



ISSN: 1412-5331

MAJALAH ILMIAH

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEMARANG

SOLUSI

ANALISIS PERSEPSI RESIKO E-COMMERCE DAN WEBSITE QUALITY DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PELANGGAN DENGAN TINGKAT KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PRODUK FASHION DI KOTA SEMARANG
(Lulus Prapti, Dian Triyani – Universitas Semarang)

KONTRIBUSI PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIUSITAS DAN SIKAP DALAM PEMBENTUKAN NIAT BELI
(Ken Sudarti, Rio Dananto Lazuardi – Universitas Sultan Agung Semarang)

PENGARUH STRES KERJA TERHADAP PERILAKU DISFUNGSIONAL AUDIT DENGAN THE BIG FIVE PERSONALITY DAN LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA KAP DI WILAYAH JAWA TENGAH DAN DIY)
(Ervin Meika Anggraini, Febrina Nafasati P - Universitas Semarang)

STUDI PERBEDAAN RETURN SAHAM SEBELUM DAN SESUDAH PILKADA DKI JAKARTA 2017
(Tri Rinawati, Aprih Santoso - Universitas Semarang)

ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI PAJAK DAERAH SERTA KONTRIBUSINYA TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN TUBAN
(Yosia Dian Purnama Windrayadi, Mario Fahmi Syahrial - Universitas PGRI Ronggolawe Tuban)

PENGARUH PROFESIONALISME, INDEPENDENSI, AKUNTABILITAS DAN PENGALAMAN KERJA AUDITOR TERHADAP KUALITAS AUDIT (Studi Empiris pada Kantor Akuntan Publik di Semarang)
(Ahmad Rudi Yulianto, Siti Endang Sulastri – Universitas Sultan Agung Semarang)

EVALUASI PENGGUNAAN SISTEM AKUNTANSI DALAM RANGKA PENGAKUAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus Evi Fashion Di Johar Trade Mall Semarang)
(Estik Rahayu, Saifudin - Universitas Semarang)

PENDETEKSIAN FINANCIAL STATEMENT FRAUD MELALUI TEORY FRAUD TRIANGLE
(Muflihati Nur Fauzah, Ardiani Ika Sulistyawati - Universitas Semarang)

DAMPAK REVITALISASI PASAR TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DAN KEPUASAN PELANGGAN DI PASAR PETERONGAN SEMARANG
(Grace Erika Pingkan Wullur, Edy Mulyantomo - Universitas Semarang)

ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK PEKERJAAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN GAYA KEPEMIMPINAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDY KASUS DI PT. LESTARI GROUP SEMARANG DIVISI BPR)
(Kasno – Universitas AKI)

MAJALAH ILMIAH SOLUSI

Volume 16, Nomor 3, Juli 2018

DESKRIPSI

Majalah Ilmiah Solusi Mengkaji Masalah-Masalah Sosial, Ekonomi dan Bisnis

KETERANGAN TERBIT

Terbit Pertama Kali Juli 2002 dan Selanjutnya Terbit Tiga Bulan Sekali (Januari, April, Juli dan Oktober)

PENERBIT

Fakultas Ekonomi USM

ALAMAT PENERBIT

JL. Soekarno Hatta Semarang
Telp. 024-6702757 Fax. 024-6702272

PENGELOLA

Editor in Chief : Yohanes Suhardjo, SE, M.Si., Ak, CA
Vice Editor Chief : Abdul Karim, SE, M.Si., Ak, CA
Managing Editor : Saifudin, SE, M.Si
Secretary of Managing Editor : Edy Suryawardana, SE,MM
Administration & Circulation : Dian Triyani, SE, MM
Layout & Typesetting : M Burhan Hanif S.kom

Board of Editors:

1. Prof. Dr. H. Pahlawansjah H, SE, ME (USM)
2. Prof. Dr. Ir. Kesi Widjajanti, SE, MM (USM)
3. Prof. Supramono SE, MBA, DBA (UKSW)
4. Prof. Drs. H. Imam Ghozali, M.Com, Akt, PhD (UNDIP)
5. Prof. Dr. Agus Suroso, MS (UNSOED)
6. Prof. Dr. Widodo, SE, M.Si (UNISSULA)
7. Prof. Dr. Dra. Sulastri, ME, M.Kom (UNSRI)
8. Dr. Ardiani Ika S, SE, MM, Ak, CA, CPA (USM)

KATA PENGANTAR

Sungguh merupakan kebahagiaan tersendiri bagi kami, takala kami dapat hadir rutin setiap tiga bulan sekali untuk saling bertukar pikiran mengenai hal-hal baru dibidang sosial, ekonomi dan bisnis.

Pada kesempatan ini penerbit menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mengirimkan artikel-artikelnya. Penerbit akan membuka kesempatan seluas-luasnya bagi seluruh kalangan akademisi maupun praktisi baik dari dalam maupun luar Universitas Semarang untuk mempublikasikan karya ilmiahnya.

Penerbitan majalah ilmiah "SOLUSI" kali ini menghadirkan 10 (sepuluh) artikel yang kami anggap layak untuk diterbitkan, dengan harapan dapat menjadi tambahan referensi bagi para pembaca dan menjadi sumbangan pengembangan persemaian khasanah pengetahuan dibidang sosial, ekonomi dan bisnis.

Akhir kata semoga majalah ilmiah "SOLUSI" dapat memberi manfaat yang sebesar-besarnya.

Hormat Kami

Redaksi

DAFTAR ISI

ANALISIS PERSEPSI RESIKO E-COMMERCE DAN WEBSITE QUALITY DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PELANGGAN DENGAN TINGKAT KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PRODUK FASHION DI KOTA SEMARANG (<i>Lulus Prapti, Dian Triyani – Universitas semarang</i>).1	
KONTRIBUSI PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIUSITAS DAN SIKAP DALAM PEMBENTUKAN NIAT BELI (<i>Ken Sudarti, Rio Dananto Lazuardi – Universitas Sultan Agung Semarang</i>).....	14
“PENGARUH STRES KERJA TERHADAP PERILAKU DISFUNGSIONAL AUDIT DENGAN <i>THE BIG FIVE PERSONALITY</i> DAN <i>LOCUS OF CONTROL</i> SEBAGAI VARIABEL MODERASI” (Studi Pada KAP Di Wilayah Jawa Tengah Dan DIY) (<i>Ervin Meika Anggraini, Febrina Nafasati P - Universitas semarang</i>)	32
STUDI PERBEDAAN RETURN SAHAM SEBELUM DAN SESUDAH PILKADA DKI JAKARTA 2017 (Studi Pada Bursa Efek Jakarta untuk Saham LQ45) (<i>Tri Rinawati, Aprih Santoso - Universitas semarang</i>)	62
ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI PAJAK DAERAH SERTA KONTRIBUSINYA TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN TUBAN (<i>Yosia Dian Purnama Windrayadi,, Mario Fahmi Syahrial - Universitas PGRI Ronggolawe Tuban</i>).....	94
PENGARUH PROFESIONALISME, INDEPENDENSI, AKUNTABILITAS DAN PENGALAMAN KERJA AUDITOR TERHADAP (<i>Ahmad Rudi Yulianto, Siti Endang Sulastri – Universitas Sultan Agung Semarang</i>)	103
EVALUASI PENGGUNAAN SISTEM AKUNTANSI DALAM RANGKA PENGAKUAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus Evi Fashion Di Johar Trade Mall Semarang) (<i>Estik Rahayu, Saifudin - Universitas semarang</i>)	124
PENDETEKSIAN <i>FINANCIAL STATEMENT FRAUD</i> MELALUI <i>TEORY FRAUD TRIANGLE</i> (<i>Muflihati Nur Fauzah, Ardiani Ika Sulistyawati - Universitas semarang</i>)	141
DAMPAK REVITALISASI PASAR TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DAN KEPUASAN PELANGGAN DI PASAR PETERONGAN SEMARANG (<i>Grace Erika Pingkan Wullur, Edy Mulyantomo - Universitas semarang</i>).....	164
ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK PEKERJAAN DAN MOTIVASI KERJA (<i>Kasno – Universitas AKI</i>).....	178

DAMPAK REVITALISASI PASAR TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DAN KEPUASAN PELANGGAN DI PASAR PETERONGAN SEMARANG

**Grace Erika Pingkan Wullur
Edy Mulyantomo**

Fakultas Ekonomi Universitas Semarang (USM)

Diterima: Januari 2018. Disetujui: April 2018. Dipublikasikan: Juli 2018

ABSTRACT

Traditional Market is one form of popular economy and is also one of the pillars of the national economy in Indonesia. In this study qualitative or naturalistic research methods are used because they are carried out in natural conditions. According to Moleong (2007), qualitative research methods are studies that intend to understand the phenomenon of what is experienced by the subject of research such as behavior, perception, motivation and action, etc. holistically, and by way of descriptions in the form of words and language, at a special natural context and by utilizing various natural methods.

Keywords: *Traditional markets, merchant income, customer satisfaction*

ABSTRAK

Pasar Tradisional merupakan salah satu bentuk ekonomi kerakyatan dan juga merupakan salah satu pilar ekonomi nasional di Indonesia. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif atau naturalistik karena dilakukan dalam kondisi alamiah. Menurut Moleong (2007), metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi dan tindakan, dan lain lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Kata Kunci: Pasar tradisional, pendapatan pedagang, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Pasar Tradisional merupakan salah satu bentuk ekonomi kerakyatan dan juga merupakan salah satu pilar ekonomi nasional di Indonesia. Ketahanan dan kelangsungan hidup pasar tradisional akan berpengaruh terhadap kondisi perekonomian. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena di dalam pasar Tradisional terdapat banyak aktor yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya.

Terdapat 13.450 pasar tradisional di seluruh Indonesia dengan 12,6 juta pedagang. Menurut data Asosiasi Pedagang Pasar Indonesia, pertumbuhan pasar tradisional menurun

8,1% dan pertumbuhan pasar modern meningkat 31,4%. Tentunya kita berharap pasar tradisional tidak hilang dalam kehidupan masyarakat Indonesia, Oleh karena itu, kuncinya adalah pemerintah yaitu ketepatan pemerintah merevitalisasi pasar.

Dengan adanya konsep baru yang lebih baik dan nyaman, pemerintah ingin melakukan revitalisasi (renovasi) pasar. Revitalisasi dilakukan untuk menambah jumlah kios baik dengan cara membangun lantai atas maupun membangun di atas lahan parkir. Di beberapa kasus, revitalisasi pasar biasanya dilakukan dengan merubuhkan pasar lama lalu membangun kembali sehingga pedagang lama harus terusir dari tempat yang lama dan menjadi PKL di sekitar pasar.

Pengertian Revitalisasi yang sebenarnya adalah Perbaikan aset tetap yang rusak dengan maksud meningkatkan kualitas atau kapasitas. Revitalisasi pasar juga selalu dianggarkan oleh Pemerintah pada APBD (Anggaran Pendapatan dan belanja Daerah) baik Kota maupun Kabupaten setiap tahunnya dalam pos perawatan pasar milik pemerintah. Dana tersebut merupakan sumbangan dari para pedagang bertahun – tahun sebelumnya melalui pungutan retribusi pasar, uang kebersihan, dan uang keamanan. Rencana membangun dan merevitalisasi pasar memang selalu datang dari pihak pengembang dan disokong oleh oknum pemerintah daerah melalui dinas pasar.

Pada usaha sektor informal, salah satunya adalah pedagang pasar karena berdasarkan data dari Pemerintah Kota Semarang, Jumlah pasar tradisional di Semarang mencapai 51 pasar (<http://www.semarangkota.go.id/main/menu/59/pusat-belanja/pasar-tradisional-di-semarang>, diakses 6 Mei 2017). Dengan adanya 51 pasar ini, pemerintah dapat menekan angka pengangguran dan mengurangi kemiskinan.

Tabel 7.2 Jumlah Pedagang Menurut Kecamatan di Kota Semarang, 2016
Table 7.2 Number of Merchants by Subdistrict in Semarang Municipality, 2016

Kecamatan Subdistrict	Pedagang Besar Wholesaler	Pedagang Menengah Medium Trader	Pedagang Kecil Small Trader
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Mijen	2	10	173
2. Gunungpati	14	12	596
3. Banyumanik	6	49	197
4. Gajah Mungkur	1	20	526
5. Semarang Selatan	6	32	827
6. Candisari	2	13	196
7. Tembalang	3	47	428
8. Pedurungan	6	50	1 584
9. Genuk	9	14	796
10. Gayamsari	2	17	482
11. Semarang Timur	6	13	480
12. Semarang Utara	16	227	1 613
13. Semarang Tengah	3	28	1 818
14. Semarang Barat	5	43	1 180
15. Tugu	1	6	380
16. Ngaliyan	4	14	1 282
Kota Semarang	86	595	12 558

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang
Source: Industry and Commerce Service of Semarang Municipality

Sumber : Angka Kota Semarang Tahun 2017

Dari data tersebut menunjukkan pada tahun 2016, jumlah pedagang pasar tradisional (Pedagang Kecil) di Kota Semarang lebih banyak dari pedagang menengah dan pedagang besar, namun. Namun tingginya Pedagang Pasar Tradisional (Pedagang Kecil) seharusnya dapat dimanfaatkan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan asli daerah.

Pada tahun 2017 pasar Peterongan salah satu pasar kota di Semarang diresmikan oleh Bapak Walikota Hendrar Prihadi pada tanggal 26 Januari 2017 berada di Jl. MT. Haryono No.936, Semarang Selatan. Pasar peterongan ini di revitalisasi / direnovasi karena Pemerintah Kota Semarang berupaya untuk menata ulang pasar tradisional untuk meningkatkan daya tarik pasar sehingga ramai dikunjungi pembeli. Permendagri Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pengembangan Pasar Tradisional pasal 1 Ayat 2 yang berisi Tujuan pengelolaan, pengembangan pasar tradisional meliputi a) Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat; b) Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat; c)

Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif atau naturalistik karena dilakukan dalam kondisi alamiah. Menurut Moleong (2007), metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi dan tindakan, dll secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Sejarah Pasar Tradisional Peterongan bermula dari “pasar krempyeng” yang diperkirakan muncul pada akhir abad ke – 19. Pada 1916, pasar yang banyak menjual hasil bumi itu dibangun secara permanen oleh Pemerintah Kota (*Gemeente*) Semarang. Pembangunan Pasar Peterongan itu merupakan revitalisasi pasar tradisional pertama di Semarang. Pada tahun 2017, Pasar Tradisional Peterongan kembali lagi di revitalisasi oleh Pemerintah Kota Semarang . Setelah Pasar Peterongan di revitalisasi, sebagian pedagang pasar tidak melanjutkan usahanya karena kerugian yang dialami pedagang lainnya, sebagian pedagang lainnya tetap berjualan meskipun pendapatan mereka berkurang , bahkan beberapa pedagang menyatakan berkurangnya frekuensi kunjungan pelanggan/ konsumen yang datang ke Pasar Peterongan . Beberapa pelanggan / konsumen dan juga pedagang mengungkapkan bermacam macam keluhan yang mereka rasakan setelah pasar di revitalisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang berkurang karena ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan / konsumen . Sehingga dalam penelitian ini akan dicari faktor – faktor apa saja yang menyebabkan kepuasan pelanggan.

Tabel 2.

Nama Informan Kunci

No	Nama Informan	Alasan
1	Bapak Ramto	Menjabat sebagai Kepala Pasar di Pasar Tradisional Peterongan Semarang dari tahun 2017 (sejak revitalisasi) .
2	Ibu Megawati Tamba	Ibu Megawati ini sudah berjualan Tas dan aksesoris dari 25 tahun yang lalu

3	Mbak Nia	Masa Sekolah mbak Nia membantu ibunya berjualan dari 20 tahun yang lalu, sekarang Mbak Nia juga sudah mulai berjualan mandiri sejak 2 tahun yang lalu.
4	Ibu Ranti	Ibu Ranti ini merupakan pelanggan lebih dari 15 tahun yang tetap setia berbelanja di Pasar Peterongan sejak 15 tahun yang lalu

Tabel 3.

Hasil Wawancara Mendalam dengan Informan Kategori, dan Pola tentang Kepuasan Pelanggan

PERSOALAN PENELITIAN	INFORMAN					KATEGORI	POLA
	BU RANTI	BU RANI	BU TRI	BU MEGA	MTAK NIA		
PERTANYAAN #1A : BAGAIMANA PERNGALAMAN PELANGGAN BERBELANJA SAAT SEBELUM PASAR DI REVITALISASI?	<ul style="list-style-type: none"> •Kondisi pasar yang kotor dan kumuh •Produk barang yang lengkap •Pelayanan yang ramah 	<ul style="list-style-type: none"> •Kondisi pasar yang kotor •Keamanan saat membeli 	<ul style="list-style-type: none"> • Kondisi pasar yang kotor • Kios yang sempit 	<ul style="list-style-type: none"> • Ramai Pembeli • Kondisi pasar yang kotor 	<ul style="list-style-type: none"> • Kondisi pasar yang kumuh • Ukuran kios yang kurang luas 	<ul style="list-style-type: none"> • Kondisi pasar yang kotor • Kios yang sempit • Produk tersedia dan lengkap 	<p>Dalam pengalaman pelanggan saat berbelanja sebelum revitalisasi, adanya faktor kondisi pasar yang tidak nyaman karena lingkungan yang kotor dan becek (jika hujan) sehingga pelanggan masih meragukan kebersihan pasar.</p> <p>Lalu sempitnya kios / lapak untuk berjualan membuat pelanggan kurang leluasa untuk berbelanja.</p> <p>Lalu Faktor Ketersediaan barang / produk yang ditawarkan kepada pelanggan kurang lengkap</p>

PERSOALAN PENELITITAN	INFORMAN					KATEGORI	POLA
	BU RANTI	BU RANI	BU TRI	BU MEGA	MTAK NIA		
<p>PERTANYAAN #1B: BAGAIMANA PENGALAMAN PELANGGAN BERBELANJA SAAT SETELAH PASAR DI REVITALISASI?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Kondisi pasar yang bersih dan nyaman Kios / lapak yang teracak 	<ul style="list-style-type: none"> Kondisi pasar yang bersih Lahan parkir yang kurang luas Jumlah fasilitas umum yang masih sedikit 	<ul style="list-style-type: none"> Kondisi pasar yang bersih Kios yang sempit dan teracak Jalanan masuk ke pasar yang kurang bersih 	<ul style="list-style-type: none"> Kondisi pasar yang bersih Kenyamanan saat berjualan Sepi Pembeli Ukuran kios yang sempit 	<ul style="list-style-type: none"> Kondisi pasar yang bersih Kenyamanan saat berjualan Harga sewa kios yang tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> Kondisi pasar yang bersih Kios sempit dan teracak Lebih aman dan nyaman saat berbelanja Harga sewa tinggi Fasilitas umum yang sedikit Lahan parkir yang kurang 	<p>Dalam Pengalaman pelanggan saat berbelanja setelah adanya revitalisasi, adanya apresiasi dari beberapa informan terkait dengan kondisi pasar yang bersih, aman dan nyaman</p> <p>Tapi selain adanya apresiasi beberapa informan juga mengeluhkan tentang ukuran kios yang masih sempit dan teracak, fasilitas umum yang sedikit dan lahan parkir yang kurang luas</p>
<p>PERTANYAAN #2 : APA SAJA YANG MENJADI PERTIMBANGAN SAAT PELANGGAN BERBELANJA DI PASAR PETERONGAN?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ketersediaan produk Harga yang terjangkau Kebersihan pasar Lokasi pasar strategis 	<ul style="list-style-type: none"> Lokasi pasar yang strategis Harga yang terjangkau Kondisi pasar yang beresih 	<ul style="list-style-type: none"> Lokasi yang strategis Ketersediaan produk Kebersihan pasar Kondisi pasar yang bersih Harga yang terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> Ketersediaan produk Harga yang murah 	<ul style="list-style-type: none"> Ketersediaan produk Model produk yang menarik Harga yang murah 	<ul style="list-style-type: none"> Lokasi strategis Harga terjangkau Kebersihan pasar Ketersediaan produk 	<p>Setiap informan yang ditanya mengenai pertimbangan berbelanja di pasar peterongan, adanya faktor lokasi strategis dalam hal ini lokasi pasar yang dekat dengan rumah beberapa informan dan mereka dengan mudah untuk berbelanja karena lokasi pasar di tengah kota dan dekat dengan beberapa tempat penting seperti gereja dan rumah makan</p> <p>Faktor harga dalam hal ini masih sama dan tidak mengalami kenaikan</p> <p>Faktor kebersihan pasar , pelanggan</p>

PERSOALAN AN PENELITI TAN	INFORMAN					KATEGORI	POLA
	BU RANTI	BU RANI	BU TRI	BU MEGA	MTAK NIA		
							<p>merasa lebih nyaman dan aman saat berbelanja karena kondisi pasar yang bersih, fasilitas umum yang lengkap, lahan parkir yang luas sehingga pelanggan tidak perlu khawatir dengan keamanan kendaraan</p> <p>Faktor ketersediaan produk , dalam hal ini produk yang diminati pelanggan tersedia dan kualitas produk yang bagus sehingga pelanggan puas belanja di pasar.</p>

Tabel 4

Hasil Focus Group Discussion dengan Informan Kunci, Kategori, dan Pola tentang
Pendapatan Pedagang dan Kepuasan pelanggan

PERSOALAN PENELITIAN	INFORMAN KUNCI				KATEGORI	POLA
	PAK RAMTO	BU MEGA	MTAK NIA	BU RANTI		
Pertanyaan 1: Faktor – faktor apa yang menyebabkan menurunnya pendapatan pedagang dan kepuasan konsumen?	<ul style="list-style-type: none"> • Karena adanya persaingan dengan pasar modern • Konsumen menginginkan kepraktisan (<i>online shop</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat yang acak dan konsumen harus beradaptasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Karena kios yang acak dan pelanggan harus mencari kios langganannya • Konsumen lebih suka praktis 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumen lebih suka praktis (<i>online shop</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya saingan dari pasar modern • Konsumen ingin praktis (<i>Online Shop</i>) • Konsumen lebih nyaman 	Hasil diskusi ini membenarkan temuan dalam wawancara mendalam dengan informan serta menambahkan pola dari tingkat pedagang itu

PERSOALAN PENELITIAN	INFORMAN KUNCI				KATEGORI I	POLA
	PAK RAMTO	BU MEGA	MTAK NIA	BU RANTI		
	<ul style="list-style-type: none"> Konsumen lebih nyaman berbelanja di jalan sehingga tidak harus untuk parkir 		<i>(online shop)</i>		<ul style="list-style-type: none"> belanja di jalan tanpa harus parkir Kios yang acak dan membuat pelanggan harus mencari dan beradaptasi 	<p>sendiri, seperti kategori saingan dari pasar modern, konsumen lebih nyaman dan aman berbelanja di pasar modern karena barang tersedia, lengkap dan kebersihan terjaga, sehingga pedagang dapat memperbaiki situasi / kondisi pasar maupun lapak/ kiosnya supaya bersih,</p> <p>Lalu faktor tersedianya barang menarik yang diminati pelanggan sehingga pelanggan tertarik datang ke pasar peterongan.</p> <p>Faktor Pelanggan ingin praktis, sekarang ada beberapa pedagang pasar yang sudah</p>

PERSOALAN PENELITIAN	INFORMAN KUNCI				KATEGORI I	POLA
	PAK RAMTO	BU MEGA	MTAK NIA	BU RANTI		
						<p>mempunyai sistem barang bisa ditukar dan sistem pengiriman, sehingga pelanggan lebih nyaman dan praktis.</p> <p>Dari diskusi ini juga menambahkan pola dari pelanggan/ konsumen itu sendiri, seperti keinginan konsumen / pelanggan yang lebih suka belanja di jalanan sehingga tidak diharuskan parkir .</p>
<p>Pertanyaan 2 : Bagaimana cara untuk meningkatkan pendapatan pedagang?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya ketersediaan barang dagangan (seperti buah dan sayur) 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat event untuk menarik masyarakat (konsumen / pelanggan) belanja di pasar. • Penawaran harga yang terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> • Dengan adanya barang yang tersedia dan lengkap • Model barang menarik dan mengikuti trend 	<ul style="list-style-type: none"> • Barang tersedia dan lengkap • Model yang menarik dan mengikuti trend 	<ul style="list-style-type: none"> • Barang yang tersedia dan lengkap • Model yang menarik dan mengikuti trend • Penawaran harga yang terjangkau • Membuat event 	<p>Dalam diskusi ini terdapat faktor Ketersediaan barang / produk sangat berperan penting juga karena jika barang yang diminati tidak tersedia akan membuat pelanggan / konsumen kecewa. Faktor</p>

PERSOALAN PENELITIAN	INFORMAN KUNCI				KATEGORI I	POLA
	PAK RAMTO	BU MEGA	MTAK NIA	BU RANTI		
					<p>untuk menarik masyarakat belanjawan di pasar.</p>	<p>Kualitas barang / produk yang disediakan pedagang harus bisa mengikuti trend agar pelanggan tertarik untuk belanjawan di pasar.</p> <p>Faktor harga , dalam hal ini harga produk di pasar sudah terjangkau dan mempunyai sistem penawaran yang rendah.</p> <p>Dalam diskusi ini juga terdapat pola pada tingkat pemerintahan (Kepala pasar Peterongan), seperti tempat kios/ lapak yang kecil dan pelanggan / konsumen kurang leluasa untuk belanjawan dan juga letak kios yang acak yang membuat pelanggan harus beradaptasi Pemerintah</p>

PERSOALAN PENELITIAN	INFORMAN KUNCI				KATEGORI I	POLA
	PAK RAMTO	BU MEGA	MTAK NIA	BU RANTI		
						(Kepala pasar peterongan) juga bisa membuat event – event untuk menarik daya tarik masyarakat untuk belanja di pasar.
Pertanyaan 3: Bagaimana cara / Upaya membuat konsumen tertarik dan puas belanja di pasar peterongan?	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang ramah • Penawaran harga yang rendah 	<ul style="list-style-type: none"> • Penawaran harga yang terjangkau • Adanya event untuk menarik masyarakat untuk belanja di pasar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang ramah • Penawaran harga rendah 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang ramah • Harga murah dan terjangkau • Sistem barang bisa ditukar 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang ramah • Harga Murah • Sistem barang bisa ditukar • Penawaran harga yang rendah 	<p>Dalam diskusi ini, kategori pelayanan yang ramah supaya pelanggan / konsumen merasa nyaman dan puas ketika belanja</p> <p>Faktor harga dalam hal ini masih terjangkau dan murah, pelanggan juga bisa melakukan penawaran harga produk yang rendah Sehingga pelanggan / konsumen puas ketika belanja di pasar.</p> <p>Faktor sistem dapat ditukar , membuat pelanggan</p>

PERSOALAN PENELITIAN	INFORMAN KUNCI				KATEGORI I	POLA
	PAK RAMTO	BU MEGA	MTAK NIA	BU RANTI		
						merasa aman, nyaman dan puas untuk belanja di pasar

Dari Pola tersebut dapat dikonsepsikan pelanggan merasa puas belanja di Pasar Peterongan karena:

1. Harapan

Harapan menurut Snyder adalah kemampuan untuk merencanakan jalan keluar dalam upaya mencapai tujuan walaupun adanya rintangan dan menjadikan motivasi sebagai suatu cara dalam mencapai tujuan

2. Ketersediaan produk

Adalah Kiat secara konsisten dan efisien untuk memberikan kepada pelanggan apa yang diinginkan dan di harapkan oleh pelanggan dengan mudah diterima oleh pelanggan. Menurut Kotler, bahwa salah satu yang mempengaruhi pembelian adalah karena faktor ketersediaan produk.

3. Lokasi

Menurut Swastha (2002) , Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan , Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan.

4. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa , atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat- manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

5. Pelayanan

Menurut Kotler , Pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Menurut KBBI , pelayanan merupakan suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain dengan memperoleh imbalan dengan atribut pelayanan yang ramah dan cepat.

6. Kondisi

Menurut KBBI, merupakan situasi / keadaan yang ada di Pasar Peterongan atribut yang melekat meliputi kebersihan dan kerapian , adanya lahan parkir, adanya fasilitas umum seperti mushola dan

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Septian.2013.Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar setelah Relokasi Pasar Puwoyoso Kecamatan Ngaliyan Semarang. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Bungin, Burhan.2012.Analisis Data Penelitian Kualitatif. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Djamel, M. 2015. Paradigma Penelitian Kualitatif. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- Fakultas Ekonomi Universitas Semarang, 2016. Pedoman Penyusunan Skripsi dan Pelaksanaan Ujian Akhir Program Sarjana Strata 1 (S1). Fakultas Ekonomi Universitas Semarang. Semarang
- Freddy Rangkuti, 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. cetakan kedua, Jakarta; Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ina Primiana, 2009. Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri.Bandung:Alfabeta
- Malano, Herman. 2011. Selamatkan Pasar Tradisional. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Neo, K.W., Linda dan Wing, K.T. (2005), “*The 4 Rs of Asian Shopping Centre Management*,” Edisi Pertama, Dialihbahasakan oleh, Jakarta; PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Nur Rahmad. 2010. Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional di Kabupaten Sukoharjo. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Sebelas Maret.Surakarta.
- Reni Hindriati,2016. Pindahnya Lokasi Pedagang Kaki Lima: Mengungkap Kepuasan Pelanggan dan Peningkatan Pendapatan Pedagang di Shelter Pujasera Pasar Bulu Semarang. Skripsi Fakultas Ekonomi.Universitas Semarang.Semarang.
- Rohmatun Nikmah. 2015.”Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asembagus Kabupaten Situbondo”. Jurnal Artikel Ilmiah Mahasiswa.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Wahyuni Sari. (2012). *Qualitative Reaserch Method, Theory and Practice*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Majalah Ilmiah Solusi
Vol. 16, No. 3 JULI 2018
ISSN : 1412-5331
<http://www.semarangkota.go.id/main/menu/59/pusat-belanja/pasar-tradisional-di-semarang>;

diakses 6 Mei 2017

<https://www.change.org/p/hentikan-perusakan-bangunan-cagar-budaya-pasar-peterongan-semarang> , diakses pada 9 April 2018