STUDI KOMPARATIF HARGA, TEMPAT, DAN KUALITAS LAYANAN PADA PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL DI KOTA KEDIRI TAHUN 2015

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
UNP PGRI Kediri

OLEH :

FAJAR GIWANG DESMAYANA FAUZI
NPM: 10.1.02.02.0094

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi oleh :

FAJAR GIWANG DESMAYANA FAUZI
NPM. 10.1.02.02.0094

Judul:

STUDI KOMPARATIF HARGA, TEMPAT, DAN KUALITAS LAYANAN PADA PASAR MODERN DAN PASAR TRADISONAL DI KOTA KEDIRI TAHUN 2015

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian/ Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
FE UNP Kediri

Tanggal : 1 Februari 2016

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Drs. Ec. Ichsanudin M.M	Dr. Sri Aliami M.M

Skripsi oleh :

FAJAR GIWANG DESMAYANA FAUZI
NPM. 10.1.02.02.0094

Judul:
STUDI KOMPARATIF HARGA, TEMPAT, DAN KUALITAS LAYANAN PADA PASAR MODERN DAN PASAR TRADISONAL DI KOTA KEDIRI TAHUN 2015

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian/ Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
FE UNP Kediri

Tanggal : 1 Februari 2016

Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Drs. Ec. Ichsanudin M.M.
2. Penguji I : Poniran Yudho L. M.M.
3. Penguji II : Dr. Srialiami S.E. M.M.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo
NIDN.0717066602

STUDI KOMPARATIF HARGA, TEMPAT, DAN KUALITAS LAYANAN PADA PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL DI KOTA KEDIRI TAHUN 2015

FAJAR GIWANG DESMAYANA FAUZI
FE-MANAJEMEN
achawew@gmail.com
Drs. Ec. Ichsanudin M.M dan Dr. Sri Aliami M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi hasil pengamatan tentang maraknya pembangunan pasar modern yang berimbas pada kelangsungan pasar tradisional. Dampaknya pasar tradisional mulai kehilangan tempat di Indonesia, khususnya di kota-kota besar. Tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesehatan semakin meningkat, kurang dapat ditangkap oleh pengelola pasar tradisional yang tidak begitu memerhatikan kebersihan pasar dan fasilitas pasar.

Permasalahan penelitian ini adalah (1)Apakah ada perbedaan harga antara pasar modern dengan pasar tradisional di Kota Kediri tahun 2015?(2)Apakah ada perbedaan tempat antara pasar modern dengan pasar tradisional di Kota Kediri tahun 2015?(3)Apakah ada perbedaan kualitas pelayanan antara pasar modern dengan pasar tradisional di Kota Kediri tahun 2015?

Penelitian ini menggunakan kausal kompratif yang bertujuan untuk membandingkan permasalahan yang dihadapi, dengan tujuan untuk mengetahui (1)Perbedaan harga antara pasar modern dan pasar tradisional di Kota Kediri tahun 2015 (2)Perbedaan tempat antara pasar modern dan pasar tradisional di Kota Kediri tahun 2015 (3)Perbedaan kualitas layanan antara pasar modern dan pasar tradisional di Kota Kediri tahun 2015.Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Hasil pembahasan menunjukkan (1)Adanya perbedaan yang signifikan antara harga Pasar Banjaran dengan Alfamart, perbedaannya terletak pada konsumen cenderung memilih belanja di Alfamart karena memiliki harga yang bersaing. (2)Adanya perbedaan yang signifikan antara tempat Pasar Banjaran dengan Alfamart, perbedaannya terletak pada konsumen cenderung memilih belanja di Alfamart karena memiliki tempat yang bersih. (3)Adanya perbedaan yang signifikan antara kualitas layanan Pasar Banjaran dengan Alfamart, perbedaannya terletak pada konsumen cenderung memilih belanja di Alfamart karena memiliki kualitas layanan yang memiliki standar pelayanan yang baik.

Kata kunci : Pasar Tradisional, Pasar Modern, Harga, Tempat,Kualitas Layanan

ABSTRACT

This research is motivated observations about the rampant development of modern markets which impact on the survival of the traditional market. The impact of traditional markets began to lose places in Indonesia, especially in big cities. The level of public awareness of health increases, less can be captured by traditional market managers who are not so concerned about the cleanliness of the market and market facilities.

The problems of this study are (1) Is there a price difference between a modern market with a traditional market in the town of Kediri in 2015? (2) Is there a difference somewhere between a modern market with a traditional market in the town of Kediri in 2015? (3) Is there a difference in quality of service among the modern market with a traditional market in the town of Kediri in 2015?

This study uses a causal kompratif aimed to compare the problems faced, in order to determine (1) The price difference between a modern market and a traditional market in the town of Kediri in 2015 (2) The difference point between the modern market and a traditional market in the town of Kediri in 2015 (3) The difference in service quality between traditional and modern market Kediri 2015. Research year using qualitative research methods.

Discussion of the results showed (1) There is a significant difference between the market price Banjaran with Alfamart, the difference lies in consumers tend to prefer shopping at Alfamart because it has competitive prices. (2) There is a significant difference between the spot market with the Alfamart Banjaran, the difference lies in consumers tend to prefer shopping at Alfamart due to have a clean place. (3) There are significant differences between the quality of service with Alfamart Banjaran Market, the difference lies in consumers tend to prefer shopping at Alfamart because it has a quality of service that has good service standards.

Keywords: Traditional Market, Modern Market, Price, Place, Quality of Service

A. PENDAHULUAN

Maraknya pembangunan pasar modern seperti *hypermarket* dan *supermarket* telah menyudutkan pasar tradisional di kawasan perkotaan, karena menggunakan konsep penjualan produk yang lebih lengkap dan dikelola lebih profesional. Kemunculan pasar modern di Indonesia berawal dari pusat perbelanjaan modern Sarinah di Jakarta pada tahun 1966 dan selanjutnya diikuti pasar-pasar modern lain (1973 dimulai dari Sarinah Jaya, dan Hero; 1996 munculnya *hypermarket*, Alfa, Super, Goro dan Makro 1997 dimulai peritel asing besar seperti Carrefour dan Continent; 1998 munculnya minimarket secara besar-besaran oleh Alfamart dan Indomaret; 2000-an, liberalisasi perdagangan besar kepada pemodal asing, serta melibatkan pihak swasta lokal maupun asing. Pesatnya perkembangan pasar yang bermodal kuat dan dikuasai oleh satu manajemen tersebut dipicu oleh kebijakan pemerintah untuk memperkuat kebijakan penanaman modal asing.

Dampak dari hal yang dikemukakan, menurut survei AC Nielsen pada tahun 2004 didapatkan data bahwa pertumbuhan pasar modern 31,4% dan pasar tradisional bahkan minus 8,1%. Hal ini menunjukkan adanya masalah yang dihadapi pasar tradisional sebagai wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala menengah kecil.

Kunci solusi sebenarnya ada di tangan pemerintah. Hal tersebut diperlukan adalah aturan tata ruang yang tegas yang mengatur penempatan pasar tradisional dan pasar modern. Misalnya tentang berapa jumlah hypermarket yang boleh ada untuk setiap wilayah di satu kota. Lalu berapa jarak yang diperbolehkan dari pasar tradisional jika pengusaha ingin membangun supermarket. Hal tersebut perlu dilakukan untuk mengantisipasi ancaman kebangkrutan pada pasar tradisional akibat kepungan pasar modern yang tidak terkendali, dan memberikan wahana persaingan yang sehat antara keduanya.

Berdasarkan hal tersebut diatas, peneliti mencoba untuk mengidentifikasi dengan judul **"Study Komparatif Harga, Tempat, dan Pelayanan Pada Pasar Modern dengan Pasar Tradisional di Kota Kediri Tahun 2015".**

Rumusan masalah dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada perbedaan harga antara pasar modern dengan pasar tradisional di Kota Kediri tahun 2015?
2. Apakah ada perbedaan tempat antara pasar modern dengan pasar tradisional di Kota Kediri tahun 2015?
3. Apakah ada perbedaan kualitas pelayanan antara pasar modern dengan pasar tradisional di Kota Kediri tahun 2015?

B. METODE PENELITIAN.

Berdasarkan judul dari penelitian ini, maka terdapat satu variabel yang akan diteliti dengan sub variabel: harga, tempat, dan kualitas pelayanan.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal komparatif. Seperti yang telah diketahui penelitian komparatif dilakukan untuk membandingkan dua permasalahan yang dihadapi dan didalam kegiatan penelitian yang dilakukan, peneliti sudah mengajukan hipotesis.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alasan bahwa data yang dibutuhkan adalah data yang berupa angka. Data tersebut selanjutnya dianalisis untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan.

Tempat yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pasar modern Alfamart dan pasar tradisional Banjaran Kota Kediri tahun 2015. Waktu penelitian dilakukan selama 3 bulan.

Teknik pengumpulan data meliputi :

a) Kuisioner

Kuisioner ini berisikan daftar pertanyaan yang tersusun berdasarkan teori-teori dan literatur-literatur yang berkaitan dengan pendapat pengunjung.

b) Uji Validitas

Validitas merupakan alat ukur untuk melihat atau mengetahui apakah kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden sebenarnya. Untuk menguji validitas keadaan responden digunakan rumus korelasi *Product Moment Pearsons*, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{N\sum xy^2 - (\sum x)^2 (N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy}= Koefisien korelasi antara variabel x dan y

y = Skor item total

x = Skor pertanyaan

N = Jumlah pertanyaan

Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau nilai $r_{positif}$ dan lebih kecil dari 0,05 maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. (Ghozali, 2005 : 45)

c) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dan sejauh mana hasil pengukuran konsisten bila dilakukan 2 kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh alat ukur dapat diandalkan. Untuk Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{2xr_{1/21/2}}{(1+r_{1/21/2})}$$ (Arikunto, 1993 : 156).

Dimana :

r_{11} =Reliabilitas yang dicari

r ½ ½ =Koefisien antara skor-skor setiap belahan test.

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*> 0,60. (Ghozali, 2005 : 42)

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Nilai r hitung merupakan hasil korelasi jawaban responden pada masing-masing pertanyaan di setiap variabel yang dianalisiss dengan program spss versi 17 dan outputnya bernama *corrected item correlation*. Sedangkan untuk mendapatkan r tabel dilakukan dengan tabel r product moment, yaitu menentukan α = 0,05 kemudian n (sampel) = 100, sehingga didapat nilai r tabel dua sisi sebesar 0,195.

Tingkat kevalidan indikator atau kuesioner dapat ditentukan, apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ = Valid dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ = Tidak Valid. Hasil uji validitas kategori pasar tradisional selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut

Dari tabel hasil uji validitas memperlihatkan nilai r hitung setiap indikator harga, tempat dan kualitas layanan lebih besar dibanding nilai r tabel. Dengan demikian indikator atau kuesioner yang digunakan oleh masing-masing variabel harga, tempat dan kualitas layanan dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

Dari tabel hasil uji validitas memperlihatkan nilai r hitung setiap indikator harga, tempat dan kualitas layanan lebih besar dibanding nilai r tabel. Dengan demikian indikator atau kuesioner yang digunakan oleh masing-masing variabel harga, tempat dan kualitas layanan dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang

mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini kriteria pengujian adalah jika nilai *alpha cronbach's* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), maka menunjukkan bahwa ukuran yang dipakai sudah reliabel. Secara keseluruhan hasil uji reliabilitas dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut :

Nilai *cronbach's alpha* semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan indikator dalam kuesioner yang semua dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Nilai *cronbach's alpha* semua variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan indikator dalam kuesioner yang semua dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Uji Independent Sample t-test

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata antara dua kelompok sampel yang tidak berhubungan. Jika ada perbedaan, rata-rata manakah yang lebih tinggi. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Pengujian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%). Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

Hipotesis

Ho = Tidak ada perbedaan antara harga, pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan membeli konsumen di Pasar Banjaran maupun di pasar modern (Alfamart).

Ha = Ada perbedaan antara harga, pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan membeli konsumen di Pasar Banjaran maupun di pasar modern (Alfamart).

Kriteria pengujian

Ho diterima, dan Ha ditolak jika P *value*> 0,05

Ho ditolak, dan Ha diterima jika P *value*< 0,05

Dari Tabel 4.14, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Pada variabel harga, nilai Mean untuk Pasar tradisional adalah sebesar 26,50, sedangkan Pasar Modern sebesar 24,84. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai Mean Pasar Tradisional pada variabel Harga lebih besar dari nilai Pasar Modern.
2) Pada variabel tempat, nilai Mean untuk Pasar tradisional adalah sebesar 25,42, sedangkan Pasar Modern sebesar 26,79. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai Mean Pasar Modern pada variabel

tempat lebih besar dari nilai Pasar Tradisional.

3) Pada variabel kualitas layanan, Mean untuk Pasar tradisional adalah sebesar 18,26, sedangkan Pasar Modern sebesar 19,25. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai Mean Pasar Modern pada variabel Kualitas layanan lebih besar dari nilai Pasar Tradisional.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa, responden dalam penelitian ini lebih memilih untuk membeli di Pasar Modern (alfamart) daripada di Pasar Tradisional dalam hal variabel tempat dan kualitas layanan, sedangkan dalam hal harga, responden cenderung memilih memutuskan membeli di Pasar Tradisional (Pasar Banjaran).

Sebelum dilakukan uji t test, terlebih dahulu di uji kesamaan varians atau homogenitas dengan F test (levene's test), artinya jika varians tersebut di asumsikan sama maka uji t test akan menggunakan *Equal Varians Assumed*, dan jika varians tersebut diasumsikan berbeda maka menggunakan *Equal Varians Not Assumed*.

Kriteria pengujian yang dilakukan didasarkan pada taraf signifikansi 0,05 yakni sebagai berikut :

1. Jika p value > 0,05 maka, Ho diterima, dan Ha ditolak artinya bahwa kedua varians adalah sama.
2. Jika p value > 0,05 maka, Ho ditolak dan Ha diterima artinya bahwa kedua varians adalah berbeda.

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi α = 5%. Tingkat signifikansi dalam hal ini berarti kita mengambil risiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebanyak-banyaknya 5% (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

Untuk pengujian Independent Sample t test menggunakan taraf signifikansi 0,05 (5%). Kriteria pengujian yang dilakukan didasarkan pada taraf signifikansi 0,05 yakni sebagai berikut :

1. Jika p value > 0,05 maka, Ho diterima, dan Ha ditolak artinya bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara pasar tradisional dengan pasaar modern.
2. Jika p value < 0,05 maka, Ho ditolak dan Ha diterima artinya bahwa ada perbedaan signifikan antara pasar tradisional dengan pasaar modern.

Berdasarkan pada tabel 4.15, dapat dilihat bahwa nilai sig variabel harga, tempat dan kualitas layanan

memiliki nilai signifikansi< 0,05. Yakni masing-masing harga (0,001), pelayanan (0,010), dan kualitas produk (0,015). Artinya bahwa hal tersebut membuktikan bahwa variabel harga, tempat dan kualitas layanan terdapat perbedaaan yang signifikan antara pasar tradisonal dengan pasar modern.

D. KESIMPULAN

1. Adanya perbedaan yang signifikan antara harga Pasar Banjaran dengan Alfamart, perbedaannya terletak pada konsumen cenderung memilih belanja di Alfamart karena memiliki harga yang bersaing.
2. Adanya perbedaan yang signifikan antara tempat Pasar Banjaran dengan Alfamart, perbedaannya terletak pada konsumen cenderung memilih belanja di Alfamart karena memiliki tempat yang bersih.
3. Adanya perbedaan yang signifikan antara kualitas layanan Pasar Banjaran dengan Alfamart, perbedaannya terletak pada konsumen cenderung memilih belanja di Alfamart karena memiliki kualitas layanan yang memiliki standar pelayanan yang baik.

E. DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Rofian. *Kesalahan-Kesalahan Franchisee dalam Menjalankan Usahanya*, Dikutip dari http://www.majalahfranchise.com/v2/newsflash/469-kesalahan-kesalahan-franchisee-dalam-menjalankan-usahanya.html.

Alex,S,Nitisemito.2005. *Manajemen Personalia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*, Edisi Kelima, Cetakan Keempat belas, GhaliaIndonesia, Jakarta.

Arikunto, Suharsimi.2006. *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta. Bina Aksara.

Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.

Hendri, Ma'ruf.2006. *Pemasaran Ritel*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Koesworodjati, Yudhi.2006. *Prinsip dasar Manajemen Pemasaran*, FE-UNPAS

Kotler, Philip, Alih Bahasa A.B. Susanto.2005. *Manajemen*

Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana.

Sinaga, Pariaman.2008. *Menuju Pasar yang Berorientasi Pada Perilaku Konsumen*. Artikel

Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.