

Identifikasi Tingkat Pelayanan Pasar Tradisional Agrobis Babat Kabupaten Lamongan

Risty Utami¹⁾, Ardy Maulidy Navastara²⁾

Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

Jl. Arief Rahman Hakim, Surabaya 60111 Indonesia

e-mail: ardy.navastara@urplan.its.ac.id

Abstrak—Tujuan pembangunan Pasar Tradisional Agrobis Babat di kawasan Perkotaan Babat adalah sebagai kawasan perdagangan dan jasa skala kabupaten. Namun, kualitas pelayanan pasar yang diberikan masih rendah. Oleh karena itu, tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui tingkat kualitas pelayanan Pasar Agrobis Babat. Tahapan dalam penelitian ini meliputi mengetahui karakteristik pelayanan pasar Agrobis Babat menggunakan metode deskriptif, mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan menggunakan CFA dan mengetahui tingkat pelayanan pasar menggunakan IPA (Importance Performing Analysis). Tingkat pelayanan Pasar Agrobis Babat terbagi menjadi 4 (empat) kuadran yaitu prioritas utama, pertahankan kualitas pelayanan, prioritas rendah dan terlalu berlebih. Variabel yang berada di prioritas utama terdiri dari keberadaan sampah, ketersediaan terminal, kedekatan dengan fasilitas umum lainnya, harga barang dan adanya kegiatan promosi. Variabel yang berada di pertahankan kualitas pelayanan yaitu keberadaan PKL, ketersediaan angkutan umum, kelengkapan jenis barang, jumlah pedagang, ketersediaan los pasar, dan kios pasar. Variabel yang berada di prioritas rendah yaitu keberadaan genangan air, toilet umum, jaringan drainase, dan jaringan sanitasi. Dan variabel yang berada di terlalu berlebih yaitu ketersediaan lahan parkir, dan ketersediaan jaringan air bersih.

Kata Kunci—Pasar Tradisional, Tingkat Pelayanan

I. PENDAHULUAN

PEMBANGUNAN Pasar Agrobis Babat di Kabupaten Lamongan tidak terlepas dari potensi yang dimiliki oleh Kecamatan Babat. Pada Tahun 2013, berdasarkan PDRB Kabupaten Lamongan Tahun 2014 pertumbuhan ekonomi tertinggi berada di Kecamatan Babat dengan total nilai pertumbuhan 10.40% [1]. Selain itu, lokasi strategis dari Kecamatan Babat yang menjadikan Perkotaan Babat sebagai pusat koleksi dan distribusi barang-barang hasil pertanian dari wilayah sekitarnya [2]. Oleh karena itu, untuk mendukung tujuan pembangunan tersebut dilakukan pembangunan Pasar Agrobis Babat di Kecamatan Babat. SK Bupati 188/252188/252/Keep/413.013/2008 tentang penetapan lokasi perdagangan pada pasar umum di Kecamatan Babat dijelaskan bahwa Pasar Agrobis Babat diperuntukan bagi pedagang bahan basah seperti palawija, sayur-mayur, buah-buahan, ikan, sembako, dan daging [3].

Menurut Geertz (1963), definisi dari pasar tradisional adalah pasar yang berada di kalangan masyarakat dengan

melibatkan banyak pedagang yang saling berkompetensi dan ada keterlibatan sektor informal di dalamnya [4]. Agrobis sendiri berasal dari kata Agrobisnis. Agrobisnis sendiri merupakan *anglisisme* (penyebutan kata yang salah di dalam bahasa Indonesia) dari Agribisnis. Pengertian Agribisnis menurut Downey dan Erickson (1987) adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan pertanian dalam arti luas. Kegiatan yang menunjang dan ditunjang oleh kegiatan pertanian, yaitu pengolahan, produksi, pemasaran dan kelembagaan terkait. [5]. Sehingga, Pasar Agrobis dapat diartikan sebagai pasar yang menerapkan proses tawar-menawar dalam proses jual-beli dan barang yang diperdagangkan adalah barang pertanian.

Dalam RTRW Kabupaten Lamongan Tahun 2011-2031 dijelaskan bahwa dalam terdapat permasalahan dalam pengembangan Pasar Agrobis Babat yaitu keberadaan fasilitas Pasar Agrobis Babat belum maksimal memberi manfaat dan keuntungan bagi masyarakat lamongan. Salah satu penyebabnya adalah lokasi Pasar Agrobis Babat dianggap jauh dari permukiman. Selain itu, minimnya retribusi pasar yang didapat mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Lamongan. Target Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang ditetapkan pada tahun 2010 tidak memenuhi target penerimaan. Diantaranya usaha yang tidak memenuhi target adalah penerimaan dari Pasar Agrobis Babat. Pada tahun tersebut, PAD hanya terealisasi 94.73% [6].

Menjaga eksistensi pasar tradisional ditengah-tengah maraknya pasar modern merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh setiap daerah. Keberadaan Pasar Agrobis Babat harus dipertahankan. Hal ini dikarenakan, Pasar Agrobis Babat ditunjuk sebagai kawasan strategis perdagangan dan jasa skala kabupaten. Selain itu, tidak terlepas dari fungsi pasar tradisional sendiri sebagai fasilitas pelayanan publik, memajukan perekonomian wilayah, alat pembinaan dan pengembangan usaha kecil menengah, dan sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah [7].

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 70 Tahun 2013 menyatakan bahwa salah satu tugas pengelola dan pedagang pasar adalah meningkatkan pelayanan kepada konsumen baik mengenai kualitas barang, kebersihan, takaran, kemasan maupun pemanfaatan fasilitas pasar [8]. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan yang ada diperlukan upaya identifikasi tingkat pelayanan Pasar Agrobis Babat. Identifikasi ini diperlukan untuk menilai sejauh mana kualitas

pelayanan yang telah dilakukan oleh pihak pengelola pasar yang berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan Pasar Agrobis Babat.

II. METODE PENELITIAN

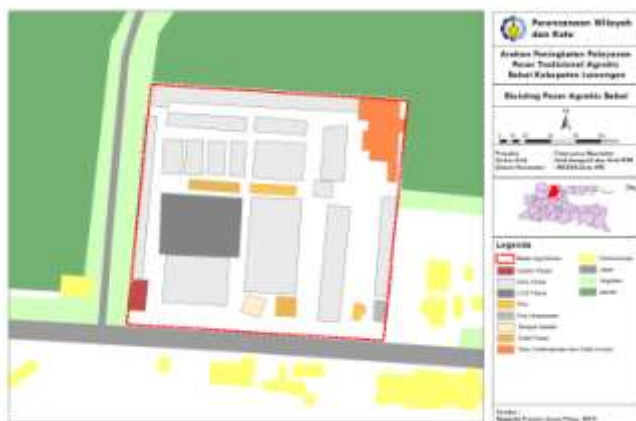
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Deskriptif kualitatif digunakan dalam mengetahui karakteristik Pasar Agrobis Babat, sedangkan deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengetahui faktor yang berpengaruh dan tingkat pelayanan pasar. Tujuan dari penelitian adalah mengetahui tingkat pelayanan dari Pasar Agrobis Babat.

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini antara lain analisis deskriptif yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik Pasar Agrobis Babat, metode CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) yang digunakan untuk mengetahui faktor yang berpengaruh dan metode IPA (*Indeks Performance Analysis*) untuk mengidentifikasi tingkat pelayanan Pasar Agrobis Babat. Pada metode CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dan IPA (*Indeks Performance Analysis*) menggunakan skala likert dalam proses pengumpulan data.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Karakteristik Pasar Tradisional Agrobis Babat

Identifikasi karakteristik Pasar Agrobis Babat dalam penelitian ini ditujukan untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola pasar sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pada analisis ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan penggunaan metode deskriptif ini agar mendapatkan gambaran mengenai objek studi secara mendalam yang disertai dengan pembahasan yang disesuaikan dengan teori/kebijakan/pedoman yang berlaku. Input data yang digunakan yaitu hasil pengamatan lapangan yang didukung dengan wawancara kepada konsumen dan petugas pasar. Variabel dalam penelitian ini didapat dari hasil sintesa tinjauan pustaka.



Gambar 1. Peta Kondisi Eksiting Pasar Agrobis Babat.

Sumber: Survei Lapangan, 2015.

Proses identifikasi dilakukan dengan cara melakukan survei lapangan terkait kondisi eksisting dari 25 variabel penelitian. Selanjutnya dilakukan proses wawancara kepada pihak pengelola pasar yang diwakili oleh PD Pasar Lamongan dan konsumen pasar. Proses wawancara dilakukan untuk memperkuat hasil temuan lapangan.

Berikut ini merupakan hasil analisa dari karakteristik pelayanan Pasar Agrobis Babat;

Tabel 1.

Karakteristik Pelayanan Pasar Agrobis Babat Kabupaten Lamongan		
No	Variabel	Karakteristik
1	Keberadaan sampah	Kondisi pasar belum bebas dari sampah dan belum tersedia tempat pembuangan sampah sementara.
2	Keberadaan genangan air	Kondisi pasar belum bebas dari genangan air, terutama zona penjualan ikan dan daging.
3	Keberadaan PKL	Keberadaan Pedagang Kaki Lima (PKL) di pasar belum tertata dengan baik.
4	Kondisi Bangunan Pasar	Kondisi bangunan pasar sudah permanen.
5	Ketersediaan Angkutan Umum	Sudah tersedia angkutan umum menuju pasar.
6	Kondisi Jalan	Kondisi jalan menuju pasar sudah beraspal dan jalan di dalam pasar sudah terakses dengan baik.
7	Kondisi terminal	Lokasi terminal terdekat berjarak \approx 25km.
8	Harga barang	Harga barang yang beredar relatif murah dan dapat ditawar.
9	Kelengkapan jenis barang	Belum semua barang sektor pertanian tersedia di pasar.
10	Kegiatan promosi pasar	Kegiatan promosi di pasar hanya dilakukan 1(kali) dalam 1 (satu) tahun.
11	Jumlah pedagang pasar	Jumlah pedagang pasar hanya 25% dari target yang ditentukan.
12	Ketersediaan los pasar	Lebar masing-masing los adalah 2 (dua) meter.
13	Ketersediaan kios pasar	Lebar masing-masing kios adalah 2-4 meter. Terdapat pedagang yang berjualan di area yang tidak sesuai
14	Ketersediaan meja dagangan	Minimal terdapat 2 (dua) meja dagangan di masing-masing kios.
15	Pos keamanan	Terdapat 2 (dua) pos keamanan.
16	Kantor pasar	Terdapat 1(satu) kantor pengelola pasar.
17	Toilet umum	Kondisi toilet umum belum terawat.
18	Lahan parkir	Sudah tersedia lahan parkir untuk mobil, truk, motor dan lainnya.
19	Fasilitas Pemadam Kebakaran	Sudah tersedia fasilitas tabung pemadam kebakaran.
20	Jaringan air bersih	Sudah tersedia tandon air. Kualitas dan kuantitas air bersih terjaga.
21	Jaringan listrik	Area pasar sudah dialiri oleh listrik.
22	Jaringan telekomunikasi	Jaringan telekomunikasi sudah menjangkau area pasar.
23	Jaringan drainase	Saluran drainase menggunakan saluran tertutup.
24	Jaringan sanitasi	Jaringan sanitasi masih memanfaatkan saluran drainase dan belum tersedia instalasi pembuangan limbah.
25	Kedekatan dengan fasilitas lain.	Lokasi pasar jauh dari pusat permukiman dan perekonomian masyarakat.

Sumber: Hasil Analisis, 2015

B. Menentukan Faktor yang Berpengaruh dalam Peningkatan Pelayanan Pasar Tradisional Agrobis Babat

Penentuan faktor-faktor yang berpengaruh dalam peningkatan pelayanan pasar menggunakan metode CFA (*Confrimatory Factor Analysis*). Sedangkan, untuk proses pengumpulan data menggunakan survei kuesioner liker skala 1-4. Tahapan dalam proses penentuan faktor-faktor yang berpengaruh yaitu pertama membentuk faktor-faktor dari kondisi karakteristik dan teori, melakukan survei kuesioner terkait faktor yang terbentk kepada konsumen pasar dengan menggunakan skala likert, melakukan pengujian hasil survei dengan spss, dan didapatkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan pasar menurut konsumen pasar. Berdasarkan teori dan kondisi karakteristik yang ada didapatkan 5 faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan suatu pasar, yaitu;

Tabel 2.

Faktor-Faktor yang Berpengaruh		
No	Faktor	Variabel
1	Faktor kebersihan dan kenyamanan	- Keberadaan sampah - Keberadaan genangan air - Keberadaan PKL
2	Faktor aksesibilitas	- Ketersediaan angkutan umum - Kondisi jalan - Ketersediaan terminal - Kedekatan dengan fasilitas umum lainnya
3	Faktor pedagang dan barang	- Harga barang - Kelengkapan jenis barang - Adanya kegiatan promosi di pasar - Jumlah pedagang
4	Faktor sarana pendukung pasar	- Ketersediaan los pasar - Ketersediaan kios pasar - Ketersediaan meja dagangan - Ketersediaan kantor pasar - Ketersediaan pos keamanan - Ketersediaan toilet umum - Ketersediaan fasilitas pemadam kebakaran - Ketersediaan lahan parkir
5	Faktor Prasarana pendukung pasar	- Ketersediaan jaringan air bersih - Ketersediaan jaringan listrik - Ketersediaan jaringan telekomunikasi - Ketersediaan jaringan drainase - Ketersediaan jaringan sanitasi

Sumber: Hasil Analisis, 2015

Skala likert dalam penelitian ini digunakan untuk mempresentasikan persepsi setiap responden terkait dengan seberapa pengaruh variabel-variabel yang diuji untuk menjadi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan Pasar Agrobis Babat. Adapun penjelasan skor likert yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut;

Tabel 3.

Skala Likert dalam Penelitian	
Skor	Penjelasan
1	Sangat tidak berpengaruh
2	Tidak berpengaruh
3	Berpengaruh
4	Sangat berpengaruh

Sumber: Penulis, 2015.

Data-data yang telah selesai direkapitulasi perlu diuji validitas dan reabilitasnya. Hal ini diperlukan untuk mengetahui tingkat keandalan dan konsistensi jawaban. Setelah itu, proses selanjutnya adalah pengolahan data menggunakan metode CFA (*Confrimatory Factor Analysis*) dengan bantuan alat

SPSS. Berikut ini merupakan proses pengolahan data tiap faktor.

1) Faktor Kebersihan dan Kenyamanan Pasar

Pada tahap pertama nilai KMO adalah 0.621 dan nilai signifikasi adalah 0.00. Sehingga data-data yang ada dapat diproses lebih lanjut. Tahap selanjutnya adalah memperhatikan nilai MSA pada masing-masing variabel. Diketahui bahwa terdapat variabel yang memiliki nilai MSA < 0.5 yaitu variabel kondisi bangunan pasar dengan nilai MSA 0.351. Sehingga, pada tahap selanjutnya variabel kondisi bangunan perlu dikeluarkan.

Pada tahap kedua, Nilai KMO adalah 0.641 dan nilai signifikasi adalah 0.000. Pada tahap kedua ini, nilai MSA pada masing-masing variabel sudah berada di >0.5 sehingga tidak perlu ada variabel yang dikeluarkan. Setelah itu, nilai yang perlu diperhatikan adalah nilai total variance explained. Nilai total variance explained menunjukkan bahwa variabel-variabel yang ada telah membentuk 1 faktor. Sehingga variabel-variabel yang berpengaruh untuk membentuk faktor kebersihan dan kenyamanan adalah variabel keberadaan sampah, keberadaan genangan air, dan keberadaan PKL.

Tabel 4.

Uji Validitas Faktor Kebersihan dan Kenyamanan			
No	Uji Validitas	Nilai	Keterangan
1	Nilai KMO	0.641	Valid
2	Nilai Sig	0.000	Valid

Sumber: Hasil Analisis, 2015

Tabel 5.

Anti-image Matrices Faktor Kebersihan dan Kenyamanan

		Keberadaa n Sampah	Genanga n Air	PKL
Anti-image Covariance	Keberadaan Sampah	.684	-.283	-.251
	Genangan Air	-.283	.758	-.112
	PKL	-.251	-.112	.792
Anti-image Correlatio n	Keberadaan Sampah	.606^a	-.393	-.342
	Genangan Air	-.393	.653^a	-.144
	PKL	-.342	-.144	.682^a

Sumber: Hasil Analisis SPSS, 2015

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

2) Faktor Aksesibilitas

Pada tahap pertama nilai KMO menunjukkan nilai 0.612 dan nilai signifikasi menunjukkan angka 0.000 sehingga dapat dikatakan data yang digunakan sudah valid. Pada tahap selanjutnya adalah memperhatikan nilai MSA masing-masing variabel. Terdapat variabel yang memiliki nilai MSA <0.5 yaitu variabel kondisi jalan. Nilai MSA variabel kondisi jalan adalah 0.310. Sehingga diperlukan proses tahap kedua dengan mengeluarkan variabel kondisi jalan.

Pada tahap kedua, nilai KMO menunjukkan angka 0.671 dan nilai signifikasi menunjukkan angka 0.00. Pada Tabel Anti Image Matrices diketahui bawah nilai MSA pada semua variabel yang diuji sudah berada di atas >0.5.

Selanjutnya pada nilai total variance explained diketahui bahwa variabel yang ada sudah membentuk 1 (satu) faktor dengan nilai 1.895. Sehingga, variabel yang berpengaruh untuk membentuk faktor aksesibilitas adalah ketersediaan angkutan umum, ketersediaan terminal dan kedekatan dengan fasilitas lainnya.

Tabel 6.
Uji Validitas Faktor Aksesibilitas

No	Uji Validitas	Nilai	Keterangan
1	Nilai KMO	0.671	Valid
2	Nilai Signifikasi	0.000	Valid

Sumber: Hasil Analisis, 2015

Tabel 7.
Anti-image Matrices Faktor Aksesibilitas

		Angkutan Umum	Ketersediaan Terminal	Kedekatan Dengan Fasilitas
Anti-image Covariance	Angkutan Umum	.752	-.179	-.225
	Ketersediaan Terminal	-.179	.718	-.262
	Kedekatan Dengan Fasilitas	-.225	-.262	.689
Anti-image Correlation	Ketersediaan Angkutan Umum	.700^a	-.243	-.313
	Ketersediaan Terminal	-.243	.671^a	-.372
	Kedekatan Dengan Fasilitas Lainnya	-.313	-.372	.649^a

Sumber: Hasil Analisis SPSS, 2015

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

3) Faktor Pedagang dan Barang

Pada tahap pertama Nilai KMO menunjukkan angka 0.646 dan nilai signifikasi menunjukkan angka 0.000 sehingga dapat dikatakan data yang ada dapat diolah lebih lanjut. Selanjutnya pada Tabel Anti Image Matrices, diketahui bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai di atas >0.5 sehingga tidak ada variabel yang dikeluarkan. Langkah terakhir adalah melihat nilai total variance explained. Nilai total variance explained menunjukkan bahwa variabel yang ada telah membentuk 1 faktor dengan nilai 1.677. Sehingga, variabel yang berpengaruh dalam faktor pedagang dan barang yaitu harga barang, kelengkapan jenis barang, adanya kegiatan di pasar, dan jumlah pedagang.

4) Faktor Sarana Pendukung Pasar

Pada tahap pertama pengolahan data, diketahui nilai KMO adalah 0.653 dan nilai signifikasi adalah 0.000. Selain itu, nilai MSA pada masing-masing variabel sudah berada >0.5 sehingga tidak ada variabel yang dikeluarkan. Tetapi, nilai total variance explained menunjukkan bahwa variabel yang ada belum membentuk 1 (satu) faktor sehingga variabel dengan nilai terkecil harus dikeluarkan. Proses ini diulang hingga variabel-variabel yang ada membentuk 1 (satu) faktor.

Tabel 8.
Uji Validitas Faktor Pedagang dan Barang

No	Uji Validitas	Nilai	Keterangan
1	Nilai KMO	0.646	Valid
2	Nilai Signifikasi	0.000	Valid

Sumber: Hasil Analisis, 2015

Tabel 9.
Uji Validitas Faktor Pedagang dan Barang

		Harga Barang	Kelengkapan Barang	Adanya Kegiatan di Pasar	Jumlah Pedagang
Anti-image Covariance	Harga Barang	.861	-.024	-.164	-.215
	Kelengkapan Barang	-.024	.971	-.112	-.046
	Adanya Kegiatan di Pasar	-.164	-.112	.848	-.208
	Jumlah Pedagang	-.215	-.046	-.208	.835
Anti-image Correlation	Harga Barang	.650^a	-.026	-.192	-.254
	Kelengkapan Barang	-.026	.699^a	-.123	-.051
	Adanya Kegiatan di Pasar	-.192	-.123	.647^a	-.247
	Jumlah Pedagang	-.254	-.051	-.247	.632^a

Sumber: Hasil Analisis SPSS, 2015

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Tabel 10.
Uji Validitas Faktor Sarana Pendukung Pasar

No	Uji Validitas	Nilai	Keterangan
1	Nilai KMO	0.576	Valid
2	Nilai Signifikasi	0.010	Valid

Sumber: Hasil Analisis, 2015

Tabel 11.
Anti-image Matrices Faktor Sarana Pendukung Pasar

		Ketersediaan an Los Pasar	Ketersediaan an Kios Pasar	Ketersediaan an Toilet Umum	Lahan Parkir
Anti-image Covariance	Ketersediaan Los Pasar	.922	-.072	-.203	-.052
	Ketersediaan Kios Pasar	-.072	.942	-.185	.040
	Ketersediaan Toilet Umum	-.203	-.185	.863	-.166
	Lahan Parkir	-.052	.040	-.166	.957
Anti-image Correlation	Ketersediaan Los Pasar	.614^a	-.078	-.228	-.056
	Ketersediaan Kios Pasar	-.078	.579^a	-.205	.042
	Ketersediaan Toilet Umum	-.228	-.205	.557^a	-.183
	Lahan Parkir	-.056	.042	-.183	.565^a

Sumber: Hasil Analisis SPSS, 2015

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Pada tahap akhir, nilai KMO menunjukkan angka 0.576 dan nilai signifikasi menunjukkan angka 0.01. Pada Tabel Anti Image Matrices diketahui bahwa nilai MSA semua

variabel sudah >0.5. Selain itu, nilai total variance explained menunjukkan bahwa variabel yang ada telah membentuk 1 (satu) faktor dengan nilai 1.493. Sehingga, variabel yang berpengaruh terhadap faktor sarana pendukung pasar adalah ketersediaan los pasar, ketersediaan kios pasar, ketersediaan toilet umum dan lahan parkir.

5) Faktor Prasarana Pendukung Pasar

Pada tahap pertama, nilai KMO menunjukkan angka 0.527 dan nilai signifikasi menunjukkan angka 0.000. Selanjutnya, pada nilai MSA menunjukkan bahwa variabel ketersediaan jaringan listrik memiliki nilai MSA < 0.5 sehingga diperlukan pengolahan data kembali dengan mengeluarkan variabel ketersediaan jaringan listrik. Pada tahap pengolahan kedua, nilai MSA pada semua variabel yang diuji sudah lebih dari >0.5, tetapi nilai total variance explained menunjukkan bahwa variabel yang ada belum membentuk 1 (satu) faktor sehingga diperlukan mengeluarkan variabel dengan nilai MSA yang terkecil. Proses ini terus diulang hingga variabel yang ada membentuk 1 (satu) faktor.

Pada tahap akhir, diketahui nilai KMO menunjukkan angka 0.557 dan nilai signifikasi menunjukkan angka 0.014. Selain itu, nilai MSA pada masing-masing variabel sudah menunjukkan angka > 0.5 sehingga tidak ada variabel yang dikeluarkan. Pada nilai total variance explained variabel yang ada telah membentuk 1(satu) faktor. Variabel yang berpengaruh terhadap faktor prasarana pendukung pasar yaitu ketersediaan jaringan air bersih, ketersediaan jaringan drainase, ketersediaan jaringan sanitasi.

Tabel 12.
Uji Validitas Faktor Prasarana Pendukung Pasar

No	Uji Validitas	Nilai	Keterangan
1	Nilai KMO	0.557	Valid
2	Nilai Signifikasi	0.014	Valid

Sumber: Hasil Analisis, 2015

Tabel 13.
Anti-image Matrices Faktor Prasarana Pendukung Pasar

		Ketersediaan Air Bersih	Ketersediaan Jaringan Drainase	Ketersediaan Jaringan Sanitasi
Anti-image Covariance	Ketersediaan Air Bersih	.907	-.217	-.166
	Ketersediaan Jaringan Drainase	-.217	.933	-.058
	Ketersediaan Jaringan Sanitasi	-.166	-.058	.957
Anti-image Correlation	Ketersediaan Air Bersih	.540^a	-.236	-.178
	Ketersediaan Jaringan Drainase	-.236	.558^a	-.062
	Ketersediaan Jaringan Sanitasi	-.178	-.062	.591^a

Sumber: Hasil Analisis SPSS, 2015

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

C. Identifikasi Tingkat Pelayanan Pasar Tradisional Agrobis Babat

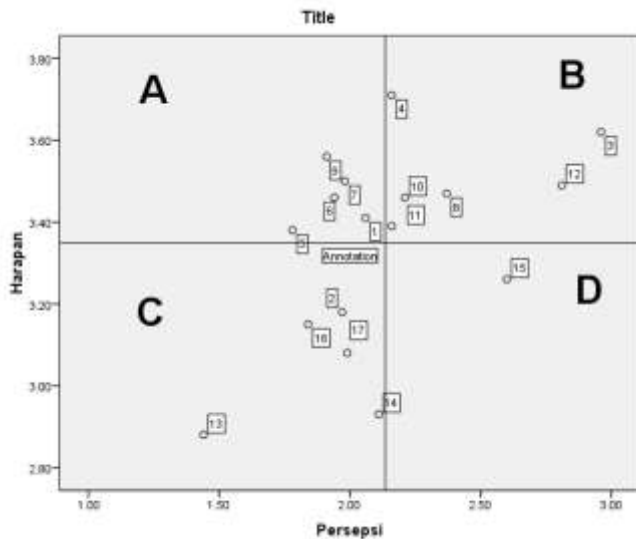
Identifikasi tingkat pelayanan pasar digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola pasar berdasarkan persepsi masyarakat sebagai konsumen pasar. Metode yang digunakan adalah IPA (*Indeks Performance Analysis*). Teknik pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Skor skala likert yang digunakan sama dengan sasaran sebelumnya. Pada tahap awal pengolahan data diperlukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap data yang didapat dari hasil survei kuesioner. Setelah data yang didapatkan dipastikan valid dan reliabel, maka langkah selanjutnya adalah menganalisa kualitas pelayanan menggunakan *service quality*.

Tabel 14.
Perhitungan Analisis *Service Quality*

No	Variabel	Mean		Score Servqual
		Persepsi	Harapan	
1	Keberadaan sampah	2.06	3.41	-1.35
2	Keberadaan genangan air	1.97	3.18	-1.21
3	Keberadaan PKL	2.96	3.62	-0.66
4	Ketersediaan angkutan umum	2.16	3.71	-1.55
5	Ketersediaan terminal	1.78	3.38	-1.6
6	Kedekatan dengan fasilitas umum lainnya	1.94	3.46	-1.52
7	Harga barang	1.98	3.5	-1.52
8	Kelengkapan Jenis Barang	2.37	3.47	-1.1
9	Adanya Kegiatan Promosi di Pasar	1.91	3.56	-1.65
10	Jumlah Pedagang	2.21	3.46	-1.25
11	Ketersediaan Los Pasar	2.16	3.39	-1.23
12	Ketersediaan Kios Pasar	2.81	3.49	-0.68
13	Ketersediaan Toilet Umum	1.44	2.88	-1.44
14	Ketersediaan Lahan Parkir	2.11	2.93	-0.82
15	Ketersediaan Jaringan Air Bersih	2.6	3.26	-0.66
16	Ketersediaan Jaringan Drainase	1.84	3.15	-1.31
17	Ketersediaan Jaringan Sanitasi	1.99	3.08	-1.09

Sumber: Hasil Analisis, 2015

Keseluruhan hasil skor servqual menghasilkan nilai yang negatif. Artinya kualitas pelayanan yang ada belum mampu meningkatkan tingkat kepuasan konsumen Pasar Agrobis Babat. Variabel yang memiliki skor (-) negatif paling tinggi adalah “Adanya Kegiatan Promosi di Pasar” dan yang paling rendah adalah variabel “Keberadaan PKL” dan “Ketersediaan Jaringan Air Bersih”.



Gambar 2. Penyebaran Atribut dalam Diagram Kartesius
Sumber: Hasil Analisis SPSS, 2015

Berdasarkan diagram kartesius di atas, maka persebaran kualitas pelayanan konsumen pasar adalah sebagai berikut;

a. Kuadran A : Prioritas Utama

Variabel tersebut dianggap penting oleh konsumen namun pelaksanaannya belum memuaskan, sehingga variabel yang termasuk ke dalam kuadran ini termasuk ke dalam prioritas utama.

- Keberadaan sampah
- Ketersediaan terminal
- Kedekatan dengan fasilitas umum lainnya
- Harga barang
- Adanya Kegiatan Promosi di Pasar

b. Kuadran B : Pertahankan Kualitas Pelayanan

Merupakan variabel yang dianggap masyarakat penting dan pelaksanaannya sudah memuaskan sehingga perlu dipertahankan sebagai penunjang kegiatan.

- Keberadaan PKL
- Ketersediaan angkutan umum
- Kelengkapan Jenis Barang
- Jumlah Pedagang
- Ketersediaan Los Pasar
- Ketersediaan Kios Pasar

c. Kuadran C : Prioritas Rendah

Variabel yang dianggap kurang penting oleh masyarakat dan kinerja pelayanan yang telah dilaksanakan dianggap kurang memuaskan.

- Keberadaan Genangan Air
- Ketersediaan Toilet Umum
- Ketersediaan Jaringan Drainase
- Ketersediaan Jaringan Sanitasi

d. Kuadran D : Terlalu Berlebih

Variabel yang dianggap tidak penting oleh konsumen namun pelaksanaannya dianggap memuaskan oleh masyarakat.

- Ketersediaan Lahan Parkir

- Ketersediaan Jaringan Air Bersih

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan pada bab pertama hingga bab ketiga, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik pelayanan Pasar Agrobis Babat masih jauh dari kondisi yang diharapkan karena masih minimnya upaya pemeliharaan dan perawatan sarana prasarana dan masih terdapat beberapa variabel pelayanan yang tidak tersedia.
2. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan pasar adalah faktor kebersihan dan kenyamanan, faktor aksesibilitas, faktor pedagang dan barang, faktor sarana pasar, dan faktor prasarana pasar.
3. Tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan pasar masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan munculnya nilai (-) negatif pada skor servqual semua variabel.
4. Prioritas utama pelayanan yang harus ditingkatkan adalah variabel keberadaan sampah, ketersediaan terminal, kedekatan dengan fasilitas umum lainnya, harga barang dan adanya kegiatan promosi. Variabel-variabel ini dianggap penting oleh konsumen, tetapi tingkat pelayanannya masih rendah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pemerintah dan masyarakat Kabupaten Lamongan yang telah memberkan kemudahan dalam memperoleh data.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] PDRB Dalam Angka Tahun 2013. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lamongan.
- [2] Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Lamongan Tahun 2011-2031. Badan Perencanaan Dan Pembangunan Kabupaten Lamongan.
- [3] SK Bupati 188/252188/252/Keep/413.013/2008 tentang penetapan lokasi perdagangan pada pasar umum di Kecamatan Babat.
- [4] C. Geertz. 1963. Peddlers and Princes. Social Development and Economic Change in Two Indonesian Towns. Chicago and London : The University of Chicago Press
- [5] Downey dan Erickson. 1987. Manajemen Agribisnis. Terjemahan oleh Ganda, Rochidayat dan Sirait, Alfonsus. Jakarta: Erlangga.
- [6] Pengangguran Lamongan Diklaim Turun. Available: <http://www.bappeda.jatimprov.go.id>.
- [7] Syafwati, Kamalia. 2007. Analisa Peningkatan Kualitas Pelayanan Pasar Puring di Kota Pontianak. Jurnal. Magister Teknik ITS. Surabaya.
- [8] Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-Dag/PER/12/2013 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.