

PENGARUH PENATAAN DAN PERILAKU PEDAGANG TERHADAP KENYAMANAN KONSUMEN DI PASAR BARU ATAMBUA KABUPATEN BELU

THE INFLUENCE OF TRADERS SETTINGS AND BEHAVIOR ON CONSUMER COMFORT IN THE NEW ATAMBUA MARKET BELU DISTRICT

Jelita De Jesus Soares, Asrial dan Roly Edyan

Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan FKIP Undana

E-Mail: jelitasoares29@gmail.com, asrial@staf.undana.co.id dan roly@staf.undana.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kondisi penataan dan perilaku pedagang terhadap kenyamanan konsumen di Pasar Baru Atambua Kabupaten Belu. Jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Variabel penelitian ini terdiri dari Penataan (X1), Perilaku Pedagang (X2) dan Kenyamanan Konsumen (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Pasar Baru Atambua, teknik sampel menggunakan Metode Rao Purba dengan sampel sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh melalui pembagian kuesioner dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Hasil penelitian menunjukkan nilai probabilitas F hitung sebesar $8,778 > F$ tabel 3,090 dan nilai signifikansi variabel penataan dan perilaku pedagang sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya penataan dan perilaku pedagang berpengaruh secara signifikan terhadap Kenyamanan Konsumen.

Kata Kunci: *Penataan, Perilaku Pedagang, Kenyamanan Konsumen, Belu*

Abstract

This research aims to determine the influence of the arrangement conditions and behavior of traders on consumer comfort at Pasar Baru Atambua, Belu Regency. The type of research is descriptive research with a quantitative approach. This research variable consists of Arrangement (X1), Merchant Behavior (X2) and Consumer Convenience (Y). The population in this research was Pasar Baru Atambua consumers, the sampling technique used the Rao Purba Method with a sample of 100 respondents. Data obtained through distributing questionnaires using a Likert scale. Data analysis techniques were carried out using descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis. The research results show that the calculated F probability value is $8.778 > F$ table 3.090 and the significance value of the structuring and trader behavior variables is $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_a is accepted. This means that the arrangement and behavior of traders have a significant effect on consumer comfort.

Keywords: *Arrangement, Merchant Behavior, Consumer Convenience, Belu*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar merupakan suatu tempat dimana terjadi kegiatan interaksi antara pedagang dengan pembeli, dan juga merupakan tempat pertemuan antara penyedia dan pemakai barang dan jasa. Selain itu, pasar dapat dimengerti juga sebagai sarana interaksi sosial budaya masyarakat, dan pengembangan ekonomi masyarakat (Permendagri, 2007). Dan syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara pihak penjual dan pembeli baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Pasar dapat dikategorikan berdasarkan waktunya dan dapat digolongkan berdasarkan lokasi dan jumlah pengunjung pasar. Di dalam pasar terdapat beberapa komponen yaitu penjual, pembeli, fasilitas, pengelola, dan pengurus pasar atau petugas kebersihan. Dalam komponen tersebut harus ada kesinambungan agar pasar dapat tertata dan nyaman.

Salah satu pasar tradisional yang memiliki peranan penting dalam perekonomian masyarakat ialah pasar Baru Atambua. Pasar ini terletak di wilayah administrasi Kelurahan Beirafu, Kota Atambua,

Kabupaten Belu, dibangun sekitar tahun 1977 dengan luas pasar 12.635 m². Pasar ini beroperasi setiap hari mulai pukul 05.00-20.00 wita, dan dikelola oleh Pemda Belu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Belu. Pasar ini merupakan pindahan dari pasar yang terletak di Kelurahan Atambua yaitu sekitar pusat pertokoan Jalan Merdeka (pertokoan lama). Pasar Baru Atambua saat ini berada pada posisi yang strategis, yaitu berada pada tengah kota dan dapat dijangkau dengan mudah oleh semua kelurahan yang ada di Kota Atambua bahkan penduduk dari berbagai kecamatan di Kabupaten Belu biasanya datang berbelanja di Pasar Baru Atambua. Pasar Baru Atambua juga dibagi kedalam beberapa zonasi diantaranya zona sayuran, buah-buahan, daging dan ikan, pakaian, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya serta dilengkapi fasilitas umum seperti WC/kamar mandi, bak sampah, tempat parkir, dan jaringan drainase.

Namun seiring berjalannya waktu kondisi pasar ini semakin tidak memungkinkan untuk menampung jumlah pedagang dan konsumen yang semakin bertambah. Pasar yang terdiri dari 850 lapak

menampung sekitar 450 pedagang, sehingga terlihat sangat padat. Banyak pedagang yang tidak tertampung pada los-los dan kios-kios, memilih berjualan di sekitar lokasi pasar sampai menempati badan jalan, sehingga menyebabkan kemacetan lalu lintas dan terlihat sangat kumuh. Perilaku pedagang yang tidak peduli terhadap kebersihan pasar. Pedagang cenderung membuang sampah atau limbah secara sembarang tanpa menggunakan tempat sampah yang telah disediakan dan menyebabkan tumpukan sampah di sekitar area dagang. Hal ini secara tidak langsung menghambat arus sirkulasi, menimbulkan bau tidak sedap dan membuat konsumen/pengunjung merasa tidak nyaman.

Beberapa upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam pengembangan dan pengelolaan Pasar Baru Atambua, Pemerintah telah memperhatikan dukungan konkritnya sebagai Pemerintah Daerah, pengelola atau pemerhati. Pemda Belu memberikan dukungannya dengan membangun los pasar yang berlantai dua namun hal ini tetap membuat pasar tidak teratur bahkan menyuguhkan bau busuk yang tidak sedap, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Belu mengupayakan penertiban jalur pasar, lokasi parkir dan arus lalu lintas, Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Belu mengupayakan pengelolaan sampah dan limbah B3 yang dilakukan dua kali dalam sehari. Organisasi Masyarakat (Ormas) Solidaritas Belu Bersatu (Sobat) melakukan kerja bakti membersihkan sampah, sebagai aksi peduli lingkungan, Satuan Brimob Belu Polda NTT menggelar kegiatan bakti sosial dengan melakukan kegiatan bersih-bersih dalam rangka edukasi sosialisasi di musim hujan.

Upaya tersebut di atas, ternyata belum juga serta merta dapat mengubah wajah Pasar Baru Atambua menjadi tempat berbelanja yang menyenangkan, tetapi masih ada beberapa sarana dan prasarana yang belum tertata dengan baik dan tumpukan sampah yang masih cukup tinggi.

1.2. Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

- Kepadatan dan keterbatasan ruang
- Penataan letak kios tidak berdasarkan pada kesamaan atau kesesuaian antara jenis barang yang diperdagangkan.
- Fasilitas yang ada, seperti WC/kamar mandi, tempat parkir, dan tempat pembuangan sampah, belum optimal dan tidak tertata dengan baik.
- Tempat parkir yang tidak memadai menghambat sirkulasi dan menyebabkan kemacetan di sekitar pasar.
- Beberapa pedagang berjualan dipinggir jalan sehingga menghambat sirkulasi pengunjung.
- Pedagang tidak menyediakan tempat sampah disekitar area dagangnya.
- Tidak ada pemilahan sampah oleh pedagang.

- Sampah organik dan anorganik ditumpuk pada satu tempat yang sama.
- Pedagang ikan dan daging membuang limbah cair sembarangan.
- Saluran drainase yang tersumbat dan dipenuhi sampah.
- Pedagang dan pembeli membuang sampah tidak pada tempatnya.
- Petugas kebersihan hanya membersihkan pasar pada pagi hari.

1.3. Batasan Masalah

Permasalahan yang telah teridentifikasi di atas cukup luas dan kompleks, oleh karena itu masalah penelitian ini dibatasi hanya pada:

- Penataan pasar seperti: parkir, MCK, tempat sampah, los pedagang, sirkulasi (masuk dan keluar) yang terkesan tidak teratur (semrawut) serta sangat mengganggu kenyamanan konsumen yang terletak di Pasar Baru Atambua, Kelurahan Beirafu, Kecamatan Atambua Barat, Kabupaten Belu.
- Perilaku pedagang yang tidak peduli terhadap kebersihan pasar. Pedagang cenderung membuang sampah atau limbah secara sembarang tanpa menggunakan tempat sampah yang telah disediakan dan menyebabkan tumpukan sampah di sekitar area dagang.
- Konsumen merasa tidak nyaman saat berbelanja diduga karena penataan pasar yang kurang tertata dengan baik dan kondisi pasar yang tidak terawat akibat perilaku pedagang yang tidak peduli terhadap kebersihan pasar.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah di batasi di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- Bagaimana kondisi penataan, perilaku pedagang dan kenyamanan konsumen di pasar Baru Atambua?
- Apakah penataan pasar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kenyamanan konsumen?
- Apakah perilaku pedagang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kenyamanan konsumen?
- Apakah penataan pasar dan perilaku pedagang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kenyamanan konsumen?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian dari pengaruh penataan dan perilaku pedagang di pasar Baru Atambua yaitu:

- Untuk mengetahui kondisi penataan, perilaku pedagang dan kenyamanan konsumen di pasar Baru Atambua
- Menganalisis pengaruh penataan terhadap kenyamanan konsumen di pasar Baru Atambua
- Menganalisis pengaruh perilaku pedagang terhadap kenyamanan konsumen di pasar Baru Atambua

- d. Menganalisis pengaruh penataan dan perilaku pedagang terhadap kenyamanan konsumen di pasar Baru Atambua.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis metode korelasional. Menurut Creswell (2014), penelitian kuantitatif korelasional adalah penelitian dengan menggunakan metode statistik yang mengukur pengaruh antara dua variabel atau lebih. Menurut (Azwar, 2010) penelitian korelasional bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi. Penelitian korelasional kuantitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel (Arikunto.S, 2005). Penelitian dengan pendekatan kuantitatif adalah penelitian menggunakan pendekatan yang data-datanya numerik dan diolah dengan menggunakan metode statistik.

2.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Baru Atambua, Kelurahan Beirafu, Kecamatan Atambua Barat, Kabupaten Belu dilaksanakan selama 6 bulan yaitu dari bulan Januari sampai Juni 2024. Sedangkan tempat pelaksanaan di Pasar Baru Atambua Kabupaten Belu.

2.3. Populasi dan Sampel

Oleh Purwanto (2011) populasi adalah keseluruhan objek yang mempunyai karakteristik yang sama. Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang sedang berkunjung dan berbelanja di pasar Baru Atambua Kabupaten Belu. Yang diasumsikan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah setiap hari konsumen yang berkunjung dan berbelanja di Pasar Baru Atambua Kabupaten Belu.

Untuk teknik pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan *Non-probability sampling* dan metode untuk mengambil sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel berdasarkan kebetulan, dimana konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang secara kebetulan ditemui itu sangat cocok sebagai sumber data (Arikunto,2010)

Untuk pengambilan sampel, peneliti memakai metode Rao Purba mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat normal distribusi pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Margin of error max atau maksimal kesalahan yang dapat di korelasi, di tetapkan 10% atau 0,1

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z = 1,96 dan moe 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04, \text{dibulatkan} = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh sampel populasi sebanyak 96 orang, akan tetapi pada prinsipnya tidak memiliki aturan yang pasti untuk menentukan jumlah yang dianggap tetap dalam menentukan sampel. Maka dalam hal ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang responden yang cukup mewakili untuk diteliti (Rao Purba,2006).

2.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

- Data Primer → observasi dan kuesiner
- Data Sekunder → dokumentasi

2.5. Instrumen Penelitian

Jenis instrument yang digunakan untuk pengaruh penataan dan perilaku pedagang terhadap kenyamanan konsumen di Pasar Baru Atambua Kabupaten Belu digunakan skal likert dengan lima pilihan jawaban, Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-Ragu (RR), Setuju (S) Dan Sangat Setuju (SS).

2.6. Uji Validitas dan Reliabel

Pengujian validitas atau ketepatan setiap butir pernyataan (item) dalam mengukur kategori variabel, diperoleh dengan menghitung koefisien korelasi dari setiap jumlah skor butir dengan total skor, dengan formulasi rumus korelasi *product moment* dari Pearson. Uji coba instrument dilakukan terhadap 30 responden dari populasi penelitian, tetapi tidak termasuk sebagai sampel penelitian. Instrumen dikatakan valid jika hasil pengujian menunjukkan nilai r hitung tiap item lebih besar dari r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$; dengan $\alpha 5\% = 0,361$ Selanjutnya dari butir instrumen yang valid tersebut ditentukan tingkat reliabilitas instrumen atau tingkat kepercayaan/konsistensi instrumen dengan formulasi rumus Koefisien Alfa (α) dari Cronbach. Proses pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dikerjakan dengan bantuan IBM SPSS *Statistic Version 23.0, for Windows*. Instrumen dinyatakan reliabel jika memperoleh skor $> 0,60$.

2.7. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis diskriptif dan inferensial. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi, termasuk penyajian data berupa: frekuensi dan persentase data, nilai rata-rata (mean), median,

modus simpangan baku, varian grafik kurva, dan histogram (Sugiyono, 2012).

Sedangkan teknik analisis inferensial digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi, dengan alat utama analisis inferensial yaitu hipotesis nihil (H_0). Analisis kuantitatif adalah analisis yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang berupa kuisioner kedalam bentuk angka-angka dan perhitungan dengan bantuan aplikasi program SPSS.

3. HASIL PENELITIAN

3.1. Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi data hasil penelitian merupakan sekumpulan data yang dihimpun dan ditabulasi sesuai keperluan analisis data. Pada bagian ini disajikan klasifikasi responden menurut deskripsi data dari masing masing variabel yaitu: Penataan (X1), Perilaku Pedagang (X2), Kenyamanan Konsumen (Y).

Berikut ini akan diuraikan deskripsi data hasil uji dengan bantuan IBM SPSS23 for windows.

Tabel 1. Distribusi Data X1, X2, dan Y

Variabel/Indikator	Penataan (X ₁)	Perilaku Pedagang (X ₂)	Kenyamanan Konsumen (Y)
Jml. sampel (N)	100	100	100
Jml. Butir	12	9	22
Mean	44,47	32,95	81,41
Median	45	34	83
Modus	45	36	84
Standar Deviasi	4,988	4,650	9,451
Variansi	24,878	21,624	89,315
Skor Min	28	18	61
Skor Maks	56	41	100
Sum	4.447	3.295	8.141
Rentang	28	23	39
k (jml kls interval) = $1+3,3 \log n$	8	8	8
p (panjang kls interval) = R/k	4	3	5

3.2. Hasil Penelitian Kondisi Penataan

Hasil perhitungan Penataan (X1) di Pasar Baru Atambua diukur melalui kuesioner dengan skala likert yang dimodifikasi dengan skor 1 sampai 5 dan disebarkan kepada 100 responden kemudian dianalisis menggunakan bantuan IBM SPSS 23 for windows.

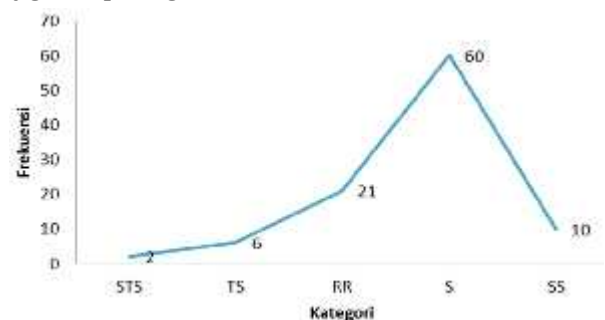
Untuk mengetahui kategori skor Penataan (X1) selanjutnya disusun distribusi frekuensi kategori skor yang ditetapkan sebanyak lima interval yaitu: Sangat Setuju (SB); Setuju (S); Ragu-Ragu (RR); Tidak Setuju (TS); Dan Sangat Tidak Setuju (STS). Dengan jumlah 12 butir pernyataan dan jumlah responden 100, skor minum teoretik 12, maksimum teoretik 60, rentang 48, (k) jumlah kelas interval kategori ditetapkan 5. Mengacu pada rumus *sturges*, diperoleh (p) panjang

kelas interval kategori 10. Selanjutnya data hasil penelitian dicoding, dan disusun ke dalam distribusi frekuensi, dan hasilnya seperti tabel berikut.

Tabel 2. Frekuensi Kategori Skor Penataan (X1)

Kelas Interval	Kategori	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif (%)	Frekuensi Kumulatif Relatif (%)
12-21	STS	2	2	2
22-31	TS	6	7	9
32-41	RR	21	21	30
42-51	S	60	60	90
52-61	SS	10	10	100
Jumlah		100	100	

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dengan rata-rata skor empirik menunjukan bahwa penataan berada pada interval skor teoritik antara 42-51 dengan skor teoretik 60 atau 60%. Hasil bermakna bahwa 60% responden setuju dengan kondisi penataan seperti (perencanaan kawasan pasar, pemanfaatan kawasan pasar, dan pengendalian kawasan pasar) dalam keadaan baik. Hal ini didukung Tamelan, dkk (2024) bahwa penataan area lingkungan sangat penting untuk menghindari masalah aktifitas, banjir, akses jalan, dan lainnya sehingga memberikan kenyamanan bagi pengguna. Lebih jelasnya posisi kategori penataan dipaparkan melalui polygon seperti gambar



Gambar 1. Distribusi Frekuensi Kategori Skor Penataan (X1)

3.3. Kondisi Perilaku Pedagang

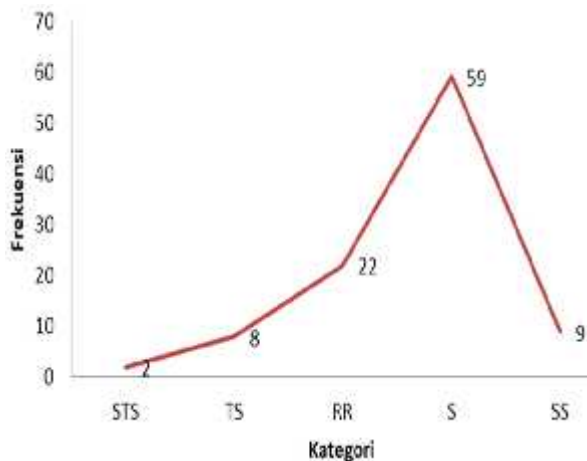
Hasil perhitungan perilaku pedagang (X2) di Pasar Baru Atambua diukur melalui kuesioner dengan skala likert yang dimodifikasi dengan skor 1 sampai 5 dan disebarkan kepada 100 responden kemudian dianalisis menggunakan bantuan IBM SPSS 23 for windows

Untuk mengetahui kategori skor Perilaku Pedagang (X2) selanjutnya disusun distribusi frekuensi kategori skor yang ditetapkan sebanyak lima interval yaitu: Sangat Setuju (SB); Setuju (S); Ragu-Ragu (RR); Tidak Setuju (TS); Dan Sangat Tidak Setuju (STS). Dengan jumlah 9 butir pernyataan dan jumlah responden 100, skor minum teoretik 9, maksimum teoretik 45, rentang 36, (k) jumlah kelas interval kategori ditetapkan 5. Mengacu pada rumus *sturges*, diperoleh (p) panjang kelas interval kategori 8. Selanjutnya data hasil penelitian dicoding, dan disusun ke dalam distribusi frekuensi, dan hasilnya seperti tabel berikut.

Tabel 3. Frekuensi Kategori Skor Perilaku Pedagang (X2)

Kelas Interval	Kategori	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif (%)	Frekuensi Kumulatif Relatif (%)
9-16	STS	2	2	2
17-24	TS	8	8	10
24-32	RR	22	22	32
33-40	S	59	59	91
41-48	SS	9	9	100
Jumlah		100	100	

Berdasarkan Tabel 3 di atas, dengan rata-rata skor empirik menunjukkan bahwa perilaku pedagang berada pada interval skor teoritik antara 33-40 dengan skor teoritik 59 atau 59%. Hasil bermakna bahwa 59% responden setuju dengan kondisi perilaku seperti (menjaga kebersihan pasar, dan mengelola limbah padat dan cair) dalam keadaan baik. Lebih jelasnya posisi kategori perilaku pedagang dipaparkan melalui polygon seperti gambar perhitungan kenyamanan konsumen (Y) di Pasar Baru.



Gambar 2. Distribusi Frekuensi Kategori Skor Perilaku Pedagang (X2)

3.4. Kondisi Kenyamanan Konsumen

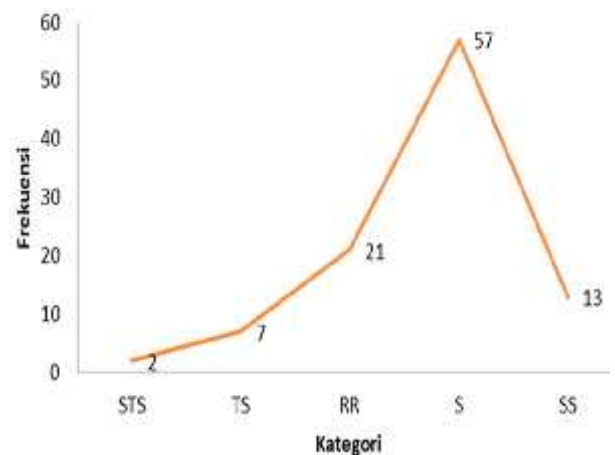
Hasil Atambua diukur melalui kuesioner dengan skala likert yang dimodifikasi dengan skor 1 sampai 5 dan disebarkan kepada 100 responden kemudian dianalisis menggunakan bantuan IBM SPSS 23 for window.

Untuk mengetahui kategori skor Kenyamanan Konsumen (Y) selanjutnya disusun distribusi frekuensi kategori skor yang ditetapkan sebanyak lima interval yaitu: Sangat Setuju (SB); Setuju (S); Ragu-Ragu (RR); Tidak Setuju (TS); Dan Sangat Tidak Setuju (STS). Dengan jumlah 22 butir pernyataan dan jumlah responden 100, skor minum teoritik 22, maksimum teoritik 110, rentang 88, (k) jumlah kelas interval kategori ditetapkan 5. Mengacu pada rumus *sturges*, diperoleh (p) panjang kelas interval kategori 18. Selanjutnya data hasil penelitian dicoding, dan disusun ke dalam distribusi frekuensi, dan hasilnya seperti tabel berikut.

Tabel 4. Frekuensi Kategori Skor Kenyamanan Konsumen (Y)

Kelas Interval	Kategori	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif (%)	Frekuensi Kumulatif Relatif (%)
22-39	STS	2	2	2
40-57	TS	7	7	9
58-75	RG	21	21	30
76-93	S	57	57	18
94-111	SS	13	13	100
Jumlah		100	100	

Berdasarkan Tabel 4 di atas, dengan rata-rata skor empirik menunjukkan bahwa kenyamanan konsumen berada pada interval skor teoritik antara 76-93 dengan skor teoritik 57 atau 57%. Hasil bermakna bahwa 57% responden setuju dengan kenyamanan konsumen (sirkulasi, temperature, kebisingan, aroma dan bau-bauan, keamanan, dan kebersihan) dalam keadaan baik. Lebih jelasnya posisi kategori penataan dipaparkan melalui polygon seperti gambar.



Gambar 3. Distribusi Frekuensi Kategori Skor Kenyamanan Konsumen (Y)

3.5. Uji Parsial

Pengujian dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 23 dengan tingkat signifikan yang digunakan sebesar $\alpha = 5\%$ dan $df = (n-k)$ serta pengambilan keputusan;

- Jika probabilitas sig. $t > 0,05$; H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika nilai t hitung $<$ dari t tabel; H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel 5. Uji Parsial

Model	Coefficients ^a		T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
Constant	23,601	6,201	3,806	0,000
Penataan	0,619	0,177	0,327	3,494 0,001
Perilaku	0,918	0,190	0,452	4,833 0,000

Dependent Variable: Kenyamanan

Dari hasil uji parsial yang tersaji dalam tabel 5 diketahui nilai probabilitas t hitung $3,494 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikansi variabel Penataan sebesar

0,001 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan nilai probabilitas t hitung 4,883 > t tabel 1,661 dan nilai signifikansi variabel Perilaku Pedagang sebesar 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Penataan berpengaruh secara signifikan terhadap Kenyamanan Konsumen, begitu juga dengan variabel Perilaku Pedagang.

3.6. Uji Simultan

Uji simultan dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (Penataan dan Perilaku Pedagang) terhadap variabel dependen (Kenyamanan Konsumen) secara bersama-sama (simultan) dengan tingkat signifikan yang digunakan sebesar $\alpha = 5\%$ dan $df^2 = (n-k-1)$. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji f dengan menggunakan IBM SPSS 23 adalah:

- Jika probabilitas sig. $f > 0,05$; H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika nilai f hitung < f tabel; H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel 6. Uji Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	277,706	2	138,853	8,778	0,000 ^b
Residual	1534,335	97	15,818		
Total	1812,042	99			
a. Dependent Variable: RES2					
b. Predictors: (Constant), Penataan, Perilaku Pedagang					

Dari hasil uji simultan yang tersaji dalam tabel 6 diketahui nilai probabilitas f hitung 8,778 > f tabel 3,090 dan nilai signifikansi variabel Penataan dan Perilaku Pedagang sebesar 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Penataan dan Perilaku Pedagang berpengaruh secara signifikan terhadap Kenyamanan Konsumen.

3.7. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui presentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen, dilakukan dengan menghitung Koefisien Determinasi (R^2). Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen, dan hasilnya seperti tabel berikut.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,391 ^a	0,153	0,358	3,97717
a. Predictors: (Constant), Penataan, Perilaku Pedagang				
b. Dependent Variable: RES2				

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi pada nilai Adjusted R Square sebesar 0,358. Hal ini berarti kemampuan variabel perilaku pedagang menjelaskan variabel kenyamanan konsumen sebesar 35,8% dan sisanya 64,2% dari variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini

seperti: kepuasan konsumen, minat untuk kunjung kembali dll.

4. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1. Kondisi Penataan, Perilaku Pedagang dan Kenyamanan Konsumen pada Pasar Baru Atambua Kabupaten Belu

Dari hasil penelitian dengan sampel sebanyak 100 responden disimpulkan bahwa kondisi Penataan, Perilaku Pedagang dan Kenyamanan Konsumen di Pasar Baru Atambua Kecamatan Atambua Barat Kabupaten Belu dalam kategori kurang baik. Dimana untuk variabel Penataan sebanyak 2% responden masuk kategori Sangat Tidak Setuju dan 60% responden masuk kategori Setuju. Artinya Kondisi Penataan Pasar kurang baik sehingga dapat menyebabkan ketidaknyamanan bagi Konsumen. Sedangkan untuk variabel perilaku pedagang sebanyak 2% responden masuk kategori Sangat Tidak Setuju dan 59% masuk kategori Setuju. Ini berarti kondisi Perilaku Pedagang kurang baik dan dapat membuat konsumen tidak nyaman ketika berbelanja. Kemudian untuk variabel kenyamanan konsumen sebanyak 2% responden masuk kategori Sangat Tidak Setuju dan 57% responden masuk kategori setuju. Artinya konsumen merasa tidak nyaman karena kondisi penataan dan perilaku pedagang yang kurang baik.

Penataan dan perilaku pedagang memberikan dampak yang besar terhadap suatu pasar dalam hal ini pasar Baru Atambua. Penataan pasar yang baik dan perilaku pedagang yang peduli terhadap kebersihan pasar akan memberikan dampak positif bagi kenyamanan konsumen. Penataan pasar yang tertata dengan baik dan perilaku pedagang yang peduli terhadap kebersihan lingkungan pasar tidak hanya memberikan perasaan nyaman semata namun juga menambah pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi konsumen serta minta untuk berkunjung dan berbelanja lagi.

4.2. Pengaruh Penataan (X1) terhadap Kenyamanan Konsumen (Y)

Dari hasil uji parsial nilai signifikansi variabel penataan sebesar 0,001 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga disimpulkan bahwa penataan berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan konsumen, dan dilihat dari frekuensi kategori kondisi penataan beradaan pada skor 60 atau 60% dengan kategori Setuju (S).

Suatu pasar akan banyak pembeli/konsumen apabila penataan sarana maupun prasarana tertata dengan baik dan rapi sesuai fungsinya masing-masing, maka akan memberikan nilai dan kenyamanan tersendiri bagi konsumen yang berbelanja, pengalaman berbelanja yang menyenangkan serta minat untuk berkunjung kembali.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, menurut Djumantri (2011) tentang penataan pasar mengacu pada pengaturan atau organisasi pasar

untuk meningkatkan efisiensi dan kesejahteraan ekonomi. Penataan pasar melibatkan berbagai langkah seperti pengaturan letak pasar, standar kebersihan, aksesibilitas, serta pengelolaan administrasi dan keamanan. Pentingnya perencanaan yang baik dalam penataan pasar untuk mengakomodasi kebutuhan konsumen dan pedagang, serta memastikan adanya infrastruktur yang memadai. dalam hal ini, penataan pasar dapat melibatkan pemasangan fasilitas umum seperti WC/kamar mandi, tempat parkir, tempat sampah, dan pencahayaan yang memadai untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan memperkuat citra pasar.

4.3. Pengaruh Perilaku Pedagang (X2) terhadap Kenyamanan Konsumen (Y)

Dari hasil uji parsial nilai signifikansi variabel penataan sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga disimpulkan bahwa penataan berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan konsumen, dan dilihat dari frekuensi kategori kondisi penataan beradaan pada skor 60 atau 60% dengan kategori Setuju (S).

Pedagang memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga kebersihan pasar agar konsumen merasa nyaman. Pedagang harus membersihkan tempat dagang mereka, membuang sampah secara tepat, menerapkan standar kebersihan pribadi, mengikuti aturan dan peraturan pasar serta berpartisipasi dalam program kebersihan. Dengan menerapkan perilaku-perilaku ini, pedagang dapat membantu menjaga kebersihan pasar dan menciptakan lingkungan yang lebih nyaman bagi konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Sinta Lestari (2016) dimana perilaku pedagang dalam membuang sampah dipengaruhi oleh kesadaran dalam menjaga lingkungan, aksesibilitas fasilitas pembuangan sampah, kebijakan pasar terkait pengelolaan sampah, dan faktor-faktor lainnya. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang dalam menjaga kebersihan pasar, dapat dirancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran lingkungan dan mengelola sampah secara lebih baik di pasar.

4.4. Pengaruh Penataan (X1) dan Pengaruh Perilaku Pedagang (X2) terhadap Kenyamanan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa secara bersama-sama penataan dan perilaku pedagang berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan konsumen di Pasar Baru Atambua Kecamatan Atambua Barat Kabupaten Belu. Hal ini dapat dilihat dari uji simultan yang nilai signifikansi variabel penataan dan perilaku pedagang sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel penataan dan perilaku pedagang berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan konsumen. Dan diketahui bahwa penataan berada pada interval skor teoritik antara 42-51

dengan skor 60% dan perilaku pedagang berada pada interval skor teoritik antara 33-40 dengan skor teoritik 59%. Hal tersebut bermakna bahwa rata-rata responden berada pada kategori Setuju (S), yang menandakan bahwa responden setuju dengan kondisi penataan dan perilaku pedagang mempengaruhi kenyamanan konsumen.

Menurut Rustam Hakim (2012) kenyamanan konsumen ditentukan oleh beberapa unsur pembentuk dalam perancangan yakni (1) sirkulasi, (2) daya alam/iklim, (3) kebisingan, (4) aroma/bau-bauan, (5) bentuk, (6) keamanan, (7) kebersihan, (8) keindahan dan (9) penerangan.

Dengan memperhatikan perencanaan penataan pasar serta perilaku pedagang dalam menjaga kebersihan, pasar akan menjadi lingkungan yang lebih bersih, aman dan nyaman bagi konsumen, yang akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap pasar tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Ditinjau dari kondisi penataan pasar yang menunjukkan bahwa terdapat 60 orang atau 60% yang menyatakan setuju dengan penataan pasar yang meliputi (Perencanaan Kawasan Pasar, Pemanfaatan Kawasan Pasar, dan Pengendalian Kawasan Pasar) kurang baik, dan sisanya 40% menyatakan tidak setuju. Kemudian pada kondisi perilaku pedagang menunjukkan bahwa terdapat 59 orang atau 59% responden menyatakan setuju dengan perilaku pedagang yang meliputi (Menjaga kebersihan area dagang dan Mengelola limbah padat dan cair) kurang baik, dan sisanya 41% menyatakan tidak setuju. Demikian juga kondisi kenyamanan konsumen menunjukkan bahwa terdapat 57 orang atau 57% menyatakan setuju dengan kenyamanan konsumen seperti (sirkulasi, temperatur, kebisingan, aroma dan bau-bauan, keamanan, dan kebersihan) kurang baik sisanya 43% menyatakan tidak setuju.
- Ditinjau dari pengaruh penataan pasar, hasil penelitian menyatakan bahwa variabel penataan pasar berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan konsumen, hal ini sesuai dengan uji parsial yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan menerima H_a dengan nilai probabilitas $0,001 > 0,05$, yang berarti bahwa semakin baik penataan pasar, maka semakin tinggi pula tingkat kenyamanan konsumen. Juga dibuktikan dengan uji koefisien determinasi yang menunjukan sebesar 67,4% penataan di Pasar Baru Atambua berpengaruh terhadap Kenyamanan Konsumen.
- Demikian juga pengaruh perilaku pedagang dalam menjaga kebersihan pasar, hasil penelitian menyatakan bahwa variabel perilaku pedagang berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan

konsumen, hal ini sesuai dengan uji parsial yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan menerima H_a dengan nilai probabilitas $0,000 > 0,05$, yang berarti bahwa semakin baik perilaku pedagang dalam menjaga kebersihan pasar, maka semakin tinggi pula tingkat kenyamanan konsumen. Juga dibuktikan dengan uji koefisien determinasi yang menunjukkan sebesar 53,2% penataan di Pasar Baru Atambua berpengaruh terhadap Kenyamanan Konsumen

- d. Kemudian untuk pengaruh bersama-sama antara variabel penataan, dan perilaku pedagang terhadap kenyamanan konsumen, hasil penelitian menunjukkan bahwa penataan dan perilaku pedagang berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan konsumen pada Pasar Baru Atambua, sebagaimana dilihat dari hasil uji simultan dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, yang menolak H_0 dan menerima H_a , yang berarti bahwa semakin baik penataan pasar dan perilaku pedagang, maka semakin tinggi pula tingkat kenyamanan konsumen. Juga dibuktikan dengan uji hipotesis yang menunjukkan sebesar 35,8% penataan pasar dan perilaku pedagang berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen di Pasar Baru Atambua Kabupaten Belu.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

- Penting untuk meningkatkan kondisi penataan, perilaku pedagang dan kenyamanan konsumen di pasar. Perlu dilakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap perencanaan, pemanfaatan dan pengendalian kawasan pasar. Penting bagi pedagang untuk menjaga area dagang dan mengelola limbah dan tingkatkan praktik-praktik ramah lingkungan. Dengan menerapkan saran tersebut secara konsisten diharapkan kondisi penataan, perilaku pedagang dan kenyamanan konsumen dapat meningkat secara signifikan.
- Pastikan area pasar tertata dengan baik dan rapih. Ini termasuk penataan barang dagangan dengan teratur, penempatan sarana dan prasarana sesuai kebutuhan, penyediaan tempat parkir yang memadai, dan pertimbangkan untuk menyediakan fasilitas seperti tempat duduk dan tempat istirahat serta toilet yang bersih dan nyaman bagi konsumen. Hal ini dapat membantu meningkatkan kenyamanan konsumen saat berbelanja.
- Lakukan pelatihan terkait pentingnya menjaga kebersihan pasar dan dampaknya terhadap kenyamanan konsumen. Pedagang perlu memahami tentang praktik-praktik kebersihan yang baik seperti menyediakan tempat sampah disekitar area dagang dan tempat khusus untuk pembuangan limbah cair. Dengan menyediakan tempat sampah yang memadai, akan memudahkan pedagang untuk membuang sampah dan menjaga kebersihan pasar.
- Identifikasi area-area pasar yang memerlukan perbaikan dalam hal penataan, seperti aksesibilitas, kebersihan dan tata letak. Memastikan bahwa pasar memiliki infrastruktur yang memadai dan nyaman bagi konsumen akan meningkatkan kesan positif dan tingkat kenyamanan konsumen. Pedagang harus meningkatkan perilaku mereka dalam menjaga kebersihan pasar dengan membuang sampah pada tempat yang telah disediakan, menjaga dan merawat fasilitas kebersihan yang telah tersedia dengan baik. Pedagang yang memiliki perilaku yang baik dalam menjaga kebersihan dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan bagi konsumen.

6. DAFTAR PUSTAKA

6.1. Buku, Artikel Jurnal

- Hasiman, S. V., Messakh, J. J., & Selan, M. M. (2024). Kajian Tingkat Kenyamanan Pasar Tradisional Borong Kabupaten Manggarai Timur: Study Of The Convenience Level Of Borong Traditional Markets In East Manggarai Regency. *BATAKARANG*, 5(1a), 120-125
- Hutagalung, Abrams, Elton. (2015). "Kajian Kenyamanan Publik Di Kawasan Dr. Mansyur Medan Ditinjau Pada Aspek Pedestrian". Medan: Departemen Arsitektur Universitas Sumatera Utara
- Khair, Ibnu. 2013. *Kenyamanan Sirkulasi Pengunjung Pasar Tradisional Ciledug*. Jakarta: Fakultas Teknik Arsitektur Universitas Mercu Buana.
- M Sugari, ER Kridarso, S Handjajanti. 2020. *Identifikasi Pola Tata Ruang Pasar dalam Konteks Pasar Sehat Di Jakarta (Objek: Pasar Mayestik; Pasar Santa)*. Kocanin Serial Konferensi (E) Issn: 2746-7112, 2020
- Nahak, M. L., Messakh, J. J., & Edyan, R. (2022). Kajian Pengembangan Sanitasi Lingkungan Pasar Tradisional Sunsea Kabupaten Timor Tengah Utara: Study Of Environmental Sanitation Development Of The Sunsea Traditional Market, North Timor Central District. *BATAKARANG*, 3(2), 41-47.
- RB Anggoro, M Ulimaz, ED Syafitri. 2020. *Strategi Pengembangan Pasar Waru di Kabupaten Panajam Paser Utara Berdasarkan Faktor-Faktor Kenyamanan Berbelanja*. R uan G 6 (2)
- Satwiko, Prasasto. 2009. "Fisika Bangunan" edisi kedua. Yogyakarta: Andi Offset
- Sinta Lestari. 2016. *Perilaku Pedagang Dalam Membuang Sampah (Studi Di Kawasan Bandar Jaya Plaza Kelurahan Bandarjayatimur, Kecamatan Terbanggibesar, Kabupaten Lampung Tengah)*. Jurnal Sripsi 2016
- Tamelan, P. G., Nendissa, D. R., Krisnayanti, D. S., Cornelis, R., Hangge, E. E., Simatupang, P. H., & Banunaek, N. (2024). Post-landslide liquefaction analysis: A case study in the Kupang regency

area, Indonesia. *International Journal of Safety and Security Engineering*, 14(2), 583-597.

Yulistiani ddk. 2016. *Relokasi Pasar Warungkodang Kabupaten Cianjur*: Antologi Geografi, 4 (April), PP.1-10

6.2. Peraturan Perundangan dan Kementrian

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 37 Tahun 2017 *Tentang Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Sarana Perdagangan*.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 21 Tahun 2021 *Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan*

Permendagri 2007 *Tentang Pengelolaan Pasar Desa*
UU No.11 Tahun 2020 *Tentang Cipta Kerja*

UU No. 26 tahun 2007 *Tentang Penataan Ruang*