusia. Aktivitas perdagangan dilakukan untuk pemenuhan kehidupan sehari-hari. Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat menyebabkan kenaikan terhadap kebutuhan dan permintaan yang terjadi di masyarakat. Seiring dengan berkembangnya zaman dan pesatnya pertumbuhan penduduk hal ini menyebabkan peningkatan kebutuhan akan pasar yang merupakan akses untuk memenuhi kebutuhan hidup. Peningkatan kebutuhan terhadap pasar menjadi cikal bakal muncul dan berkembangnya bentuk-bentuk pasar. Pada awalnya pasar ada dalam bentuk tradisional yang ada di beberapa daerah. Namun, seiring dengan berkembangnya kebutuhan manusia akan pasar muncullah bentuk-bentuk pasar baru atau pasar modern seperti supermarket dan minimarket.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya supermarket memang menjadikannya saingan bagi pedagang pasar tradisional. Hal tersebut karena pasar tradisional lebih kotor, kumuh, dan tidak higienis sama sekali,

sedangkan supermarket tempatnya bersih, rapi, dan seluruh dagangannya higienis. Memang pasar modern atau supermarket menjadi saingan dari pasar tradisional, dilihat dari tempatnya saja sudah berbeda kondisi dari yang kotor dan kumuh pada pasar tradisional, berbanding dengan bersih dan rapi pada supermarket memang menjadi saingan. Karena konsumen akan lebih memilih tempat belanja yang bersih dan rapi. Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian melalui penyebaran angket kepada pedagang dan konsumen, dengan hasil respon bahwa sebanyak 55 pedagang atau 71,5% responden menyatakan bahwa supermarket memang dapat menyaingi pedagang pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 10 pedagang atau 12,9% responden merasa supermarket tidak merupakan saingan. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 3 konsumen atau 3,9% responden menyatakan bahwa supermarket memang menjadi saingan dari pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 9 konsumen atau 11,7% responden menyatakan supermarket tidak menjadi saingan dari pasar tradisional.

Dengan adanya sebaran supermarket di sekitar Pasar Peterongan ini berdampak kepada pedagang Pasar Peterongan dalam hal jual beli yang menjadi menurunkan jumlah pembeli dan penghasilan pedagang. Tetapi konsumen di Pasar Peterongan ini juga masih cukup banyak, karena konsumen masih dapat tawar menawar harga dagangan yang menjadikan konsumen tetap berbelanja di Pasar Peterongan. Selain persebaran, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dengan semakin banyaknya jumlah pasar modern atau supermarket di sekitar Pasar Peterongan cukup memberikan dampak penurunan pembeli di Pasar Peterongan. Banyak pedagang di Pasar Peterongan yang merasakan penurunan jumlah pembeli tersebut. Mungkin yang paling merasakan penurunan pembeli adalah pedagang sembako seperti saya, seperti beras, telur, dll. Karena sembako yang dibeli di supermarket memiliki kualitas dan kuantitas yang lebih baik dari pasar tradisional disini. Kalo pedagang lain seperti sayuran masih cukup banyak memiliki pembeli, karena kalo di pasar tradisional kondisi sayurannya lebih bagus dan lebih *fresh*.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa penghasilan pedagang Pasar Peterongan cukup menurun dengan semakin banyaknya jumlah supermarket di wilayah Pasar Peterongan. Banyak pedagang yang mengalami penurunan penghasilan, hal tersebut karena jumlah pembeli yang menurun dan berdampak pada penurunan penghasilan pedagang. Mungkin yang paling merasakan penurunan pembeli dan penurunan penghasilan adalah pedagang sembako seperti saya, seperti beras, telur, dll. Banyak konsumen yang semakin banyak yang beralih ke supermarket untuk membeli kebutuhan sehari-harinya, karena berbagai alasan seperti tempat yang lebih bersih dan rapi, serta kemudahan pencarian barang yang diinginkannya. Selain itu juga terdapat hasil angket dari pedagang dan konsumen dengan respon bahwa sebanyak 50 pedagang atau 66,5% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak kepada jumlah pembeli pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 15 pedagang atau 17,9% responden merasa supermarket memberikan dampak kepada jumlah pembeli pasar tradisional. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 9 konsumen atau 11,7% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak kepada jumlah pembeli pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 3 konsumen atau 3,9% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak kepada jumlah pembeli pasar tradisional.

Persebaran pasar modern memberikan dampak yang cukup signifikan seperti penurunan penghasilan dari berkurangnya konsumen. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian dengan penyebaran angket kepada pedagang dan konsumen bahwa sebanyak 48 pedagang atau 62,3% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 17 pedagang atau 22,1% responden merasa supermarket memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 8 konsumen atau 10,4% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 4 konsumen

atau 5,2% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak kepada penghasilan pedagang pasar tradisional.

Para pedagang pasar tradisional banyak yang beranggapan bahwa dengan adanya pasar modern akan merugikan pedagang pasar tradisional, tetapi setelah adanya observasi kepada para pedagang pasar tradisional memang terdapat keuntungan dan kerugian dengan adanya pasar modern bagi pedagang pasar tradisional. Tetapi bagi para pedagang pasar tradisional hal tersebut tidak mengakibatkan berkurangnya konsumen secara signifikan, karena memang sejak awal banyak konsumen yang lebih senang berbelanja di pasar tradisional karena alasannya sendiri-sendiri. Setiap konsumen pastinya memiliki alasan tersendiri untuk berbelanja di pasar tradisional daripada pasar modern.

Persebaran pasar modern lebih banyak cenderung pada wilayah permukiman, karena lebih dekat langsung dengan masyarakat. Memang pada wilayah permukiman, khusus pada wilayah pusat kota pastinya banyak sekali sebaran pasar modern. Pusat kota menjadi wilayah dengan kondusi yang lebih banyak sekali kegiatan warga kota dengan berbagai pekerjaan dari perdagangan, pelayanan, serta aktifitas masyarakat lainnya. Menurut Christaller (1933) menyebut bahwa *central place* bukan kota karena lebih bersifat netral kegiatan-kegiatan yang memiliki sifat pusat (pelayanan dan distribusi) akan mendapat keuntungan jika mengumpul di suatu tempat tertentu. Hal ini disebabkan karena jika kegiatan dipusatkan di tempat tertentu memungkinkan adanya partisipasi masyarakat secara maksimal, baik yang terlibat dalam aktifitas pelayanan, maupun konsumen yang dilayani.

Dasar terbentuknya pusat wilayah adalah keinginan masyarakat untuk meminimalkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu juga karena permukiman-permukiman penduduk yang cenderung menyebar menyebabkan perlunya suatu pusat pelayanan sebagai pusat kegiatan masyarakat. Seringkali kita jumpai bahwa pusat-pusat pelayanan yang ada di suatu wilayah tidak tersusun secara hirarki karena tidak meratanya fasilitas-fasilitas di wilayah tersebut. Hal ini diperparah dengan sulitnya akses untuk menjangkau pusat pelayanan tersebut. Tetapi

kondisi persebaran pasar modern pada pusat kota lebih banyak dan lebih dekat dengan masyarakat. Dengan persebaran pasar modern yang lebih banyak pada pusat kota sesuai dengan kondisi tersebut akan berdampak pada kondisi pasar tradisional yang pastinya juga mengalami dampak secara tidak langsung dengan keberadaan pasar modern yang lebih banyak dan lebih dekat dengan masyarakat.

Pasar tradisional merupakan tempat terjadinya jual beli antara pedagang dengan pembeli yang terjadi secara langsung dan dengan kondisi yang memungkinkan adanya tawar menawar harga dengan penjual langsung. Kondisi pasar tradisional umumnya memiliki tempat yang terbagi menjadi beberap gerai dan kios dengan barang dagangan lebih banyak untuk kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan pokok atau sembako. Banyak pedagang pasar tradisional yang memperjualkan barang dagangan mereka karena dapat lebih banyak konsumen yang bertangan untuk berbelanja setiap harinya. Pasar tradisional lebih banyak dijumpai pada wilayah penduduk yang lebih dekat dikunjungi oleh pembeli. Semakin berkembangnya jumlah penduduk akan menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan bahan makanan pokok yang saat ini banyak diperjual belikan di pasar tradisional. Tetapi seiring dengan berkembang penduduk yang mengharuskan adanya peningkatan jumlah konsumen, maka lahirnya bentuk-bentuk baru dari pasar. Bentuk-bentuk tersebut seperti pasar modern, supermarket hingga minimarket yang terus bermunculan hingga dapat memberikan kemudahan konsumen dalam membeli kebutuhan sandang pangan untuk sehari-hari.

#### **4.3.2. Beralihnya Konsumen**

Salah satu fasilitas perdagangan adalah pasar, dimana pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjualan lebih dari satu baik yang disebut pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pengertian pasar secara umum merupakan suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah

yang diperdagangkan. Dalam perspektif sosial budaya, pasar merupakan tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas strata. Perbedaan pasar tradisional dan modern yang dikenakan terhadap jenis pasar bersumber dari pergeseran pemaknaan terhadap pasar, yang semula menjadi ruang bagi berlangsungnya interaksi sosial, budaya, dan ekonomi kemudian tereduksi menjadi ruang bagi berlangsungnya transaksi ekonomi dan pencitraan terhadap modernisasi yang berlangsung dalam masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin banyak konsumen yang beralih pada supermarket untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dan berdampak pada pedagang Pasar Peterongan yang semakin menurunkan jumlah konsumen. Selain pernyataan pedagang juga terdapat pernyataan konsumen bahwa memang banyak konsumen yang sering berbelanja sering di Pasar Peterongan, karena memang jaraknya dekat dengan rumah dan di Pasar Peterongan ini masih bisa tawar menawar harga. Selain itu berbelanja di supermarket karena tempatnya yang lebih bersih dan rapi, serta barang dagangan yang lebih banyak pilihannya pada satu tempat saja. Tapi kalau di Pasar Peterongan lebih luas dan banyak pedagang yang menjual barang-barang yang tidak dijual di supermarket dengan harga yang terbilang murah. Tetapi memang pasar tradisional ini memiliki tempat yang lebih kotor dan tidak teratur tempatnya.

Dalam hasil penelitian juga telah menjelaskan bahwa banyak konsumen yang beralih kepada pasar modern untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut sesuai dengan angkat yang disebarkan kepada pedagang dan konsumen bahwa sebanyak 42 pedagang atau 54,5% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak beralihnya konsumen, pernyataan lain pedagang sebanyak 23 pedagang atau 29,9% responden merasa supermarket memberikan dampak beralihnya konsumen. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 9 konsumen atau 11,7% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak beralihnya konsumen, konsumen lain sebanyak 3 konsumen atau 3,9% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak beralihnya konsumen.

Dunia ritel memberikan istilah pasar sebagai tempat transaksi jual beli barang atau jasa jarang digunakan. Kata pasar dalam arti tempat lebih spesifik merujuk ke pengertian pasar tradisional. Dalam kebanyakan literatur terutama yang berasal dari luar negeri jarang sekali menggunakan kata pasar yang dalam bahasa Inggrisnya *market*. Penggunaan kata *market* lebih umum ke kata *marketing* yang berarti pemasaran. Pasar dalam pengertian tempat jual beli atau berbelanja yang umum dipakai adalah gerai atau *outlet*. Ada satu istilah lagi yang sering dipakai yakni *store* yang berarti toko. Pasar tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang usaha sempit, sarana parkir kurang memadai, kurang menjaga kebersihan pasar, dan penerangan yang kurang baik). Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, departement store, dan shopping center dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi dengan label harga yang pasti.

#### **4.3.3. Dampak Positif dan Negatif dari Sebaran Supermarket**

Pasar tradisional merupakan salah satu bentuk gerai tradisional. Gerai tradisional merupakan gerai yang sudah sejak lama ada di Indonesia, yaitu berupa warung, toko, dan pasar (Ma'ruf, 2005). Toko dan pasar yang dimaksud disini adalah toko dan pasar tradisional. Terdapat satu lagi model gerai tradisional yang bergerak berupa gerobak, penjualnya disebut pedagang keliling. Warung biasanya menjual kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pasar atau pasar tradisional adalah tempat pusat berbelanja versi tradisional. Warung dan tokokelontong jumlahnya sangat banyak sekali dan biasanya tersebar di permukiman-permukiman. Warung dan toko kelontong biasanya dimiliki oleh perseorangan. Berdasarkan barang yang diperjualkan pasar tradisional dapat dikelompokkan menjadi pasar umum dan pasar khusus. Pasar umum adalah pasar yang menjual barang-barang kebutuhan penduduk

baik primer, sekunder, tersier serta barang-barang khusus, dan jasa-jasa lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan lebih banyak pedagang maupun konsumen yang lebih memiliki anggapan bahwa dengan sebaran supermarket akan memberikan dampak positif maupun negatif terhadap kelangsungan pasar tradisional atau Pasar Peterongan. Para pedagang pasar tradisional merasa bahwa dengan kehadiran pasar modern memberikan dampak negatif maupun positif. Dampak negatif yang terjadi dengan adanya pasar modern akan menurunkan konsumen yang berbelanja di pasar tradisional, hal tersebut memang terjadi tetapi penurunan konsumen tidak terlalu signifikan untuk dapat dikatakan penurunan konsumen. Karena masih banyak konsumen yang menjadi pelanggan tetap untuk berbelanja di pasar tradisional. Selain dampak negatif juga ada dampak positif bagi para pedagang pasar tradisional, dampak tersebut munculnya saingan dalam dunia perdagangan. Selama ini para pedagang pasar selalu bersaing antar pedagang pasar, dengan munculnya pasar modern menjadi saingan baru yang lebih baru dengan berbagai inovasi modern menggunakan teknologi informasi yang tidak dipergunakan oleh para pedagang pasar tradisional.

Banyak sekali pedagang Pasar Peterongan yang merasa dengan adanya pasar modern yang banyak tersebar di wilayah Kelurahan Peterongan memberikan dampak negatif bagi para pedagang Pasar Peterongan sendiri. Hal tersebut juga sesuai dengan angket yang disebar kepada pedagang dan konsumen bahwa sebanyak 55 pedagang atau 12,9% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak negatif kepada keberlangsungan pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 10 pedagang atau 12,9% responden merasa supermarket memberikan dampak negatif kepada keberlangsungan pasar tradisional. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 4 konsumen atau 3,9% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak negatif kepada keberlangsungan pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 8 konsumen atau 11,7% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak negatif kepada keberlangsungan pasar tradisional.

Dengan adanya dampak positif serta dampak negatif bagi para pedagang pasar tradisional menjadikannya sebuah persaingan pada dunia perdagangan dengan berbagai inovasi yang diberikan. Pasar modern lebih kekinian dengan berbagai inovasi teknologi yang diberikan seperti tempat yang lebih modern, bersih rapi, serta berbagai macam bentuk pembayaran secara digital. Dengan adanya persaingan tersebut akan membuat konsumen dapat memilih lokasi membelanjanya. Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, departement store, dan shopping center. Pasar modern sebagian besar dikelola oleh manajemen yang lebih profesional dengan kapasitas besar, sehingga memiliki biaya yang rendah, margin keuntungan yang kecil, namun memiliki volume penjualan yang besar, dan pengoperasiannya menggunakan sistem swalayan. Konsep pasar modern lebih diarahkan kepada penjualan produk-produk yang paling dibutuhkan oleh kebutuhan rumah tangga. Supermarket merupakan bentuk toko ritel yang operasinya cukup besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume penjualan tinggi, terkelompok berdasarkan lini produk, *self-service*, dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, seperti daging hasil produk olahan, makanan kering, makanan basah, serta item-item produk non-food seperti mainan, majalah, toiletris, dan sebagainya.

#### **4.3.4. Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang**

Pasar tradisional merupakan tempat terjadinya jual beli antara pedagang dengan pembeli yang terjadi secara langsung dan dengan kondisi yang memungkinkan adanya tawar menawar harga dengan penjual langsung. Kondisi pasar tradisional umumnya memiliki tempat yang terbagi menjadi beberap gerai dan kios dengan barang dagangan lebih banyak untuk kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan pokok atau sembako. Semakin berkembangnya jumlah penduduk akan menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan bahan makanan pokok yang saat ini banyak diperjual belikan di pasar tradisional. Tetapi seiring dengan berkembangnya penduduk yang mengharuskan adanya peningkatan jumlah konsumen, maka lahirnya bentuk-

bentuk baru dari pasar. Konsep pasar modern terjadi berbeda dengan pasar tradisional yang terjadi antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi secara tidak langsung. Kondisi tersebut terjadi karena konsumen melakukan pembelian dengan memilih produk secara mandiri atau dapat dilayani oleh pramuniaga yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan jual beli di pasar tradisional masih tetap akan berlangsung dengan masih banyaknya juga jumlah pembeli yang lebih memilih berbelanja di pasar tradisional. Kelangsungan pasar tradisional sendiri memang masih berlangsung dengan baik dan selalu mendapatkan pembeli setiap harinya. Memang dengan seiring bertambahnya supermarket di wilayah Pasar Peterongan akan menurunkan jumlah pembeli pasar tradisional. Tetapi Pasar Peterongan sendiri tidaklah mengalami penurunan jumlah pembeli yang terlalu signifikan. Tetapi kalo penurunan jumlah pembeli memang terjadi tetapi tidak memberikan dampak penurunan penghasilan yang terlalu rendah sekali bagi pedagang.

Analisis penelitian yang dilakukan melalui penyebaran angket kepada pedagang dan konsumen memberikan hasil bahwa bahwa sebanyak 51 pedagang atau 68,5% responden menyatakan bahwa supermarket memberikan dampak pada kelangsungan pasar tradisional, pernyataan lain pedagang sebanyak 14 pedagang atau 15,9% responden merasa supermarket memberikan dampak pada kelangsungan pasar tradisional. Selain pedagang juga terdapat pernyataan dari konsumen sebanyak 7 konsumen atau 9,1% responden menyatakan bahwa supermarket memang memberikan dampak pada kelangsungan pasar tradisional, konsumen lain sebanyak 5 konsumen atau 6,5% responden menyatakan supermarket tidak memberikan dampak pada kelangsungan pasar tradisional.

Selain itu juga terdapat hasil penelitian melalui perspektif konsumen bahwa konsumen memang tidak dapat mengatakan bahwa supermarket dapat mengalahkan pasar tradisional secara signifikan, tetapi supermarket memang dapat menggaet konsumen sendiri untuk beralih ke supermarket yang memiliki tempat lebih bersih dan rapi. Tetapi masih banyak sekali masyarakat dengan penghasilan dibawah rata-rata yang lebih memilih berbelanja di Pasar

Tradisional dengan alasan harga yang lebih terjangkau dan dapat ditawarkan langsung kepada pedagang. Kehadiran pasar modern awalnya tidak mengancam keberadaan pasar tradisional. Kehadiran para pasar modern yang menasar konsumen menengah ke atas, saat itu lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik dengan kondisi pasar yang kumuh, dengan tampilan dan kualitas yang buruk, serta harga jual rendah serta sistem tawar-menawar konvensional.

Konsep pasar modern terjadi berbeda dengan pasar tradisional yang terjadi antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi secara tidak langsung. Kondisi tersebut terjadi karena konsumen melakukan pembelian dengan memilih produk secara mandiri atau dapat dilayani oleh pramuniaga yang ada. Sudah banyak pasar modern yang semakin berkembang di Indonesia seperti Swalayan, Supermarket, Hypermarket, dan Minimarket. Pasar modern tersebut selalu menjual produk-produk yang tahan lama serta memiliki kualitas produk yang terjamin. Hadirnya pasar modern seperti Supermarket, Minimarket atau Hypermarket tidak dapat mengancam keberadaan pasar tradisional. Tetapi semakin berkembangnya pasar modern tersebut banyak sekali perubahan yang terjadi pada konsep perdagangan, kondisi yang terjadi seperti konsep pasar modern yang lebih menasar konsumen menengah ke atas, berbeda dengan konsep pasar tradisional yang lebih menasar konsumen menengah ke bawah. Tetapi kondisi lain muncul dengan semakin banyak pasar tradisional yang lebih identik dengan kondisi pasar yang semakin kumuh dan tidak terawat, bahkan banyak sekali sampah yang berserakan tidak terurus oleh pengurus pasar maupun pedagang. Berbeda dengan kondisi pasar modern yang lebih bersih dan produk yang higienis, membuat konsumen dapat memilih lokasi berbelanja dengan sendirinya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dihasilkan beberapa kesimpulan :

1. Supermarket memang menjadi saingan bagi pedagang pasar tradisional, karena dapat dilihat dari tempatnya saja sudah berbeda kondisi dari yang kotor dan kumuh pada pasar tradisional, berbanding dengan bersih dan rapi pada supermarket memang menjadi saingan. Dengan adanya sebaran supermarket di sekitar Pasar Peterongan ini berdampak kepada pedagang Pasar Peterongan dalam hal jual beli yang menjadi menurunkan jumlah pembeli dan penghasilan pedagang. Tetapi konsumen di Pasar Peterongan ini juga masih cukup banyak, karena konsumen masih dapat tawar menawar harga dagangan yang menjadikan konsumen tetap berbelanja di Pasar Peterongan. Dalam hasil penelitian telah menunjukkan banyak responden pedagang yang menyatakan dengan persebaran supermarket di wilayah Pasar Peterongan menjadi adanya persaingan dagang antara pedagang Pasar Peterongan dengan Supermarket.
2. Menurut persepsi pedagang banyak konsumen yang lebih sering berbelanja pada supermarket karena lebih dekat dengan wilayah penduduk, hal tersebut memberikan dampak penurunan jumlah konsumen yang berbelanja pada Pasar Peterongan. Menurut pedagang Pasar Peterongan sendiri memang terjadi adanya penurunan pengunjung, tetapi hal tersebut tidak memberikan dampak yang cukup besar seperti mengurangi pendapatan pedagang Pasar Peterongan. Masih banyak konsumen yang berbelanja di Pasar Peterongan dengan alasan harga yang lebih rendah. Banyak pedagang Pasar Peterongan yang merasa dengan adanya supermarket memberikan dampak penurunan konsumen hingga penurunan penghasilan pedagang Pasar Peterongan.
3. Lebih banyak pedagang maupun konsumen yang lebih memiliki anggapan bahwa dengan sebaran supermarket akan memberikan dampak positif

maupun negatif terhadap kelangsungan Pasar Peterongan. Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, departement store, dan shopping center. Pasar modern sebagian besar dikelola oleh manajemen yang lebih profesional dengan kapasitas besar, sehingga memiliki biaya yang rendah, margin keuntungan yang kecil, namun memiliki volume penjualan yang besar, dan pengoperasiannya menggunakan sistem swalayan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut pedagang Pasar Peterongan banyak konsumen yang beralih berbelanja di supermarket daripada di Pasar Peterongan. Hal tersebut disebabkan banyak alasan seperti kondisi lingkungan supermarket lebih bersih, aman dan nyaman bagi konsumen, berbeda dengan kondisi lingkungan Pasar Peterongan yang lebih kumuh, kotor dan tidak higienis. Kondisi tersebut yang menjadikan banyak konsumen beralih ke supermarket untuk berbelanja kebutuhan.

4. Pelaksanaan jual beli di pasar tradisional masih tetap akan berlangsung dengan masih banyaknya juga jumlah pembeli yang lebih memiliki berbelanja di pasar tradisional. Kelangsungan pasar tradisional sendiri memang masih berlangsung dengan baik dan selalu mendapatkan pembeli setiap harinya. Memang dengan seiring bertambahnya supermarket di wilayah Pasar Peterongan akan menurunkan jumlah pembeli pasar tradisional. Tetapi Pasar Peterongan sendiri tidaklah mengalami penurunan jumlah pembeli yang terlalu signifikan. Tetapi masih banyak sekali masyarakat dengan penghasilan dibawah rata-rata yang lebih memilih berbelanja di Pasar Tradisional dengan alasan harga yang lebih terjangkau dan dapat ditawar langsung kepada pedagang.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka penulis juga dapat memberikan saran kepada pedagang Pasar Peterongan, yaitu :

1. Dapat meningkatkan kondisi kebersihan lingkungan Pasar Peterongan, agar dapat memberikan efek nyaman kepada konsumen yang datang untuk berbelanja di Pasar Peterongan.
2. Memberikan bonus atau potongan harga yang sesuai dengan kondisi perekonomian masyarakat, agar dapat menarik konsumen lebih berbelanja di Pasar Peterongan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2003. *Psikologi Kepemimpinan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bintarto, R dan Surastopo Hadi Sumarno. 1982. *Metode Analisa Geografi*. Jakarta: LP3ES.
- Christaller, Walter. (1933). *Central Places in Southern Germany*. Germany.
- Daldjoeni, N. 1992. *Geografi Baru Organisasi Keruangan Dalam Teori Dan. Praktek*. Bandung: Alumni.
- Jayadinata. 1999. *Tata Guna Tanah dalam Perencanaan Pedesaan. Perkotaan dan Wilayah*. Bandung: Penerbit ITB.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Lincoln, Yvonna S & Egon G. Guba. 1985. *Naturalistic Inquiry*. California: Sage
- Ma'ruf, Hendri, (2006) *Pemasaran Ritel*, Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Miles dan Huberman. 1992. *Analisis data Kualitatif. (diterjemahkan Ole: Tjetjep Rohedi Rosidi)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Moleong Lexy J. 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja. Rosdakarya.
- Nurmalasari, Y. (2007). *Hubungan Antara Dukungan Sosial Dengan Harga Diri pada Remaja Penderita Penyakit Lupus*. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta.
- Rondinelli, 1985. *Perumahan dan Permukiman*. Surabaya : ITS.
- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sukaesih, H. 1994. "Pasar Swalayan dan Prospeknya". *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*.
- Tarigan, Robinson. 2005. *Ekonomi Regional. Teori dan Aplikasi*. Bumi Aksara. Jakarta.

## LAMPIRAN



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
FAKULTAS TEKNIK

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
10/12 <sup>20</sup>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ lokasi, dibuat blok kawasannya -</li><li>→ Data jumlah pasar &amp; supermarket nya -</li><li>→ Buat peta lokasi -</li><li>→ Data <sup>2</sup> ts perlu di masukkan.<ul style="list-style-type: none"><li>- penduduk kawasan yg income.</li><li>- Data bel' masy.</li></ul></li></ul> <p>↓ All.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- langsung ke tab ts lain</li></ul>	



LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjock Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
8/21 /5	→ Tema judul mencari lokasi yg lain. — ↓ Lokasi disini sudah pernah ada	



LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
3/6 <sup>21</sup>	<p>Coba bisa dibuat sebuah kajian: perkolasi rupan pasar tradisional ke pasar Modern ( Super Market)</p> <p>dan bisa juga dapat di jadikan pemetaan perkembangan Super Market</p>	



LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
22/21/16	<p>Boat skema ferri 1/2 muzija kpt Muzandot Kuyg- Perdagangan</p> <pre>graph TD; A(Perdagangan) --&gt; B(Retail); B --&gt; C(Supermarket 2);</pre> <p>Muzandot y pas ke Jember!</p>	



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
FAKULTAS TEKNIK

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjock Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
24/21 7	Pada tab II Sengkapi peta persebaran Supermarket lihat kel. (41)	



LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjock Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
4/8 21	<p>Coba &amp; verifikasi deriva tesman pd. hal (59) &amp; hal. (65)</p> <p>positif</p> <p>negatif</p> <p>mestinya selaras</p> <p>&amp; kaitkan dg pengaruh pasar</p> <p>- Supermarket → orang yg berkualitasnya ya?</p> <p>- pasar tradisional → orang yg berkualifikasi</p> <p>Responden hrs merata</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• pengguna supermarket</li><li>• pengguna pasar</li><li>• pedagang pasar</li><li>• pemilik supermarket</li><li>• pta. pengguna ???</li></ul> <p>dan mana saja ... ?</p>	



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )

FAKULTAS TEKNIK

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1: Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2: Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
7/8/21	Ae Siy Sidiy	



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
23/21 11	Ae.	



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjock Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
28/2/ 12	Ace. H. Kiginakari	

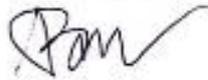


YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
25 November 2020	Variabel Indikator Parameternya dilengkapi, sama coba susun kuesionernya	



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
13 Desember 2020	Grafik Kerangka Metodologi ditambahkan, harusnya sudah metris sudah ada ni grafik VIP diperbaiki dan Diperdalam Kembali. Form Wawancara susun ulang sesuai VIP yg direvisi.	



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
15 Januari 2021	Sepertinya penelitian anda lebih ke kuantitatif, karena mencari dampak, coba liat juga 3 penelitian terdahulu di keaslian penelitian juga semuanya menggunakan kuantitatif. Karena lebih pas ke kuantitatif.	



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
10/1/2021	PERUBAHAN METODA DAN PEMAHAMAN SASARAN : AKSESIBILITAS SAMPAS	



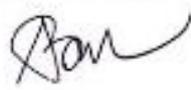
YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )

**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1: Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2: Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
4 Februari 2021	cek kuesioner ya.. coba susun lagi Disesuaikan lagi kuesionernya.	



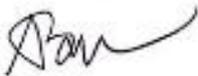
YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )

**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1: Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2: Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
24 Februari 2021	kuesioner yg dibuat masih ditujukan ke pedagang pasar tradisional, jadi tidak relevan bila 1 kuesioner dipakai ke berbagai responden	

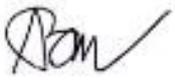


YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
5 Maret 2021	Struktur pertanyaan sesuai VIP Dapat diberikan pertanyaan terbuka untuk memperkuat analisis deskripsi nanti	



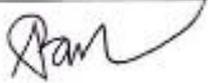
YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )

**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
8 Mei 2021	untuk statistik deskripsinya udah oke.. tapi belum ada uji analisis seperti yg tertera di halaman 14-17 di laporan TA anda.	

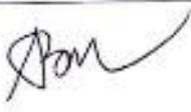


YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
14 September 2021	Grafik Bab 4 tolong dikoreksi lagi, ada kesamaan angka. Coba disesuaikan juga dengan diskripsinya.	



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional  
Di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Seletan, Kota Semarang  
Pembimbing 1 : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2 : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
11 Oktober 2021	<p>+ Untuk Uji T, sepertinya data anda tidak memenuhi syarat untuk uji T. syarat uji T</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Pengambilan sampel secara acak (random).</li><li>2. Data yang diperoleh dari sampel mempunyai sebaran normal (distribusi normal). Hal ini dapat dilakukan dengan uji normalitas.</li><li>3. Data yang diperoleh merupakan data homogen.</li><li>4. Jumlah sampel (n) tiap subjek diusahakan sama. Kayanya nomor 4 tidak memenuhi, saran saya di hapus saja uji T di metodologi dan bab 4. Kuatkan distribusi frekuensinya di bab 4, dari saya cukup itu saja</li></ol> <p>+ Bab 5, disusun dengan kalimat yang baik dan mengalir, contoh pada point 2. Konsumen yang beralih pada supermarket untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dan berdampak pada pedagang Pasar Peterongan yang semakin menurunkan jumlah konsumen. Memang banyak konsumen yang sering berbelanja sering di Pasar Peterongan, karena memang jaraknya dekat dengan rumah dan di Pasar Peterongan ini masih bisa tawar menawar harga. Kalimat pertama bilang bermasalah dengan menurunkan jumlah konsumen, tapi kalimat kedua tidak mendukung kalimat pertama, malah kebalikan dengan bilang "memang banyak konsumen yg sering belanja". kalimat pertama bilang berkurang, kalimat kedua bilang banyak. ACC, lanjut sidang.</p>	



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG ( UNISSULA )  
**FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO Box. 1054 Telp. (024) 6583584 (8 Sal) Fac (024) 6582455 Semarang 50012

**LEMBAR ASISTENSI  
TUGAS AKHIR**

Nama : Rakryan Bagaskara  
NIM : 31201700078  
Judul : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang Di Kelurahan Karangayu, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang  
Pembimbing 1: Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.  
Pembimbing 2: Bobby Rahman, S.T, M.T.

Hari/ Tanggal	Asistensi	Paraf
29/12 <sup>21</sup>	- Acc Pengisian -	



**YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)  
FAKULTAS TEKNIK  
PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA**  
Jl. Raya Kaligawe Km. 4 Semarang 50112 Telp. (024) 8581564 (E. Mail) Fax. (024) 6582455  
email: informasi@unissula.ac.id web: www.unissula.ac.id

Fakultas Teknik Prodi. Perencanaan Wilayah & Kota

Bismillah Membangun Generasi Khaira Ummah

**LEMBAR KOREKSI  
UJIAN PEMBAHASAN TUGAS AKHIR**

Nama : RAKRYAN BAGASKARA  
Nim : 31201700078  
Judul TA : DAMPAK SEBARAN LOKASI SUPERMARKET THD KELANGSUNGAN PASAR  
TRADISIONAL DI KEL PETERONGAN KEC SEMARANG SELATAN KOTA  
SEMARANG  
Pembimbing : 1. Ir. Tjoek Suroso Hadi, MT  
2. Bobby Rahman., ST., MT  
Penguji : Agus Rochani, ST.MT

**Koreksi/Masukan**

1. Tambah perhitungan jumlah pengunjung, perbandingan setiap hari, antara supermarket dengan pasar tradisional

Semarang, 10 November 2021

Mengetahui  
Koordinator TA

(Dr. Mila Karmilah, ST, MT)  
NIK. 210298024

Penguji/Pembimbing

(Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.)  
NIK. 220298027



**YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)  
FAKULTAS TEKNIK  
PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA**  
Jl. Raya Kaligawe Km.4 Semarang 50112 Telp.(024) 8583584 (S. Hali) Fax.(024) 8582455  
email: informasi@unissula.ac.id web: www.unissula.ac.id

Fakultas Teknik Prodi. Perencanaan Wilayah & Kota

Bismillah Membangun Generasi Khaira Ummah

**LEMBAR KOREKSI  
UJIAN PEMBAHASAN TUGAS AKHIR**

Nama : RAKRYAN BAGASKARA  
Nim : 31201700078  
Judul TA : DAMPAK SEBARAN LOKASI SUPERMARKET THD KELANGSUNGAN PASAR  
TRADISIONAL DI KEL PETERONGAN KEC SEMARANG SELATAN KOTA  
SEMARANG  
Pembimbing : 1. Ir. Tjoek Suroso Hadi, MT  
2. Boby Rahman., ST., MT  
Penguji : Agus Rochani, ST.MT

**Koreksi/Masukan**

1. Disesuaikan dengan metodologinya, yaitu kuantitatif, maka kuatkan di kuantitatif atau angka-angka. Angka-angka inilah nanti yang menjadi dasar anda untuk membuat deskripsi analisisnya.

Semarang, 10 November 2021

Mengetahui  
Koordinator TA

(Dr. Mila Karmilah, ST, MT)  
NIK. 210298024

Penguji/Pembimbing

(Boby Rahman, ST, MT)  
NIK. 220298027



**YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)**

**FAKULTAS TEKNIK**

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA**

Jl. Raya Kaligawe Km.4 Semarang 50112 Telp.(024) 6583584 (8 Sal) Fax.(024) 6582455  
email: informasi@unissula.ac.id web: www.unissula.ac.id

Fakultas Teknik Prodi. Perencanaan Wilayah & Kota

Bismillah Membangun Generasi Khaira Ummah

**LEMBAR KOREKSI  
UJIAN PEMBAHASAN TUGAS AKHIR**

Nama : RAKRYAN BAGASKARA  
Nim : 31201700078  
Judul TA : DAMPAK SEBARAN LOKASI SUPERMARKET THD KELANGSUNGAN PASAR  
TRADISIONAL DI KEL PETERONGAN KEC SEMARANG SELATAN KOTA  
SEMARANG  
Pembimbing : 1. Ir. Tjoek Suroso Hadi, MT  
2. Boby Rahman., ST., MT  
Penguji : Agus Rochani, ST.MT

**Koreksi/Masukan**

1. Penentuan batas lokasi mestinya mempertimbangkan aspek skala pelayanan tiap tiap fasilitas. Kalau pasar peterongan yang berskala BWK, mestinya akan bersaing dengan banyak toko modern di seluruh lokasi BWK tersebut. Tampilkan sebaran lokasi dalam bentuk spasial peta secara jelas.
2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif atau kualitatif? Kalau kuantitatif, maka ada grand theory yang akan diuji di lapangan, sedangkan kalau kualitatif akan lebih melihat perilaku atau aspek aspek sosial dari persaingan ini.
3. Hati hati dalam melakukan analisis, semua statemen harus berlandaskan data yang jelas. Kelemahan studi ini pada validitas dari penghimpunan data, kompilasi hingga temuan dalam analisis anda yang belum bisa dijelaskan asal usulnya.

Semarang, 10 November 2021

Mengetahui  
Koordinator TA

  
(Dr. Mila Karmilah., ST., MT)  
NIK. 210298024

Penguji/Pembimbing



(Agus R, MT.)  
NIK. 230202048

## **BERITA ACARA UJIAN PEMBAHASAN TUGAS AKHIR**

Pelaksanaan Sidang Pembahasan Tugas Akhir;

Nama Mahasiswa : Rakryan Bagaskara

Judul Tugas Akhir : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap  
Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi  
Pedagang Di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang  
Selatan Kota Semarang

Hari/Tanggal : Rabu, 10 November 2021

Waktu : 09.00 - 10.00 WIB

Pembimbing I : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.

Pembimbing II : Bobby Rahman, S.T, M.T.

Penguji : Agus Rochani, S.T, M.T.

A. Masukan/ Pertanyaan oleh Dosen Penguji ( Agus Rochani, S.T, M.T. )

1. Penentuan batas lokasi mestinya mempertimbangkan aspek skala pelayanan tiap tiap fasilitas. Kalau pasar peterongan yang berskala BWK, mestinya akan bersaing dengan banyak toko modern di seluruh lokasi BWK tersebut. Tampilkan sebaran lokasi dalam bentuk spasial peta secara jelas.
2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif atau kualitatif? Kalau kuantitatif, maka ada grand theory yang akan diuji di lapangan, sedangkan kalau kualitatif akan lebih melihat perilaku atau aspek - aspek sosial dari persaingan ini.
3. Hati - hati dalam melakukan analisis, semua statement harus berlandasan data yang jelas. Kelemahan studi ini pada validitas dari penghimpunan data, kompilasi hingga temuan dalam analisis anda yng belum bisa dijelaskan asal usulnya.

Tanggapan:

1. Pasar peterongan masuk dalam BWK Kota Semarang sebagai salah satu pasar besar Kota, hal ini memberikan kepada pasar peterongan sebuah persaingan antara pasar tradisional dengan pasar modern seperti supermarket dalam jangkauan skala pelayanan yang ada dalam pasar peterongan, dan setidaknya ada tiga supermarket yang menjadi pesaing oleh pasar peterongan tersebut.
2. Penelitian ini bermaksud menguji pengaruh dampak sebaran supermarket terhadap kelangsungan pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *ex post facto*. Jadi dalam penelitian ini tidak menggunakan perlakuan terhadap variabel penelitian melainkan mengkaji fakta-fakta yang telah terjadi dan pernah dilakukan oleh subjek penelitian. Artinya penelitian *ex post facto* merupakan pencarian empirik yang sistematis di mana peneliti tidak dapat mengontrol langsung variabel bebas karena peristiwanya telah terjadi atau karena menurut sifatnya tidak dapat dimanipulasi.
3. Adapun analisis yang digunakan yaitu berupa analisis deskripsi, dimana analisis ini diperoleh dari hasil data lapangan yang menggunakan kuesioner sebagai alat ukur di lapangan, atau peneliti melakukan observasi secara langsung ke lapangan guna mengetahui keadaan maupun kondisi yang sedang berlangsung di lapangan secara langsung.

B. Masukan/ Pertanyaan oleh Dosen Pembimbing I

( Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T. )

1. Tambahkan pertanyaan jumlah pengunjung, perbandingan setiap hari, antara supermarket dengan pasar tradisional.

Tanggapan;

1. Penambahan pertanyaan jumlah pengunjung, perbandingan setiap hari, antara supermarket dengan pasar tradisional sudah ditambahkan.

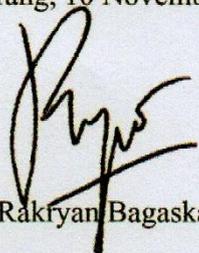
C. Masukan/ pertanyaan oleh Dosen Pembimbing II  
(Boby Rahman, S.T, M.T.)

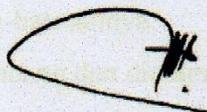
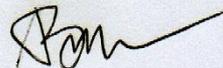
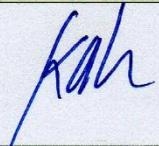
1. Disesuaikan dengan metodologinya, yaitu kuantitatif, maka kuatkan kuantitatif atau angka - angka. Angka-angka inilah nanti yang menjadi dasar anda untuk membuat deskripsi analisisnya.

Tanggapan;

1. Penambahan kekuatan analisis kuantitatif pada deskripsinya sudah ditambahkan, yaitu berupa hasil tabel dari perolehan kuesioner dari observasi lapangan, serta persentase-persentasi angka dari perolehan kuesioner dari observasi lapangan.

Semarang, 10 November 2021

  
Rakryan Bagaskara

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Agus Rochani, S.T., M.T.	Dosen Penguji Tugas Akhir	
Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.	Dosen Pembimbing I Tugas Akhir	
Boby Rahman, S.T., M.T.	Dosen Pembimbing II Tugas Akhir	
Mila Karmilah, S.T., M.T.	Dosen Koordinator Tugas Akhir	

## LEMBAR KOREKSI/REVISI UJIAN PENDADARAN TUGAS AKHIR

Berdasarkan rapat Dewan Penguji pada **Ujian Pendadaran** Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Islam Sultan Agung Semarang, pada:

**Hari/tanggal** : Selasa, 21 Desember 2021

**Tempat** : Zoom Meeting

**Nama** : Rakryan Bagasakara

**NIM** : 31201700078

**Judul TA** : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang

Mahasiswa tersebut di atas, wajib melakukan perbaikan/revisi seperti tercantum di bawah ini:

Dosen Penguji	Masukan untuk perbaikan
Agus Rochani, ST., MT	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Super market dan pasar tradisional apa bisa diperbandingkan? ukuran apa yang menjadikan dia setara? jelaskan batasan batasannya.</li><li>2. Responden jangan dominan satu pihak, harus seimbang dan diutamakan pembeli yang melakukan kunjungan transaksi di pasar.</li><li>3. Jangan memberikan rekomendasi di luar apa yang tidak anda bahas.</li></ol>
Ir. Tjoek Suroso Hadi, MT	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Responden perlu ditambahkan dengan memberi pertanyaan kepada pengunjung , terutama pengunjung super market terhadap keberadaan pasar Tradisional.</li><li>2. Dalam rekomendasi, tidak perlu memberi saran tentang penurunan harga di pasar tradisioanl.</li></ol>
Boby Rahman, ST., MT	Seharusnya dominasi responden adalah konsumen, agar mengetahui gejala permasalahan dilapangan secara subyektif karena hasilnya dari sudut pandang pedagang, coba ditinjau kembali judul anda

Dosen Penguji 1



**Agus Rochani, ST., MT**  
NIK. 230202048

Dosen Penguji 2



**Ir. Tjoek Suroso Hadi, MT**  
NIK. 220298048

Dosen Penguji 3



**Boby Rahman, ST., MT**  
NIK. 210217093

## **BERITA ACARA UJIAN PENDADARAN TUGAS AKHIR**

Pelaksanaan Sidang Pembahasan Tugas Akhir;

Nama Mahasiswa : Rakryan Bagaskara

Judul Tugas Akhir : Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap  
Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi  
Pedagang Di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang  
Selatan Kota Semarang

Hari/Tanggal : Selasa, 21 Desember 2021

Waktu : 09.00 - 10.00 WIB

Pembimbing I : Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.

Pembimbing II : Boby Rahman, S.T, M.T.

Penguji : Agus Rochani, S.T, M.T.

A. Masukan/ Pertanyaan oleh Dosen Penguji ( Agus Rochani, S.T, M.T. )

1. Supermarket dan pasar tradisional apa bisa diperbandingkan? Ukuran apa yang menjadikan dia setara? Jelaskan batasan-batasannya.
2. Responden jangan dominan satu pihak, harus seimbang dan diutamakan pembeli yang melakukan kunjungan transaksi di pasar.
3. Jangan memberikan rekomendasi di luar apa yang tidak anda bahas.

Tanggapan:

1. Batasan supermarket dan pasar tradisional merupakan dari jumlah luasan bangunan dari masing-masing supermarket atau pasar tradisional lebih dari 100m<sup>2</sup> serta skala pelayanan masing-masing antara pasar tradisional dan supermarket yang ada dan saling bersinggungan antara satu dengan yang lain dengan jarak jangkauan yangmana masing-masing berbeda.
2. Responden dalam hal ini sudah dilakukan oleh di kedua pihak, pihak pasar tradisional sendiri memberikan tanggapan yang beragam serta tanggapan responden dari pihak supermarket juga memberikan tanggapan berbeda.
3. Rekomendasi sudah disesuaikan Kembali dengan lingkup yang dibahas.

B. Masukan/ Pertanyaan oleh Dosen Pembimbing I

( Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T. )

1. Responden perlu ditambahkan dengan memberi pertanyaan kepada pengunjung, terutama pengunjung supermarket terhadap keberadaan pasar tradisional.
2. Dalam rekomendasi, tidak perlu memberi saran tentang penurunan harga di pasar tradisional.

Tanggapan;

1. Penambahan responden ditambahkan untuk pengunjung supermarket terhadap keberadaan pasar tradisional.
2. Penambahan saran tentang penurunan harga di pasar tradisional tidak perlu diberikan pada rekomendasi sebelumnya.

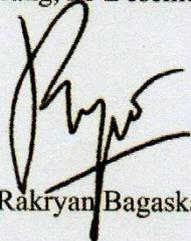
C. Masukkan/ pertanyaan oleh Dosen Pembimbing II (Boby Rahman, S.T.,M.T.)

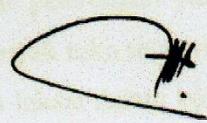
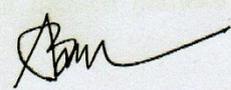
1. Seharusnya dominasi responden adalah konsumen, agar mengetahui gejala permasalahan di lapangan secara subyektif karena hasilnya dari sudut pandang pedagang, coba ditinjau Kembali judul anda.

Tanggapan;

1. Peninjauan Kembali pada judul sudah disesuaikan kembali gejala permasalahan di lapangan secara subyektif karena hasilnya dari sudut pandang pedagang.

Semarang, 21 Desember 2021

  
Rakryan Bagaskara

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Agus Rochani, S.T., M.T.	Dosen Penguji Tugas Akhir	
Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T.	Dosen Pembimbing I Tugas Akhir	
Boby Rahman, S.T., M.T.	Dosen Pembimbing II Tugas Akhir	
Mila Karmilah, S.T., M.T.	Dosen Koordinator Tugas Akhir	

**KUESIONER PENELITIAN**

Penelitian dengan Judul:

**DAMPAK SEBARAN LOKASI SUPERMARKET  
TERHADAP KELANGSUNGAN PASAR TRADISIONAL  
DI KELURAHAN PETERONGAN  
KECAMATAN SEMARANG SELATAN  
KOTA SEMARANG**

Kepada Yth.

Pedagang Pasar Peterongan

Dengan Hormat,

Bersama ini saya:

Nama : **Rakryan Bagaskara**  
Status : Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang  
NIM. : 31201700078

Sedang mengadakan penelitian dengan judul “**Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional Di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang**”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bapak/ Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bapak/ Ibu/ Sdr/ i lakukan berkaitan dengan apa yang Bapak/ Ibu atau Saudara/i rasakan terhadap sebaran supermarket dan kelangsungan pasar tradisional.

Semoga partisipasi yang Bapak/ Ibu/ Sdr/ i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan kelangsungan pasar tradisional. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,



**RAKRYAN BAGASKARA**

NIM. 31201700078



### **PETUNJUK PENGISIAN**

- a. Memberi tanda silang ( X ) pada masing-masing pernyataan di bawah ini yang sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu, Saudara/i pada jawaban yang tersedia.
- b. Apabila terdapat kekeliruan dalam menjawab, bisa dirubah dengan memberi tanda ( = ) pada jawaban yang salah, selanjutnya silahkan memberi tanda silang ( X ) pada jawaban yang sesuai.
- c. Nilai skor Indek penilaian bilamana Bapak/Ibu, Saudara/i memberi jawaban pada pilihan :
  - a) Tidak = mempunyai nilai skor 1
  - b) Cukup = mempunyai nilai skor 2
  - c) Ya = mempunyai nilai skor 3

## **1. DAMPAK SEBARAN SUPERMARKET**

### **KUESIONER PEDAGANG**

#### **6. ANGGAPAN SEBARAN LOKASI SUPERMARKET TERHADAP KELANGSUNGAN PASAR TRADISIONAL**

Pertanyaaan (bisa lebih dari dari satu)

- 1) Supermarket menjadi saingan bagi pegadang Pasar Tradisional
  - a. Ya sangat menyaingi
  - b. Cukup menyaingi
  - c. Tidak bukan merupakan saingan
- 2) Banyaknya sebaran Supermarket (sekitar pasar Peterongan) memberikan dampak penurunan pengunjung Pasar Tradisional Peterongan
  - a. Ya memberikan dampak
  - b. cukup memberikan dampak
  - c. Tidak memberikan dampak
- 3) Banyaknya sebaran Supermarket di sekitar Pasar Peterongan memberikan dampak penurunan jumlah pembeli pedagang Pasar Tradisional Peterongan
  - a. Ya memberikan dampak
  - b. cukup memberikan dampak
  - c. Tidak memberikan dampak
- 4) Banyaknya sebaran Supermarket di sekitar Pasar Peterongan memberikan dampak terhadap penurunan penghasilan pedagang Pasar Tradisional Peterongan
  - a. Ya memberikan dampak
  - b. cukup memberikan dampak
  - c. Tidak memberikan dampak

7.

**8. BERALIHNYA KONSUMEN**

- 1) Sebaran lokasi supermarket di sekitar pasar petorangan membuat konsumen memilih pindah belanja ke supermarket
  - a. ya, banyak yang pindah
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak
  - b. tidak, konsumen masih setia

**9. DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF**

- 1) Supermarket menjadi pilihan tempat berbelanja alternatif konsumen selain Pasar Tradisional
  - a. ya, benar
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak memberikan alternatif
  - c. tidak, masih banyak konsumen yang lebih memilih pasar tradisional
- 2) Sebaran Supermarket yang luas akan memberikan dampak negatif kepada kelangsungan Pasar Tradisional
  - a. ya, akan mengurangi jumlah pembeli
  - b. ya, namun sebagian saja
  - c. tidak, karena pasar tradisional mempunyai daya tarik tersendiri

**2. KELANGSUNGAN PASAR TRADISIONAL**

- 1) Menurunnya jumlah pembeli diakibatkan karena semakin cepatnya persebaran supermarket di lokasi sekitar Pasar Peterongan
  - a. ya, pembeli sangat menurun
  - b. ya, menurun tapi tidak terlalu banyak
  - c. tidak, pembeli biasa saja

## **2. DAMPAK SEBARAN SUPERMARKET**

### **KUESIONER KONSUMEN**

#### **1. KELANGSUNGAN PASAR TRADISIONAL**

- 1) Proses kegiatan jual beli di supermarket lebih mudah dan bersih
  - a. ya, pembeli lebih suka bertransaksi di supermarket
  - b. ya, namun sebagian pembeli suka bertransaksi di pasar tradisional
  - c. tidak, karena pasar tradisional mempunyai proses kegiatan jual beli yang lebih fleksibel

#### **2. PROMOSI POTONGAN HARGA**

- 1) Promosi yang sering dijadikan program supermarket membuat pelanggan beralih berbelanja ke supermarket
  - a. ya, banyak promosi yang ditawarkan di supermarket
  - b. ya, namun tidak selalu ada
  - c. tidak, ada sebagian konsumen lebih suka belanja di pasar tradisional
- 2) Adanya potongan harga tanpa adanya tawar menawar membuat pelanggan beralih berbelanja ke supermarket
  - a. ya, lebih suka yang tidak ribet dengan tawar menawar
  - b. ya, sebagian lebih suka yang praktis
  - c. tidak, konsumen sebagian konsumen lebih suka menawar
- 3) Program-program yang ditawarkan setiap bulannya oleh supermarket membuat pelanggan beralih berbelanja ke supermarket
  - a. ya, banyak yang pindah
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak
  - c. tidak, konsumen masih setia

### **3. DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF**

- 1) Dengan adanya Supermarket yang lebih dekat memudahkan konsumen untuk berbelanja
  - a. ya, banyak konsumen memilih yang lebih dekat dan praktis
  - b. ya, namun sebagian konsumen lebih suka ke pasar tradisional
  - c. tidak, konsumen masih lebih suka berbelanja ke pasar tradisional
- 2) Supermarket menjadi pilihan tempat berbelanja alternatif konsumen selain Pasar Tradisional
  - a. ya, benar
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak memberikan alternatif
  - c. tidak, masih banyak konsumen yang lebih memilih pasar tradisional
- 3) Supermarket yang tersebar luas dekat dengan konsumen menjadi sisi positif
  - a. ya, khususnya yang jauh dari pasar tradisional
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak
  - c. tidak, masih banyak konsumen yang lebih memilih pasar tradisional

### **4. BERALIHNYA KONSUMEN**

- 1) Pelayanan di supermarket sekitar pasar Peterongan membuat konsumen nyaman dan berbelanja ke supermarket
  - a. ya, banyak yang pindah
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak
  - c. tidak, konsumen masih setia
- 2) Lokasi yang nyaman dan cara penjualan yang praktis membuat pelanggan beralih berbelanja ke supermarket
  - a. ya, banyak yang pindah
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak
  - c. tidak, konsumen masih setia

**KUESIONER PENELITIAN**

Penelitian dengan Judul:

**DAMPAK SEBARAN LOKASI SUPERMARKET  
TERHADAP KELANGSUNGAN PASAR TRADISIONAL  
DI KELURAHAN PETERONGAN  
KECAMATAN SEMARANG SELATAN  
KOTA SEMARANG**

Kepada Yth.

Konsumen

Dengan Hormat,

Bersama ini saya:

Nama : **Rakryan Bagaskara**

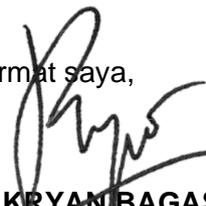
Status : Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang

NIM. : 31201700078

Sedang mengadakan penelitian dengan judul “**Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional Di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang**”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bapak/ Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bapak/ Ibu/ Sdr/ i lakukan berkaitan dengan apa yang Bapak/ Ibu atau Saudara/i rasakan terhadap sebaran supermarket dan kelangsungan pasar tradisional.

Semoga partisipasi yang Bapak/ Ibu/ Sdr/ i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan kelangsungan pasar tradisional. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,



**RAKRYAN BAGASKARA**

NIM. 31201700078

## KUESIONER

### IDENTITAS RESPONDEN

6. Nama (Inisial) : .....

7. Usia

f. 18 th. – 20 th. :

g. 21 th. – 30 th. :

h. 31 th. – 40 th. :

i. 41 th. – 50 th. :

j. 51 th. – 60 th. :

8. Jenis Kelamin : 1. Pria 2. Perempuan

9. Pendidikan Terakhir

f. SMP :

g. SMA/SMK :

h. D3 :

i. S1 :

j. S2 :

10. Lama Berdagang

f. < 5 th :

g. 5th - 10th :

h. 10th - 15th :

i. 15th - 20th :

j. > 20th :

### **PETUNJUK PENGISIAN**

- d. Memberi tanda silang ( X ) pada masing-masing pernyataan di bawah ini yang sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu, Saudara/i pada jawaban yang tersedia.
- e. Apabila terdapat kekeliruan dalam menjawab, bisa dirubah dengan memberi tanda ( = ) pada jawaban yang salah, selanjutnya silahkan memberi tanda silang ( X ) pada jawaban yang sesuai.
- f. Nilai skor Indek penilaian bilamana Bapak/Ibu, Saudara/i memberi jawaban pada pilihan :
  - d) Tidak = mempunyai nilai skor 1
  - e) Cukup = mempunyai nilai skor 2
  - f) Ya = mempunyai nilai skor 3

### **3. DAMPAK SEBARAN SUPERMARKET**

#### **KUESIONER KONSUMEN**

##### **5. KELANGSUNGAN PASAR TRADISIONAL**

- 2) Proses kegiatan jual beli di supermarket lebih mudah dan bersih
  - a. ya, pembeli lebih suka bertransaksi di supermarket
  - b. ya, namun sebagian pembeli suka bertransaksi di pasar tradisional
  - c. tidak, karena pasar tradisional mempunyai proses kegiatan jual beli yang lebih fleksibel

##### **6. PROMOSI POTONGAN HARGA**

- 4) Promosi yang sering dijadikan program supermarket membuat pelanggan beralih berbelanja ke supermarket
  - d. ya, banyak promosi yang ditawarkan di supermarket
  - e. ya, namun tidak selalu ada
  - f. tidak, ada sebagian konsumen lebih suka belanja di pasar tradisional
- 5) Adanya potongan harga tanpa adanya tawar menawar membuat pelanggan beralih berbelanja ke supermarket
  - a. ya, lebih suka yang tidak ribet dengan tawar menawar
  - b. ya, sebagian lebih suka yang praktis
  - c. tidak, konsumen sebagian konsumen lebih suka menawar
- 6) Program-program yang ditawarkan setiap bulannya oleh supermarket membuat pelanggan beralih berbelanja ke supermarket
  - a. ya, banyak yang pindah
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak
  - c. tidak, konsumen masih setia

## **7. DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF**

- 4) Dengan adanya Supermarket yang lebih dekat memudahkan konsumen untuk berbelanja
  - a. ya, banyak konsumen memilih yang lebih dekat dan praktis
  - b. ya, namun sebagian konsumen lebih suka ke pasar tradisional
  - c. tidak, konsumen masih lebih suka berbelanja ke pasar tradisional
- 5) Supermarket menjadi pilihan tempat berbelanja alternatif konsumen selain Pasar Tradisional
  - a. ya, benar
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak memberikan alternatif
  - c. tidak, masih banyak konsumen yang lebih memilih pasar tradisional
- 6) Supermarket yang tersebar luas dekat dengan konsumen menjadi sisi positif
  - a. ya, khususnya yang jauh dari pasar tradisional
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak
  - c. tidak, masih banyak konsumen yang lebih memilih pasar tradisional

## **8. BERALIHNYA KONSUMEN**

- 3) Pelayanan di supermarket sekitar pasar Peterongan membuat konsumen nyaman dan berbelanja ke supermarket
  - a. ya, banyak yang pindah
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak
  - c. tidak, konsumen masih setia
- 4) Lokasi yang nyaman dan cara penjualan yang praktis membuat pelanggan beralih berbelanja ke supermarket
  - a. ya, banyak yang pindah
  - b. ya, namun tidak terlalu banyak
  - c. tidak, konsumen masih setia

Responden	Anggapan Sebaran Supermarket						Beralihnya Konsumen			Dampak Positif dan Negatif			Kelangsungan Pasar Tradisional			
	P1	P2	P3	P4	Mean	Jml	P1	Mean	Jml	P1	P2	Mean	Jml	P1	Mean	Jml
<b>Pedagang</b>																
1	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
2	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
3	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
4	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
5	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
6	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
7	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
8	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
9	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
10	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
11	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
12	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
13	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
14	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
15	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
16	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
17	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
18	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
19	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
20	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
21	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
22	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
23	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
24	1	1	1	1	1,00	4	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
25	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
26	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
27	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
28	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
29	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
30	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3

Responden	Anggapan Sebaran Supermarket						Beralihnya Konsumen			Dampak Positif dan Negatif				Kelangsungan Pasar Tradisional		
	P1	P2	P3	P4	Mean	Jml	P1	Mean	Jml	P1	P2	Mean	Jml	P1	Mean	Jml
31	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
32	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
33	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
34	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
35	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
36	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
37	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
38	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
39	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
40	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
41	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
42	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
43	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
44	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
45	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
46	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
47	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
48	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
49	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
50	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
51	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
52	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
53	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
54	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
55	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
56	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
57	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
58	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
59	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
60	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
61	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1

Responden	Anggapan Sebaran Supermarket						Beralihnya Konsumen			Dampak Positif dan Negatif			Kelangungan Pasar Tradisional			
	P1	P2	P3	P4	Mean	Jml	P1	Mean	Jml	P1	P2	Mean	Jml	P1	Mean	Jml
62	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
63	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
64	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
65	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
<b>Konsumen</b>																
66	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
67	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
68	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
69	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
70	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
71	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
72	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
73	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
74	3	3	3	3	3,00	12	3	3,00	3	3	3	3,00	6	3	3,00	3
75	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
76	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1
77	1	1	1	1	1,00	4	1	1,00	1	1	1	1,00	2	1	1,00	1

Banu  
Bobo Rahman, ST, m



# Dampak Sebaran Lokasi Supermarket terhadap Kelangkaan Pasar Tradisional di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang

## ORIGINALITY REPORT

<b>19%</b>	<b>18%</b>	<b>5%</b>	<b>9%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>Submitted to Sogang University</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>vdocuments.site</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>eprints.undip.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>pdfs.semanticscholar.org</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repository.uin-suska.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>journal.umpalangkaraya.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>docplayer.info</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>