

IDENTIFIKASI KARAKTERISTIK PASAR TRADISIONAL DI WILAYAH JAKARTA SELATAN (STUDI KASUS : PASAR CIPULIR, PASAR KEBAYORAN LAMA, PASAR BATA PUTIH, DAN PASAR SANTA)

Reza Sasanto¹, Muhammad Yusuf¹

¹Jurusan Teknik Planologi – Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jln. Arjuna Utara No. 9, Tol Tomang Kebun Jeruk Jakarta 11510
reza.sasanto@esaunggul.ac.id

Abstrak

Kondisi perkembangan kawasan perkotaan yang seiring dengan perkembangan jaman, menimbulkan pola konsumtif masyarakat yang semakin kompleks, hal tersebut meningkatkan kebutuhan masyarakat akan pasar yang menjadi tempat pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Jakarta merupakan kota dengan tingkat kesibukan tinggi dan gaya hidup modern, membangkitkan pertumbuhan pasar-pasar dengan pola modern yang menerapkan metode berdagang selfservice atau swalayan. Pertumbuhan pasar-pasar tersebut terlihat menjadi suatu kebutuhan masyarakat kota Jakarta, namun juga merupakan ancaman bagi Pasar tradisional yang melibatkan rangkaian atau lapangan usaha atau mata pencaharian masyarakat, baik di kawasan tersebut ataupun di wilayah yang menjadi produsen. Studi ini bertujuan mengidentifikasi keberadaan pasar tradisional disertai dengan permasalahannya dan mencapai atau memberikan usulan pemecahan permasalahan tersebut. Tujuan studi ini adalah mengidentifikasi karakteristik pengguna atau masyarakat pasar di dalam tumbuh berkembangnya pasar modern yang sangat diterima masyarakat saat ini. Dengan melihat kondisi di lapangan disertai dengan karakteristik pengguna pasar tradisional dapat disimpulkan keberadaan pasar masih sangat diperlukan serta merupakan penerapan Peraturan Daerah Khusus Ibukota Jakarta No 6 Tahun 1999 yang menjelaskan keberpihakan pada masyarakat atau pengusaha skala kecil yang terintegrasi dengan pengusaha besar. Sehingga pada saat ini masih dapat kita jumpai keberadaan pasar tradisional yang berkonotasi lingkungan masyarakat menengah dan kecil, ternyata tidak terbukti pada mayoritas pengguna pasar.

Kata Kunci : Pasar, Pasar Tradisional, Berkembangnya Pasar Modern

Pendahuluan

Perkembangan kota Jakarta tiap tahun kian pesat, mengakibatkan kebutuhan hidup masyarakat kian kompleks. Perkembangan pasar mengakibatkan peningkatan pola konsumtif masyarakat kian beragam, sehingga keberadaan pasar menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat.

Pengertian pasar di wilayah DKI Jakarta itu sendiri dapat didefinisikan secara umum sebagai berikut : Pasar merupakan suatu sarana umum yang ditetapkan oleh Gubernur DKI Jakarta sebagai tempat transaksi atau jual beli umum di mana pedagang secara teratur dan langsung memperdagangkan barang dan jasa dengan mengutamakan adanya barang-barang kebutuhan hidup sehari-hari.

Pasar tradisional sebagai salah satu sarana umum yang menjadi lahan pertemuan antara penjual dan pembeli, keberadaannya di Jakarta saat ini berjumlah 152 pasar yang pengelolaannya dilakukan oleh PD Pasar jaya, dari jumlah tersebut sekitar 30% berkondisi memprihatinkan, baik kondisi fisiknya atau jumlah kios yang aktif.

Pasar sebagai sarana umum temu transaksi antara penjual dan pembeli barang serta jasa, tempat transaksi ini umumnya menempati lokasilokasi yang strategis dekat dengan pemukiman, di simpang jalan, di pusat keramaian dan sebagainya. Pasar juga mengalami perkembangan menjadi pusat tukar menukar informasi, pusat kerumunan penjaja barang dan jasa serta pengangguran bahkan dapat berkembang menjadi perumahan. Tak jarang, bekas lokasi pasar yang mentradisi ini, lama kelamaan menjadi sasaran para pendatang, kemudian tumbuh menjadi pusat pemukiman ramai.

Di Jakarta Selatan gejala perkembangan pasar tradisional menjadi kawasan bisnis dan pemukiman, dapat diamati, misalnya Pasar Kebayoran Lama, Pasar Jum'at, Pasar Minggu dan sebagainya, disana tampak jelas perubahan fisiknya. Tuntutan masyarakatpun mulai terpenuhi, muncul pasar-pasar bayangan berupa kios kios dan warung serba ada di kompleks pemukiman. Pebisnis besarpun berpartisipasi dengan pasar-pasar swalayan segala kategori yang kian banyak tumbuh di Jakarta, sehingga

secara tidak langsung dapat mempengaruhi keberadaan pasar-pasar tradisional yang ada.

Pada masyarakat kita, terutama masyarakat yang tergolong pada masyarakat golongan ekonomi menengah ke bawah, keberadaan pasar tradisional merupakan suatu tuntutan bagi mereka serta keberadaan dan eksistensi pasar-pasar tradisional itu sendiri masih sangat penting, masih banyak masyarakat kita yang tergantung dengan keberadaan pasar-pasar tradisional dalam hal sebagai tempat untuk bertransaksi jual beli maupun untuk saling berinteraksi antar masyarakat, karena fungsi pasar di sini, khususnya bagi pasar tradisional, bukan hanya sekedar tempat arena jual beli semata melainkan juga sebagai tempat untuk saling berinteraksi antar masyarakat terutama bagi penjual dan konsumennya.

Keberadaan pasar tradisional masih banyak diminati oleh masyarakat kita, hal ini disebabkan barang dagangan yang diperdagangkan di pasar-pasar tradisional memiliki harga jual yang cukup murah, sehingga dapat dijangkau oleh setiap lapisan masyarakat terutama masyarakat menengah ke bawah serta kualitas dari barang tersebut juga tidak kalah dengan barang-barang yang dijual di pusat-pusat perkulakan atau pasar-pasar swalayan, komiditi/ barang yang diperdagangkan oleh pusat-pusat perkulakan maupun pasar-pasar swalayan adalah barang komiditi yang diperdagangkan juga di pasar-pasar tradisional bahkan ada pula pasar-pasar swalayan yang mendapatkan komiditinya dari produsen yang sama, namun bedanya terletak dalam hal penyajiannya pada konsumen.

Pasar tradisional sebagai sarana belanja bagi masyarakat, mempunyai salah satu ciri positif yang mengharuskan interaksi dengan bentuk kegiatan tawar menawar antara pembeli dan penjual. Dengan demikian pembeli dan penjual dapat saling bertemu, serta bebas untuk berkomunikasi, apalagi ciri tersebut tidak dimiliki oleh pasar swalayan maupun oleh pasar-pasar modern lainnya.

Sementara itu pasar tradisional yang cenderung dianggap sebagai penyebab kemacetan lalu lintas dan timbunan sampah sehingga menimbulkan kesan bahwa pasar-pasar tradisional itu pasar yang kumuh dan kotor. Hal ini diperkuat lagi dengan kondisi fasilitas yang ada masih tidak diperhatikan oleh pihak pengelolanya, banyak fasilitas pasar terutama pada pasar-pasar tradisional yang tidak terawat. Hal ini merupakan salah satu kelemahan dari pasar-pasar tradisional dibandingkan dengan pasar-pasar modern.

Pasar tradisional perlu perhatian secara khusus karena peranannya yang historical dan vital bagi masyarakat konsumen. Pasar tradisional merupakan sarana yang memberikan pelayanan bagi

masyarakat konsumen. Pedagang-pedagang eceran yang ditampung pasar tradisional berjumlah sangat besar sehingga memberikan peluang bekerja yang besar pula bagi pengusaha-pengusaha kecil yang mandiri.

Serta didasari penjelasan atas Peraturan Daerah Khusus Ibukota Jakarta No 6 Tahun 1999 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah yaitu Pada penjelasan arahan rencana intensitas ruang dalam sasaran pembangunan ekonomi daerah yang optimal, digunakan konsep pertumbuhan melalui pemerataan dengan kebijakan sektoral meningkatkan pemberdayaan ekonomi dan peningkatan pelayanan masyarakat. Pendekatan-pendekatan yang digunakan dalam mencapai sasaran pertumbuhan ekonomi ditetapkan Jakarta sebagai pusat pembangunan dengan pemihakan pada golongan lemah dan menengah

Dasar Pertimbangan

Pasar tradisional memiliki fungsi sebagai tempat proses sosial yang terjadi merupakan proses sosial antar masyarakat dalam hal berkomunikasi dan saling berinteraksi antar masyarakat.

Menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan yang modern di kota Jakarta. Perbedaannya, pasar tradisional merupakan kumpulan pedagang dengan skala menengah dan kecil, sedangkan pasar swalayan dilaksanakan oleh seorang pedagang dengan skala besar. Persoalan yang lebih mendasar bahwa kepentingan pedagang-pedagang eceran di pasar tradisional sudah diperhatikan oleh pemerintah sejak lama, tetapi realisasi dalam bentuk kebijaksanaan yang efektif nampaknya belum terasa.

Dengan meninjau dasar pertimbangan yang ada mengenai keberlangsungan hidup pasar tradisional yang berada di wilayah Jakarta Selatan maka studi ini dibuat dengan memiliki tujuan dan sasaran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan serta dasar pertimbangan bagi pihak-pihak yang terkait dengan keberadaan pasar tradisional ini.

Tujuan dan Ruang Lingkup

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengenali karakteristik pasar tradisional serta karakteristik dari kebijakan yang diterapkan pada pasar tradisional di Jakarta Selatan.

Ruang lingkup materi di sini lebih menekankan pada identifikasi keberadaan pasar tradisional di wilayah Jakarta Selatan. Dengan lingkup penelitian :

1. Pengumpulan hasil penyebaran kuisioner dari responden (pedagang & konsumen)
2. Menganalisa hubungan antar variabel penelitian dengan cross tabulation (Tabulasi silang) manual

Penelitian ini bersifat deskriptif terhadap pengguna pasar tradisional baik pedagang dan pembeli yang bertujuan untuk melukiskan atau menggambarkan tentang karakteristik dari suatu keadaan/kondisi kebutuhan kegiatan perdagangan di Pasar Tradisional, khususnya karakteristik konsumen, pedagang dan kondisi situasional dan fisik pasar tradisional.

Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif terhadap pengguna pasar tradisional baik pedagang dan pembeli yang bertujuan untuk melukiskan atau menggambarkan tentang karakteristik dari suatu keadaan/kondisi kebutuhan kegiatan perdagangan di Pasar Tradisional, khususnya karakteristik konsumen, pedagang dan kondisi situasional dan fisik pasar tradisional.

Variabel Pengamatan

Dalam penelitian ini variabel yang diamati adalah karakteristik dari suatu masyarakat dalam hal ini adalah karakteristik konsumen dan pedagang pasar tradisional, variabelvariabel pengamatan dan yang dijadikan pertanyaan terdiri dari: Variabel konsumen terdiri dari :

1. Mata pencaharian konsumen
2. Tingkat pendapatan konsumen
3. Tingkat pengeluaran konsumen dalam berbelanja
4. Asal tujuan konsumen
5. Jarak dari daerah asal
6. Waktu yang dibutuhkan konsumen untuk mencapai pasar tradisional
7. Jenis transportasi yang dipakai
8. Frekuensi belanja konsumen
9. Apa yang dibeli konsumen di pasar tradisional
10. Alasan konsumen berbelanja di pasar tradisional
11. Untuk keperluan apa konsumen berbelanja
12. Alternatif tempat berbelanja yang lain
13. Saran atau masukan konsumen terhadap pasar tradisional

Variabel Pedagang yang terdiri dari :

1. Tingkat pendidikan pedagang
2. Modal berdagang
3. Omset yang diterima/ harinya
4. Keuntungan yang diterima/ harinya
5. Pertimbangan berdagang di pasar tradisional
6. Sudah berapa lama berdagang
7. Jenis barang yang diperdagangkan
8. Distribusi barang dagangan
9. Saran/ masukan dari pedagang terhadap pasar tradisional

Penentuan sampling dan teknik penarikan sample

Sampling adalah suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, artinya tidak mencakup seluruh obyek yang dijadikan sebagai obyek penelitian akan tetapi sebagian dari populasi saja, yang dianggap sudah mewakili keseluruhan populasi.

Jumlah responden yang diambil menggunakan metode simple random sampling dengan justifikasi pengunjung pasar tradisional dalam sehari adalah sebesar 75% pengunjung Pasar Tradisional membutuhkan keberadaan Pasar Tradisional dengan populasi yang diasumsikan dari masyarakat pasar antara pedagang dan penunjang sebesar 10.000 orang perhari dengan tingkat kepercayaan 95% (confidence level 95%). Sehingga perhitungan dengan rumus :

$$N = \frac{[Z.V]^2}{C}$$

Di mana :

N = Jumlah sampel

Z = Confidential level

V = Variabilitas yang dapat diperoleh dengan rumus :

$$V = \sqrt{p(100 - p)}$$

di mana :

p = Presentase karakteristik

C = Confidential limit (%)

Waktu pengambilan sample adalah pada jamjam sibuk, antara jam 06.00 - 10.00 WIB khusus Pasar Cipulir dan Pasar Santa sedangkan untuk Pasar Kebayoran Lama pada jam 06.00 - 12.00 WIB dan untuk Pasar Inpres Bataputih antara jam 16.00 - 24.00 WIB.

Pendekatan Studi

Pendekatan studi yang digunakan dalam studi ini adalah melakukan pengumpulan data baik berupa teori-teori pendukung, makalahmakalah serta kebijakan pemerintah daerah yang menyangkut atau berhubungan secara langsung terhadap studi ini yakni :

1. Melakukan observasi ke wilayah studi guna melihat gambaran umum wilayah studi.
2. Melakukan survey lapangan untuk mendapatkan data lapangan berupa data primer ataupun data sekunder serta melakukan penyebaran kuestioner

kepada pedagang dan pembeli di pasar-pasar tradisional.

3. Melakukan kompilasi data yang didapat baik data yang didapat dilapangan ataupun data yang diperoleh melalui literature atau makalah yang berhubungan dengan studi ini.
4. Melakukan analisa data dengan metode tabulasi silang, guna mengetahui karakteristik pengguna pasar tradisional.

Analisis

Pasar mempunyai kaitan yang sangat erat dengan kegiatan ekonomi masyarakat, baik berupa produksi, distribusi maupun konsumsi barang-barang. Dalam hal ini pasar dapat diartikan sebagai arena distribusi atau pertukaran barang di mana kepentingan produsen dan konsumen bertemu dan pada gilirannya menentukan kelangsungan kegiatan ekonomi dari masyarakat tersebut. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu tempat di mana konsumen dan produsen bertemu untuk melakukan transaksi jual beli, baik berupa barang ataupun jasa. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu tempat di mana memungkinkan terjadinya pertukaran uang untuk barang-barang atau pelayanan atau untuk faktor-faktor produksi.

Pengertian Pasar Tradisional

Pasar sebagai arena pertukaran kebutuhan hidup sehari-hari sudah dikenal sejak dahulu kala, sebelum masyarakat mengenal akan uang, pada jaman itu masyarakat masih lebih banyak memenuhi sendiri kebutuhan konsumsinya, dan penyelenggaraan hari pasar tidak dilakukan setiap harinya, namun pada hari tertentu saja, yang lebih dikenal dengan hari pasaran. Ketika masyarakat sudah mengenal uang sebagai alat yang sah untuk jual beli, maka pasar dikelola oleh pemerintah melalui Dinas Pasar.

Pasar semacam ini lebih dikenal dengan sebutan pasar tradisional, karena merupakan kelanjutan langsung dari pasar-pasar yang diselenggarakan secara tradisional pada hari-hari pasaran. Pasar tradisional dapat diartikan sebagai arena jual beli, yang dilembagakan dan dikelola secara resmi oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta, dimana aktifitas tersebut hanya didukung oleh sejumlah sarana serta tingkat kenyamanan yang secukupnya. Termasuk dalam kategori ini adalah pasar regional, pasar kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan

Klasifikasi Pasar Tradisional

Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi, pasar salah

satu yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi. Pasar tradisional yang dikelola oleh PD Pasar Jaya dibedakan menjadi 2 jenis yakni : Pasar Inpres dan Pasar non Inpres dibangun dari dana PD Pasar Jaya kerjasama dengan pihak swasta.

Berdasarkan Sifat Perdagangannya

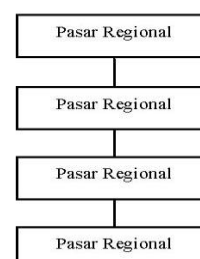
Pasar tradisional memiliki sifat perdagangan, yang dibagi menjadi 3 jenis yakni: Pasar Grosir, Pasar Eceran, dan Pasar Khusus. Pasar Grosir adalah pasar yang hanya melayani penjualan dalam partai besar (gross), Pasar Eceran adalah pasar yang melayani konsumen secara eceran, sedangkan Pasar Khusus adalah pasar yang menjual barang-barang tertentu seperti pasar burung, pasar kenari (alatalat listrik) dan pasar Tanah Abang Bukit (menjual barang-barang bekas untuk kendaraan bermotor). Namun ada juga pasar yang menjual barang dagangannya dengan cara grosir ataupun dengan cara eceran, pasar ini disebut dengan pasar semi grosir seperti Pasar Inpres Bataputih dan Pasar Inpres Cipulir.

Lingkup Pelayanannya

Dilihat dari ruang lingkup pelayanannya, pasar dapat dibedakan menjadi 4 jenis yakni : Pasar Regional, Pasar Kota, Pasar Wilayah dan Pasar Lingkungan. Pasar Regional yakni pasar yang melayani ruang lingkup Regional/ antar negara seperti pasar Tanah Abang. Pasar Kota yang ruang lingkup pelayanannya hanya meliputi wilayah kota Jakarta saja. Pasar Wilayah adalah pasar yang lingkup pelayanannya meliputi beberapa lingkungan pemukiman dalam lingkup kecamatan. Dan pasar lingkungan adalah pasar yang lingkup pelayanannya hanya meliputi lingkungan pemukiman disekitar pasar tersebut

Secara hirarki pasar yang paling tinggi adalah Pasar Regional, kemudian disusul oleh Pasar Kota, Pasar Wilayah dan yang paling kecil adalah Pasar Lingkungan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan di bawah ini

Hirarki Pasar



Berdasarkan waktu kegiatannya

Berdasarkan waktu kegiatan, pasar tradisional dibedakan menjadi 2 yaitu : waktu kegiatan pada pagi hari dan waktu kegiatan pada malam hari, jika dilihat pada objek studi yaitu pasar kebayoran lama dan pasar santa melakukan kegiatannya pada pagi dan sore hingga malam hari, sedangkan untuk pasar cipulir waktu kegiatannya pada pagi hari, sedangkan untuk pasar bataputih waktu kegiatannya berlangsung pada sore hingga pagi hari.

Berdasarkan Potensinya

Berdasarkan tingkat potensinya pasar tradisional dibedakan menjadi 3 jenis yaitu : pasar tumbuh, pasar berkembang dan pasar maju. Kategori pasar tersebut mengacu pada tingkat kesanggupan, kemampuan dan kekuatan ekonomi pasar yang diukur dari pendapatan dan keramaian pasar.

Tabel 1

Klasifikasi Pasar Tradisional

| No | Berdasarkan Klasifikasi | Keterangan |
|----|----------------------------------|---|
| 1 | Berdasarkan sifat perdagangannya | Pasar grosir, pasar eceran, pasar khusus |
| 2 | Berdasarkan lingkup pelayanannya | Pasar Regional, pasar kota dan pasar wilayah |
| 3 | Berdasarkan waktu kegiatan | Pasar pagi dan pasar malam |
| 4 | Berdasarkan potensi | Pasar tumbuh, pasar berkembang dan pasar maju |

Sumber : Profil dan direktori pasar di DKI Jakarta

Ciriciri Pasar Tradisional

Secara pasti memang tidak ada referensi yang menyebutkan ciriciri pasar tradisional, namun bila kita melihat dari kenyataan yang ada di pasar-pasar tradisional di wilayah DKI Jakarta. Ciriciri dari pasar tradisional adalah letaknya yang strategis, dimana sebagian besar pasar tradisional terletak dekat wilayah pemukiman, biasanya komoditi yang diperdagangkan adalah komoditi kebutuhan hidup sehari-hari, di pasarpasar tradisional masih ada budaya tawar menawar dalam proses jual beli.

Hal inilah yang menjadi ciri khas pasar tradisional yang tidak dapat dijumpai pada pasar-pasar modern karena proses tawar menawar tersebut sudah ada semenjak timbulnya pasar sehingga menjadi budaya tersendiri bagi pasarpasar tradisional serta kondisi fisiknya yang terkesan tidak terawat seperti kotor, bau dan becek apabila hari hujan.

Hubungan Variabel Konsumen Pasar Tradisional

- Hubungan antara tingkat pendapatan dengan tingkat pengeluaran konsumen
- Analisa asal tujuan dan jarak konsumen dengan waktu tempuh konsumen
- Asal dan waktu tempuh konsumen menuju tempat berbelanja
- Jarak tempuh konsumen ke pasar tradisional
- Penggunaan Kendaraan/ Transportasi
- Analisa Harga Barang dengan Kualitas Barang Komoditi
- Analisa Frekuensi dan Konsumsi Komoditi Konsumen
- Pertimbangan Konsumen Memilih Pasar Tradisional sebagai Tempat Berbelanja
- Saran atau Masukan Konsumen Terhadap Pasar Tradisional

Hubungan Variabel Pedagang Pasar Tradisional

- Analisa Modal dengan Omset/ Keuntungan Kotor Pedagang
- Analisa Modal dengan Keuntungan Pedagang Pasar Tradisional
- Analisa Pertimbangan Berdagang Responden
- Analisa Distribusi Barang
- Pertimbangan Dagang Pedagang untuk Berdagang di Pasar Tradisional
- Saran/ Masukan dari Pedagang kepada Pasar Tradisional

Kesimpulan Umum

Dengan kesimpulan umum dari penjabaran hasil Kuestioner yang didapat adalah:

- Faktor Strategis pasar didasari waktu tempuh yang dilakukan oleh konsumen dan pedagang menuju pasar tradisional lebih dominan.
- Komoditi yang di tawarkan oleh pasar tradisional bervariasi serta terdapat karakteristik pasar tertentu dengan jenis komoditi yang diperdagangkan
- Harga komoditi yang ditawarkan standart dan dianggap dapat bersaing dengan harga yang ditawarkan Pasar tradisional.
- Mutu atau kualitas barang tergolong cukup baik dari pandangan konsumen
- Budaya tawar menawar harga menjadikan interaksi pembeli dan pedagang pasar tradisional, sehingga dapat terjadi penyesuaian budget konsumen dalam pembelian komoditi yang dibutuhkan.
- Pasar Tradisional sebagai wadah tempat berinteraksi kegiatan perdagangan, menampung semua lapisan masyarakat baik dari pihak konsumen ataupun pihak pedagang.

- Jangkauan pelayanan pasar tradisional tidak dapat diukur dengan radius kilometer saja, melainkan juga berdasarkan potensi ketersediaan barang yang spesifik yang akan menjadi daya tarik konsumen terhadap jenis komoditi yang ditawarkan pasar tersebut. Terkadang jangkauan pasar tersebut dapat mencapai lingkup internasional dengan ekspor komoditi.

Namun dalam mempertahankan keberadaan pasar tradisional agar tetap eksis keberadaannya, adanya faktor-faktor yang perlu lebih diperhatikan. Faktor-faktor tersebut adalah :

- Faktor Lokasi
Factor lokasi merupakan factor yang sangat penting, karena dapat mempengaruhi berkembang atau tidaknya pasar tersebut. Didalam pemilihan lokasi pasar perlu adanya pertimbangan yang matang karena setiap lokasi memiliki karakteristik yang berbedabeda. Lokasi pasar tradisional harus memiliki lokasi yang strategis sehingga mudah untuk dicapai oleh masyarakat, terutama letaknya tidak jauh dari pemukiman penduduk. Untuk saat ini lokasi pasarpasar tradisional merupakan lokasi pasar yang cocok, dimana letak pasar yang berdekatan dengan wilayah pemukiman penduduk.
- Faktor Fisik
Bangunan Pasar dan Fasilitas Pasar Tradisional
Jika kita lihat dari fisik bangunan pasar tradisional yang ada (studi kasus), sebagian besar masih perlu adanya perhatian yang serius terutama dalam hal fisik/bangunan pasar yang dirasakan sudah perlu adanya renovasi pasar, dan perlu adanya perhatian tentang kebersihan lingkungan pasar yang memiliki kesan kotor dan bau. Sedangkan mengenai fasilitas pasar dirasakan areal parkir masih kurang bila dilihat dari besarnya konsumen pasar yang menggunakan kendaraan pribadi serta penyediaan sarana ibadah dan WC umum harus lebih diperhatikan terutama kebersihannya.
- Faktor Produk
Produk yang diperdagangkan di pasarpasar tradisional tidak jauh berbeda dengan produk yang dijual di pasarpasar modern, hanya saja cara penyediaan barang/ komoditi barang dagangan yang berbeda. Sehingga perlu adanya variasi jenis komoditi atau dagangan selain kebutuhan hidup sehari-hari serta lebih dimodifikasikan dalam penyajiannya pada konsumen.
- Faktor Pembinaan/ Penyuluhan Pedagang
Factor ini berguna selain untuk mempererat tali persaudaraan antara sesama pedagang, hal ini juga berguna untuk lebih memberikan pengetahuan terhadap pedagang, bagaimana cara berdagang yang

baik serta cara (promosi) atau menarik konsumen untuk tetap berbelanja di pasarpasar tradisional.

▪ Faktor Hukum

Tidak adanya tindak lanjut hukum dalam penerapan undang-undang ataupun peraturan daerah, terutama untuk pasarpasar pesaing pasar tradisional yang memperdagangkan komoditi yang sama tetapi dengan pola atau bentuk sistem pasar modern.

Daftar Pustaka

- Adiwoso, Riga S, "Interaksi Jual Beli dan Tindakan Komunikasi di Tempat Belanja", Prisma, Jakarta, 1984.
- Biro Pusat Statistik, "Jakarta Dalam Angka Tahun 2000", Biro Pusat Statistik, Jakarta, 2000.
- Bromley, Rosemary. DF dan Thomas, Collin J, "Retail Change: Contemporary Issue", University College London Press, London, 1993.
- Cox, Kevin R. Man, "Location and Behavior : An Introduction to Human Geograpy", John Wiley and Sons, Inc, USA, 1972.
- Daldjoeni, "Geografi Baru, Organisasi Keruangan dalam Teori dan Praktek", Bandung, 1992.
- Departemen Perdagangan, "Profil dan Direktori Pasar di DKI Jakarta", Dep. Perdagangan, Jakarta, 1994.
- Djojodipuro, Marsudi, "Teori Lokasi", LPFEUI, Jakarta, 1992.
- Hague, Paul, "Questionnaire Design", Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1995.
- Koentjaraningrat, "Metode-metode Penelitian Masyarakat", Edisi ketiga, Gramedia, Jakarta, 1993.
- Mangkunegara, Anwar, "Prilaku Konsumen", PT Tresco, Bandung, 1988.
- Moh. Pabundu, Tika, "Metode Penelitian Geografi", Gramedia, Jakarta, 1997.
- PD Pasar Jaya, "30 Tahun PD Pasar Jaya", PD Pasar Jaya, Jakarta, 1996.
- Singarimbun, Masri, Effendi, "Metode Penelitian Survei", LP3ES, Jakarta, 1989.

Sitonang, “*Pengantar Perencanaan Regional*”, FEUI, Jakarta, 1977.

Supranto, “*Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran*”, Edisi Lima, LPFEUI, Jakarta, 1993.