

DAMPAK RELOKASI PASAR TRADISIONAL TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT BERBELANJA DI PASAR PERCONTOHAN SENTOLO

Aprilia Ikayama Taqwa

Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta
Email: prillylova@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of the research is to analyze the impact of traditional market relocation that consist of independent variables: Accessibility to market, Facilities of the new market, the kind of Sale Commodities, and Market Zonation, towards customer's shopping interest in a model market of Sentolo. The data used is primary data that obtained from observation, conversation, and questionnaire. The technique of spreading the quest used non-probability sampling method and accidental sampling method to 96 respondents. The data analyzing used Multiple Linear Regression Analysis by tools software IBM SPSS Statistics version 25. Result of the research showed that Accessibility, Facilities, Sale Commodities, and Zonation affect the customer's shopping interest in the Sentolo market by simultaneous test. In partial test, Accessibility, Sale Commodities, and Zonation affect the customer's shopping interest, but Facilities don't affect customer's shopping interest. The Customer's Shopping Interest in a model of traditional market, Sentolo, is affected by the variables at the research up to 44,9% and 55,1% of it is affected by the other variables out of research model.

Keywords: traditional market relocation, a model of traditional market, accessibility, facilities, sale commodities, zonation

PENDAHULUAN

Kabupaten Kulon Progo dengan slogannya *The Jewel of Java* merupakan salah satu kabupaten yang pada awalnya bisa dibilang tertinggal daripada kabupaten/kota lain di Provinsi DIY. Dilihat dari sisi kesejahteraan masyarakatnya, presentase penduduk miskin Kabupaten Kulon Progo yang tercatat oleh BPS dari tahun 2014-2016 masih berada di atas angka 20%. Retribusi dari pasar-pasar tradisional di Kabupaten

Kulon Progo masih menjadi andalan untuk pemasukan retribusi daerah yang berkontribusi pada PAD Kabupaten Kulon Progo.

Hingga tahun 2011 tercatat bahwa UMKM yang bekerja sebagai pedagang pasar di Kulon Progo mencapai 8.261 orang, dimana 760 pedagang berjualan di Pasar Sentolo. Karena sebagian besar masyarakat bekerja di sektor UMKM, minat beli masyarakat untuk berbelanja di

pasar tradisional akan mampu meningkatkan pendapatan pedagang pasar. PAD Kabupaten Kulon Progo akan meningkat dari sektor Retribusi Daerah yang akan direalisasikan untuk pembangunan berkelanjutan guna semakin terciptanya kesejahteraan dan pemerataan.

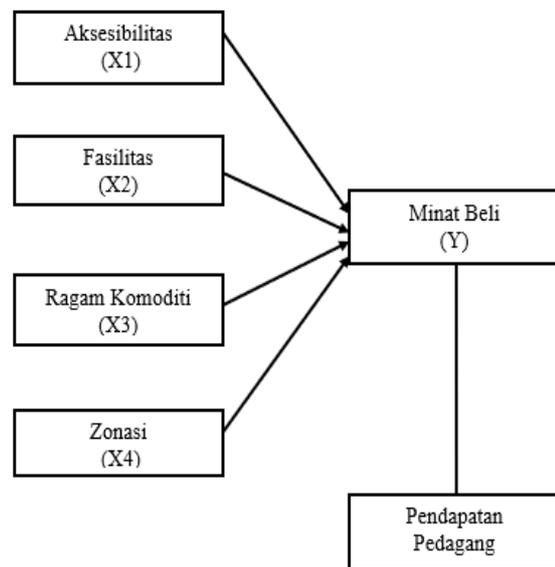
Tingginya aktivitas jual beli di Pasar Sentolo Lama memicu beragam eksternalitas negatif yang membuat pasar menjadi tidak kondusif dan nyaman. Oleh sebab itu dilakukanlah relokasi dari Pasar Sentolo lama seluas 6.000 m² ke Pasar Sentolo Baru seluas 19.000 m². Hal ini selaras dengan Rencana pembangunan jangka menengah (RPJMD) Pemerintah Kabupaten Kulon Progo 2011-2016 dalam penataan pedagang pasar agar tertib, nyaman dan bersih sehingga terciptanya suasana pasar yang asri.

Namun Kebijakan Pemda tentang Relokasi Pasar Tradisional Sentolo yang cenderung tidak konsisten memicu kerugian yang signifikan terutama bagi pihak pedagang di pasar baru. Pasar baru yang terdiri dari pedagang lama dan pedagang baru menjadi sepi pembeli yang menyebabkan banyak pedagang menutup dagangannya dalam kurun satu-dua bulan berjualan.

Hasil prasurvey yang dilakukan kepada pedagang di Pasar Sentolo Baru menyatakan bahwa banyak dari pedagang yang sudah tidak membuka dagangannya lebih dari 1 bulan di ruko maupun los karena minimnya pendapatan dan tingginya kerugian. Dari data pihak koordinasi pasar diketahui dari 780 pedagang yang terdaftar, lebih dari setengahnya sudah tidak berjualan selama lebih dari 3 bulan dan diberi surat peringatan. Berdasarkan latar belakang

yang menggambarkan minimnya minat beli masyarakat untuk memilih Pasar Percontohan Sentolo sebagai pilihan untuk berbelanja selama 2 tahun terakhir pasca relokasi, berpegang dari penelitian terdahulu, kajian teori-teori ekonomi, dan studi observasi yang dilakukan, maka peneliti membahas tentang “Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Minat Beli Masyarakat Berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo”.

KERANGKA PEMIKIRAN



METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Pasar Sentolo pasca relokasi yang mempunyai tujuan awal sebagai Pasar Percontohan Nasional Sentolo. Pasar Sentolo terletak di tepi Jalan Nasional Jogja-Purworejo, Desa Salamrejo, Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo.

Subjek Penelitian

Subjek yang diteliti untuk penelitian ini adalah masyarakat selaku pembeli yang melakukan perbelanjaan di

Pasar Sentolo. Sedangkan subjek-subjek tambahan yang dijadikan peneliti sebagai sumber informasi lain yaitu para pedagang Pasar Sentolo, koordinator pasar, dan pengelola parkir pasar.

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil observasi, kuisisioner, dan wawancara. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti di lapangan kepada subjek-subjek penelitian.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan untuk sample terhadap pembeli yang berbelanja di Pasar Sentolo menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel (Ghanimata, 2012). Pengambilan sampelnya menggunakan pendekatan *accidental sampling*, yaitu cara pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel. Data pada kuesioner diisi oleh pembeli yang berbelanja di Pasar Sentolo yang ditemui secara kebetulan di lokasi objek penelitian tersebut. Minimal sampel yang dibutuhkan (rumus Slovin)

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} = \frac{1050}{1 + 1050(0,1)^2} = 91,3$$

Dimana:

n : besarnya sampel

N: besarnya populasi (hasil prasurvei 150/hari = 1050/minggu)

e : kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, yaitu 10%

Penelitian ini menggunakan 96 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi, Kuisisioner, dan Wawancara. Kuisisioner yang digunakan berisi pertanyaan-pertanyaan yang responnya diukur dengan skala *Likert* untuk memudahkan analisis secara kuantitatif. Ukuran respon dari kuisisioner dikelompokkan menjadi 4 yaitu sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju (skor 1)

TS : Tidak Setuju (skor 2)

S : Setuju (skor 3)

SS : Sangat Tidak Setuju (skor 4)

Definisi Operasional Variabel

Minat Beli Masyarakat (Y)

Minat beli muncul ketika indikator penilaian konsumen terhadap suatu barang yang diinginkan sesuai. Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Kinneer dan Taylor dalam Fure, 2013). Dalam penelitian ini, minat beli merupakan variabel dependen (terikat). Indikator minat beli berupa ketertarikan untuk membeli berbagai macam barang yang disediakan, intensitas kunjungan pembeli dalam periode tertentu, situasi pembelian yang menyenangkan, dan kepuasan yang dirasakan pembeli setelah berbelanja.

Aksesibilitas (X1)

Menurut Black dalam Ikhsan (2016), Aksesibilitas merupakan ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susahya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Aksesibilitas dalam penelitian ini adalah bagaimana sarana dan

prasarana yang digunakan untuk menunjang perjalanan masyarakat menuju Pasar Sentolo. Indikator Aksesibilitas dapat berupa jarak yang harus ditempuh masyarakat, kondisi jalan raya yang ditempuh, sarana yang disediakan untuk mempermudah kunjungan, dan lokasi pasar yang strategis sehingga mudah diakses.

Fasilitas (X2)

Mulyadi dalam Gama (2016) menyatakan bahwa model pengembangan pasar tradisional perlu dilihat dalam dua sisi yaitu fisik dan non fisik. Fisik meliputi aspek bangunan dan infrastruktur. Aspek non fisik perlu mempertimbangkan kepentingan pengunjung dan pedagang pasar. Fasilitas dalam penelitian ini merupakan segala sesuatu yang tersedia di Pasar Sentolo dalam bentuk fisik dan memberikan nilai benefit tersendiri bagi pembeli. Indikator fasilitas berupa lahan parkir yang luas, kamera CCTV di sudut-sudut pasar, ruang terbuka hijau/taman, tingkat kebersihan pasar.

Ragam Komoditi Jual (X3)

Keberagaman produk adalah kesediaan produk/keragaman produk dengan jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat (Tjiptono dalam Fure, 2013). Indikator keberagaman produk berupa semua produk dapat ditemukan di pasar, barang yang dijual sangat beragam dan lebih komplit dari pasar lain, mutu dan kualitas produknya, dan terpenuhinya kebutuhan sehari-hari.

Zonasi Pasar (X4)

Menurut Anggraini (2017), penataan los dan kios perlu dilakukan untuk menjaga eksistensi pasar tradisional. Zonasi pasar merupakan pengaturan tata

ruang yang diterapkan Pasar Sentolo agar pembeli merasa mudah dan nyaman untuk mencari produk yang dibutuhkannya sehingga memberikan manfaat efektivitas dan efisiensi waktu. Indikator zonasi berupa ketepatan pengelompokan pedagang, waktu yang diperlukan untuk menemukan barang, keefektifan dari pemasangan plakat sebagai penunjuk arah, dan kerapian tata ruang.

Uji Kualitas Instrumen Data

Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2011 dalam Ghanimata, 2012). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS Statistics version 25* dengan analisis *Pearson Correlation*.

Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	(r)	Sig.	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	AKS1a	0,711	≥ 0,25	0,000	valid
	AKS1b	0,800		0,000	valid
	AKS1c	0,811		0,000	valid
	AKS1d	0,610		0,000	valid
Fasilitas (X2)	FAS2a	0,722	≥ 0,25	0,000	valid
	FAS2b	0,815		0,000	valid
	FAS2c	0,764		0,000	valid
	FAS2d	0,741		0,000	valid
Komoditi (X3)	KOM3a	0,848	≥ 0,25	0,000	valid
	KOM3b	0,897		0,000	valid
	KOM3c	0,827		0,000	valid
	KOM3d	0,735		0,000	valid
Zonasi (X4)	ZON4a	0,920	≥ 0,25	0,000	valid
	ZON4b	0,916		0,000	valid
	ZON4c	0,913		0,000	valid
	ZON4d	0,812		0,000	valid
Minat Beli (Y)	BEL5a	0,767	≥ 0,25	0,000	valid
	BEL5b	0,571		0,000	valid
	BEL5c	0,656		0,000	valid
	BEL5d	0,693		0,000	valid

Sumber: data diolah

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subyek yang sama.

Pengukuran menggunakan metode *Cronbach Alpha*.

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan	
X1	Aksesibilitas	0,707	> 0,70	Reliabilitas kuat
X2	Fasilitas	0,754	> 0,70	Reliabilitas kuat
X3	Komoditi	0,842	> 0,70	Reliabilitas kuat
X4	Zonasi	0,910	> 0,70	Reliabilitas kuat
Y	Minat Beli	0,558	0,5 – 0,7	Reliabilitas moderat

Sumber: data diolah

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Ghozali dalam Ghanimata (2012) mengatakan bahwa Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan analisis grafik dengan melihat Histogram *Standardized Regression Residual* dan *Normal Probability Plot* dan metode statistik non-parametrik menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika nilai Sig. > alpha.



Uji Normalitas Metode Grafik dengan P-P Plot

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Standardized Residual	N	Test Statistic	Sig. (2 tailed)
	96	0,69	0,200

Sumber: data diolah

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak (Suliyanto: 2011). Uji

Multikolinear dalam penelitian ini dengan melihat nilai *TOL (Tolerance)* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinear apabila memiliki nilai *TOL* diatas 0,1 dan *VIF* tidak lebih dari 10.

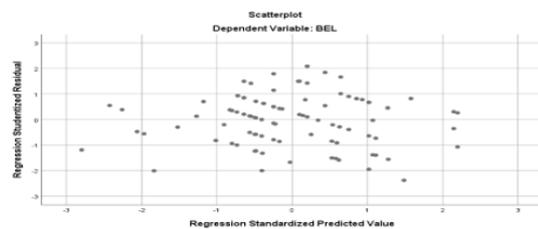
Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan	
	TOL	VIF		
Aksesibilitas	0,734	1,363	TOL > 0,1 VIF < 10	Bebas gejala multikolinearitas
Fasilitas	0,548	1,824	TOL > 0,1 VIF < 10	Bebas gejala multikolinearitas
Komoditi	0,478	2,089	TOL > 0,1 VIF < 10	Bebas gejala multikolinearitas
Zonasi	0,540	1,851	TOL > 0,1 VIF < 10	Bebas gejala multikolinearitas

Sumber: data diolah

Uji Heteroskedastisitas

Ghozali dalam Ghanimata (2012) menyatakan bahwa Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai *ZPRED* (nilai prediksi) dengan *SRESID* (nilai residualnya) dan uji statistik menggunakan uji Glejser dengan ketentuan bahwa sig. > 0,05.



Uji Heteroskedastisitas Metode Grafik dengan scatterplot

Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Variabel	sig.	Keterangan
Aksesibilitas	0,529	> 0,05 Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Fasilitas	0,062	> 0,05 Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Komoditi	0,151	> 0,05 Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Zonasi	0,162	> 0,05 Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Sumber: data diolah

Uji Hipotesis dan Analisa Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi penelitian ini:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Dimana:

Y : minat beli masyarakat
(variabel dependen)

X1, X2,... : variabel independen/ bebas

X1 : Aksesibilitas

X2 : Fasilitas

X3 : Ragam Komoditi

X4 : Zonasi Pasar

b₁, b₂,... : koefisien variabel bebas

Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0,297	1,433		0,207	0,836
Aksesibilitas (X1)	0,326	0,100	0,295	3,246	0,002
Fasilitas (X2)	0,128	0,134	0,100	0,955	0,342
Komoditi (X3)	0,220	0,109	0,226	2,011	0,047
Zonasi (X4)	0,236	0,108	0,231	2,178	0,032

R : 0,670
R² : 0,449
Adj. R² : 0,425
N : 96
Dependen Variabel : Minat Beli (Y)

Sumber: data diolah

$$Y = 0,295 X_1 + 0,100 X_2 + 0,226 X_3 + 0,231 X_4$$

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Ringkasan Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.	Keterangan	
			Alpha	Signifikansi
Aksesibilitas (X1)	3,246	0,002	< 0,05	Signifikan
Fasilitas (X2)	0,955	0,342	> 0,05	Tidak Signifikan
Komoditi (X3)	2,011	0,047	< 0,05	Signifikan
Zonasi (X4)	2,178	0,032	< 0,05	Signifikan

Sumber: data diolah

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen atau bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Uji Simultan F

F hitung	Sig.	Alpha	Keterangan
18,561	0,000	< 0,05	Signifikan

Sumber: data diolah

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Analisis Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk melihat besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel dependen. Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$.

Koefisien Determinasi

R ²	0,449
Adjusted R ²	0,425

Sumber: data diolah

PEMBAHASAN

Hubungan antara Aksesibilitas dengan Minat Beli

Variabel Aksesibilitas dalam analisis regresi memiliki koefisien 0,295 dengan tingkat signifikansi 0,002. Hal ini berarti Aksesibilitas berhubungan positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo. Apabila Aksesibilitas naik/meningkat, sedangkan faktor-faktor

lain dianggap tetap (*ceteris paribus*), maka minat beli masyarakat untuk berbelanja di pasar tersebut naik/meningkat.

Aksesibilitas merupakan sarana dan prasarana yang digunakan untuk menunjang perjalanan masyarakat menuju Pasar Sentolo. Indikator Aksesibilitas pada model berupa jarak yang harus ditempuh masyarakat, kondisi jalan raya, sarana-sarana yang ada untuk mengakses pasar, dan lokasi pasar yang strategis.

Pada indikator pertama, hal ini sesuai dengan karakteristik responden menurut asal daerah tempat tinggal. Mayoritas masyarakat yang berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo berdomisili di sekitar Kecamatan Sentolo, yaitu sebesar 83%. Hal ini dapat diartikan bahwa jarak antara tempat tinggal masyarakat dan lokasi pasar yang relatif dekat menyebabkan masyarakat memilih Pasar Percontohan Sentolo sebagai tempat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan. Hasil wawancara singkat dengan beberapa pembeli yang berbelanja menggunakan transportasi sepeda menyatakan hampir setiap hari berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo dari pada di pasar lain karena jarak yang hanya beberapa ratus meter dari tempat tinggal mereka. Sedangkan bagi masyarakat yang berada di luar daerah Sentolo menyatakan bahwa hampir tidak pernah berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo dalam kurun waktu mingguan, dan perbelanjaannya pada saat penelitian dapat diartikan '*sekedar mampir*'. Hal ini berarti semakin dekat jarak antara pasar dan tempat tinggal mampu meningkatkan frekuensi kunjungan masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional tersebut yang merupakan salah satu indikator dari minat beli masyarakatnya.

Pada indikator kedua, kondisi jalan utama yang menghubungkan desa-desa di kecamatan Sentolo sudah beraspal. Berbagai jenis alat transportasi dapat mengakses jalan utama menuju pasar karena kondisi jalan raya yang baik, mulai dari sepeda, sepeda motor, angkot, dan bus. Hal ini menyebabkan masyarakat tidak perlu mengeluarkan biaya lebih, khususnya dalam bentuk waktu. Apabila kondisi jalan masih buruk, maka masyarakat yang rasional akan dihadapkan pada masalah *tradeoff*, dimana masyarakat akan berfikir ulang untuk berbelanja di pasar dengan biaya waktu yang lebih lama karena harus berjalan kaki, atau berbelanja di warung dekat rumah dengan biaya dalam bentuk harga barang yang lebih mahal. Kondisi jalan raya yang relatif baik menimbulkan dampak positif berupa penghematan waktu dan biaya (harga). Hal ini juga berlaku untuk indikator ketiga yang berupa sarana-sarana lalu lintas, yaitu rambu-rambu dan sarana penyeberangan jalan. Sarana lalu lintas yang tertib menyebabkan rute menuju pasar yang bebas dari kemacetan sehingga masyarakat dapat menghemat waktu lebih banyak.

Indikator keempat merupakan lokasi Pasar Percontohan Sentolo. Pasar tersebut direlokasi ke tepi jalan Nasional yang merupakan penghubung antara Yogyakarta dan Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Lokasi pasar yang sangat strategis memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya dari segala daerah, dimana terbukti ada 21% masyarakat dari luar Kecamatan Sentolo yang singgah ataupun sengaja berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo.

Secara garis besar, Aksesibilitas menuju pasar memiliki koefisien regresi yang paling besar dari pada variabel lain

pada model. Hal ini dikuatkan dengan 4 teori pertama 10 prinsip ekonomi. Masyarakat yang ingin berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya dihadapkan pada masalah *tradeoff*, dimana akan menciptakan bermacam-macam *opportunity cost*. Dengan membandingkan biaya dan manfaat yang diperoleh ketika memilih berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo, maka masyarakat yang rasional akan berfikir dengan konsep marginal bahwa akses menuju pasar yang relatif mudah dan efisien memberikan tingkat keuntungan tersendiri.

Hubungan antara Fasilitas dengan Minat Beli

Variabel fasilitas memiliki koefisien regresi 0,100 dengan tingkat signifikansi 0,342. Hal ini berarti fasilitas-fasilitas yang dimiliki Pasar Sentolo pasca relokasi berhubungan positif dan tidak signifikan. Apabila Fasilitas-fasilitas yang disediakan pasar mengalami peningkatan, sedangkan faktor-faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*), maka minat beli masyarakat untuk berbelanja di pasar tersebut tidak akan mengalami peningkatan.

Pada dasarnya, masing-masing fasilitas baru di Pasar Percontohan Sentolo hanya ditujukan untuk pihak-pihak tertentu sehingga tidak semua masyarakat yang berbelanja menggunakan fasilitas tersebut. Sebagai contoh fasilitas lahan parkir yang luas sebagai indikator pertama. Lahan parkir yang disediakan Pasar Sentolo Baru lebih luas dan rapi untuk digunakan sehingga bisa menampung segala macam jenis kendaraan yang parkir mulai dari roda dua sampai roda empat dalam kapasitas lebih dari 100. Selain itu, area parkir yang luas berada di sisi samping dan

depan pasar sehingga pembeli bisa bebas memilih tempat parkir yang menurut mereka nyaman. Area parkir ini dilengkapi oleh pengelola parkir yang bekerja di bawah koperasi dengan tarif parkir Rp 1.000. Namun kenyamanan dalam hal parkir ini tidak dirasakan oleh masyarakat yang menggunakan angkutan umum baik bus, angkot, ojek, maupun masyarakat yang datang ke pasar dengan diantar sanak keluarga. Oleh sebab itu, adanya kenyamanan parkir tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli untuk berbelanja di Pasar Sentolo Baru karena beberapa masyarakat yang tidak menggunakan fasilitas parkir tetap melakukan kegiatan perbelanjaan di pasar tersebut.

Indikator kedua yang berupa adanya kamera CCTV juga memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja. Banyak dari masyarakat yang berbelanja di Pasar Sentolo Baru mengaku tidak mengetahui perihal adanya pemasangan CCTV di setiap sudut pasar yang diawasi langsung oleh kantor keamanan pasar. Pengelola pasar pada hakikatnya memberikan fasilitas keamanan untuk menghindari tingkat kriminalitas yang sering terjadi di pasar tradisional seperti pencopetan maupun penjahbretan. Namun ketidaktahuan masyarakat perihal maksimalisasi tingkat keamanan di pasar tersebut tidak mengurungkan niat pembeli yang sudah memiliki rutinitas berbelanja di Pasar Sentolo Baru setiap minggunya, termasuk pengunjung yang baru pertama kali datang ke pasar tersebut tentu belum mengetahui perihal ini. Oleh sebab itu, keberadaan fasilitas CCTV tidak berpengaruh terhadap minat beli

masyarakat untuk tetap berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo.

Indikator ketiga dan keempat yang berupa fasilitas ruang terbuka hijau di tengah pasar dan tingkat kebersihan pasar tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan maupun kepuasan berbelanja masyarakat. Jika melihat dari sisi *history* pasar sebelum dan sesudah relokasi, Pasar Sentolo Lama yang sesak, bau, kotor, dan drainase yang tidak baik tetap memiliki frekuensi aktivitas jual beli tinggi tanpa fasilitas-fasilitas tersebut. Begitu pula dengan fasilitas-fasilitas lain di Pasar Sentolo Baru yang sebelumnya tidak tersedia di Pasar Sentolo Lama, seperti ruang laktasi dan kesehatan, musholla, MCK di setiap sudut pasar, ruang metrologi, serta aula. Secara garis besar, fasilitas-fasilitas baru tersebut memang memberikan benefit terhadap kenyamanan ketika berbelanja, namun tidak berpengaruh terhadap minat beli masyarakat untuk tetap berbelanja di Pasar Sentolo Baru, baik sebagai pengguna fasilitas maupun masyarakat yang sadar akan fasilitas tersebut atau tidak.

Hubungan antara Ragam Komoditi Jual dengan Minat Beli

Variabel Ragam Komoditi Jual memiliki koefisien regresi 0,226 dengan signifikansi 0,047. Hal ini berarti keberagaman komoditi yang dijual di Pasar Percontohan Sentolo berhubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja di Pasar Sentolo. Apabila indikator-indikator Ragam Komoditi Jual mengalami peningkatan, sedangkan variabel lain dalam keadaan *ceteris paribus*, maka minat beli masyarakat untuk berbelanja di pasar tersebut meningkat.

Ragam komoditi jual meliputi indikator-indikator berupa kualitas produk dan kelengkapan barang yang dijual di pasar sehingga masyarakat dapat menemukan barang yang dibutuhkan maupun dicari. Bagi para penjual, harga produk sejenis antar pasar tradisional tentu relatif sama sehingga kelengkapan dan kualitas produk yang tersedia di Pasar Sentolo Baru memberikan nilai positif tersendiri terhadap minat berbelanja masyarakat. Semakin lengkap produk yang dijual pada satu pasar, maka masyarakat mampu memenuhi segala kebutuhan dan keinginannya.

Pasar Percontohan Sentolo terdiri dari 200 unit kios dan 33 unit los yang berjumlah 580 kapling. Dalam pembukuan pihak pengelola pasar, seluruh kios dan los sudah hampir terisi penuh oleh para pedagang yang mendaftar. Pasar tersebut menjual berbagai produk mulai dari sandang, pangan, barang-barang tersier, berbagai macam kerajinan lokal seperti batik dan bambu, serta beberapa sektor jasa seperti bank. Masyarakat dapat memenuhi kebutuhan dan segala urusannya dalam satu tempat dan satu waktu, sehingga minat beli berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo sangat dipengaruhi oleh keanekaragaman produk-produk tersebut. Sebagaimana dalam ekonomi diketahui bahwa permintaan akan suatu barang dipengaruhi oleh produk itu sendiri.

Pada dasarnya, kebutuhan masyarakat adalah tidak terbatas. Setiap individu diharuskan untuk mengkonsumsi berbagai kebutuhan setiap harinya. Kebutuhan tersebut berupa kebutuhan pangan dan sandang yang dapat ditemukan dan dibeli dengan mudah di pasar tradisional Sentolo. Selain itu bagi

masyarakat yang menginginkan kebutuhan-kebutuhan penunjang lain untuk memuaskan utilitasnya sesuai dengan budget yang dimiliki, maka Pasar Percontohan Sentolo juga menyediakan berbagai produk, mulai dari produk berupa barang maupun jasa.

Hubungan antara Zonasi dengan Minat Beli

Zonasi pasar memiliki koefisien regresi 0,231 dengan signifikansi 0,032. Hal ini berarti kebijakan zonasi yang diterapkan berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo. Apabila pengaturan tata ruang pada pasar mengalami peningkatan, sedangkan faktor lain dalam keadaan *ceteris paribus*, maka minat beli masyarakat untuk berbelanja juga akan meningkat.

Indikator zonasi pasar pada model berhubungan dengan ketepatan dan kerapian pengelompokan, serta keefektifan dari kebijakan itu sendiri yang meliputi pemasangan plakat-plakat di setiap sudut pasar. Pada dasarnya, masyarakat sangat terbantu dengan adanya pengelompokan jenis pedagang ini karena menciptakan efisiensi waktu. Hal ini sangat membantu bagi masyarakat yang tidak memiliki riwayat rutinitas tinggi berbelanja di Pasar Sentolo Baru. Pembeli dapat memilih produk yang menurut mereka paling baik diantara produk lain dalam satu kelompok barang dan pedagang.

Penataan pedagang-pedagang di Pasar Percontohan Sentolo sudah sesuai dengan zonanya masing-masing. Bagi para penjual daging, diberikan zona yang sudah dilengkapi dengan sistem drainase yang baik dan fasilitas los dengan meja-meja

dari keramik. Pembeli dapat dengan langsung menuju ke zona yang menyediakan barang yang dibutuhkannya dengan bantuan pemasangan plakat-plakat yang ada di setiap lorong pasar. Begitu pula untuk zona pakaian, sepatu dan tas yang menempati zona ruko sehingga kualitas produk tersebut tetap terjaga karena tidak tercampur dengan produk makanan.

Penataan pedagang yang sudah rapi menyebabkan tidak terdapat pedagang-pedagang liar yang berjualan di lorong pasar, sehingga sirkulasi di lorong untuk mobilisasi pembeli sangat lancar. Pembeli dapat dengan leluasa melakukan kegiatan perbelanjaan di zona manapun sesuai kebutuhannya, karena apabila sirkulasi di lorong tidak lancar maka pembeli akan cenderung kekurangan minat belinya untuk berbelanja di area yang ditujunya. Adanya zonasi pasar yang baik menciptakan nilai efisien tersendiri bagi masyarakat karena turunnya biaya berupa waktu dan usaha yang harus dikeluarkan pembeli. Kebijakan ini juga dirasa sangat efektif karena membantu masyarakat yang tidak memiliki rutinitas berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo.

Adanya kebijakan zonasi pasar memudahkan masyarakat untuk mengakses seluruh sudut pasar sehingga mampu meningkatkan minat beli masyarakat untuk berbelanja di pasar tersebut. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Anggraini dkk (2017) tentang implementasi kebijakan zonasi pada revitalisasi pasar di Kota Semarang dimana Pasar berstandar SNI harus sistem zonasi yang baik dan tepat sehingga mempunyai pelayanan yang tidak kalah dengan ritel modern. Maka dari itu, untuk mempertahankan eksistensi pasar

tradisional perlu dilakukan revitalisasi dengan memperhatikan bentuk bangunan, penataan los atau kios, jumlah pedagang, sarana prasarana, lokasi pasar serta aksesibilitas pasar tradisional (Qorih dalam Anggraini 2017).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis Uji F Simultan diperoleh hasil bahwa variabel Aksesibilitas, Fasilitas, Ragam Komoditi, dan Zonasi Pasar secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli masyarakat berbelanja di Pasar Sentolo Pasca Relokasi dengan sig. 0,000. Minat Beli masyarakat untuk berbelanja di pasar tersebut dipengaruhi oleh variabel independen pada model sebesar 44,9% dan sisanya 55,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model.

Variabel Aksesibilitas menuju pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo. Variabel Fasilitas-fasilitas di pasar pasca relokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo karena kelengkapan fasilitas yang dimiliki pasar baru tidak dirasakan/digunakan oleh mayoritas masyarakat yang berbelanja. Variabel Ragam Komoditi yang dijual di pasar pasca relokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo. Variabel Zonasi pasar pasca relokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo karena masyarakat dapat dengan mudah mengakses seluruh bagian pasar dengan biaya yang lebih efisien.

Saran

Adanya relokasi pasar menyebabkan perbedaan indikator untuk mengakses pasar dari sebelum relokasi dan pasca relokasi. Aksesibilitas menuju pasar memiliki pengaruh yang sedemikian rupa dalam menunjang aktivitas jual-beli di Pasar Percontohan Sentolo. Untuk mengakses pasar baru agar lebih mudah dijangkau masyarakat maka perlu adanya peningkatan sarana dan prasarana dari pemerintah seperti peningkatan akses jalan raya beraspal di kampung-kampung dan perbaikan jalan raya yang berlubang, serta maksimalisasi sarana-sarana transportasi dengan rute pendek di sekitar kawasan Pasar Percontohan Sentolo bertarif murah.

Keberagaman komoditi produk yang dijual di pasar memicu rutinitas masyarakat berbelanja di Pasar Sentolo pasca relokasi. Beberapa los dan kios pasar banyak yang mendapati peringatan dari pihak koordinator karena sudah tidak aktif digunakan dalam jangka waktu beberapa bulan. Hal ini menurunkan jumlah komoditi jual sehingga masyarakat hanya mampu memiliki pilihan yang terbatas dalam membeli produk yang sama. Pihak pengelola harus berupaya mengaktifkan los dan kios yang telah lama kosong daripada menunggu penyewa untuk berdagang kembali misal dengan melakukan promosi/iklan tentang adanya los/kios berharga murah ataupun bersubsidi.

Kebijakan zonasi pasar yang sudah rapi dapat ditingkatkan kembali dengan melakukan pemutaran zonasi, misal dalam kurun waktu bulanan sehingga bagi masyarakat yang tidak mempunyai cukup waktu untuk berbelanja di pasar dapat

mengetahui produk-produk *uptodate* yang diperdagangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Pandi (2008). *Analisis Faktor Penentu Daya Tarik Produk Pada Pasar Ukm Lopait Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang*. Jurnal: STIE AMA Salatiga
- Anggraini dkk (2017). *Standarisasi Penataan Pasar Tradisional di Indonesia*. Jurnal: Universitas Tarumanegara
- Arsyad (1999). *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Yogyakarta: BPFE
- Basuki, Agus Tri (2015). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: MATAN
- Faisol, Akhmad (2016). *Pengaruh Budaya, Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Belanja Konsumen Di Pasar Sopyono*. Jurnal: STIESIA Surabaya
- Fure, Hendra (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Jurnal: Universitas Sam Ratulangi Manado
- Ghanimata, Fifyanita (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi: Universitas Diponegoro
- Gujarati (2010). *Dasar-dasar ekonometrika*. Jakarta : Salemba Empat Buku 1
- Joesron, Tati Suhartati dan Fathorrozi, M (2003). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat
- Mankiw N. G , Quah E & Wilson P (2008). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta : Salemba Empat
- Masni, Yeni (2014). *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Kota Makassar*. Skripsi: Universitas Hasanudin
- Mc Eachern, William A (2001). *Ekonomi Mikro: Pendekatan Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat
- Peraturan Daerah Kabupaten Kulon Progo Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Serta Penataan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Pramudyo, Anung (2015). *Analisis Pengaruh Revitalisasi Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Pedagang Dan Minat Masyarakat Berbelanja Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Bantul)*. Jurnal: Akademi Manajemen Administrasi YPK
- Pratiwi, Diana (2017). *Pengaruh Relokasi Zona Parkir Malioboro Terhadap Minat Beli Masyarakat Berbelanja di Malioboro*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Salvatore, Dominic (1994). *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Suliyanto (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI
- Tambunan, Tulus T.H (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Todaro, Michael P (2000). *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga
- Widyastuti, Antonia Ekasari (2017). *Hubungan Kebijakan Pemindahan Zona Parkir Malioboro Ke Taman Parkir Abu Bakar Ali Dengan Minat Pengunjung Dan Pendapatan Pedagang Kakilima Kawasanmalioboro*. Jurnal: Universitas Negeri Yogyakarta

