

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP SARANA DAN PRASARANA PASAR SUKUN KOTA MALANG

Oktavianus Oba¹, Galih Damar Pandulu², Pamela Dinar Rahma³

¹Mahasiswa Program Studi Teknik Sipil Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

^{2,3}Dosen Program Studi Teknik Sipil Universitas Tribhuwana Tunggaladewi
galih.damar@unitri.ac.id,

Abstrak

Metode untuk mengukur tingkat kepuasan pembeli di pasar tradisional Sukun adalah metode *Importance and Performance Analysis*. Tujuan analisis *importance – performance* untuk memperoleh informasi tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan melalui pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan adalah seberapa pentingnya suatu variabel pelayanan bagi pelanggan.

Data yang dibutuhkan adalah didapat melalui survei primer dengan wawancara kepada konsumen untuk mendapatkan persepsi pembeli tentang kepuasan dan kepentingan serta data sekunder berupa luas lahan pasar Sukun, jumlah pedagang serta data fasilitas eksisting.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 3,16 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 4,34. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y.

Kata kunci: Kepuasan, Masyarakat, Sarana dan Prasarana, Pasar Sukun

Abstract

The method for measuring the level of customer satisfaction in the traditional market of Sukun is the Importance and Performance Analysis method. The purpose of importance-performance analysis is to obtain information about the level of customer satisfaction with services through measuring the level of importance and the level of implementation. The level of importance of service quality is how important a service variable is for customers

The data needed is obtained through primary surveys with interviews with consumers to obtain customer perceptions of satisfaction and interest as well as secondary data in the form of Sukun market land area, number of traders and data on existing facilities.

The results of the analysis show that the average value of performance is 3.16 and the average value of importance is 4.34. Furthermore, the average number of performances is used as a quadrant limiting point based on the X axis and the average value of interest is used as a quadrant limiting point based on the Y axis.

Keywords: *Satisfaction, Community, Facilities and Infrastructure, Sukun Market*

Pendahuluan

Perkembangan supermarket dan *hypermarket* di banyak negara berkembang termasuk di Indonesia sangat pesat. Konsekuensi bagi konsumen dianalisis untuk mengetahui implikasinya terhadap keberadaan pasar tradisional (Schipmann & Qaim, 2011) (Susilo, 2015). Terdapat faktor yang mempengaruhi

lesunya pasar tradisional seperti keberadaan minimarket, pedagang sayur keliling serta kondisi sarana dan prasarana pasar tradisional yang kurang memenuhi standar SNI (Aryani, 2011). Eksistensi pasar tradisional perlu dipertahankan melalui program revitalisasi pasar. Peningkatan sarana dan prasarana, peningkatan sumberdaya manusia serta modal sosial

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang

merupakan kunci utama bertahannya keberadaan pasar tradisional (Kistanti & Karsinah, 2020).

Karakteristik kondisi pasar modern lebih baik dibandingkan pasar tradisional. Diperlukan skenario kebijakan pengelolaan pasar tradisional dengan mengutamakan aspek ekonomi dan aspek teknis melalui digitalisasi pasar, peningkatan pendapatan pengelola, peningkatan keamanan, penataan dan pengelolaan parkir serta kebersihan pasar (Sumantri dkk, 2020). Dari aspek jangkauan pelayanan pada pasar modern lebih luas. Preferensi konsumen ke pasar tradisional lebih baik dari pasar modern. Pemilihan antara berbelanja ke pasar tradisional atau pasar modern berkaitan nyata dengan variabel rentang usia dan pendidikan. Pendapat pembeli menunjukkan kelebihan pasar modern dari pasar tradisional pada atribut kenyamanan, kualitas barang, keberagaman, promosi serta lokasi (Sadino & Syahbana, 2014). Kualitas pelayanan sangat penting untuk perkembangan bisnis. Tingkat kinerja harus mengikuti tingkat kepentingan melalui peningkatan faktor-faktor yang memiliki tingkat kepentingan tinggi serta mempertahankan faktor-faktor yang dianggap telah sesuai (Minarni, 2016).

Kota Malang merupakan kota di Jawa Timur dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi serta mempunyai potensi ekonomi kreatif yang mendukung sektor pendidikan dan wisata. (Shofa & Nugroho, 2018). Pasar Sukun merupakan pasar tradisional yang terletak di ruas jalan Sudanco Supriadi, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Pendapatan daerah dipengaruhi oleh keberadaan Pasar Sukun, yang menjadi pusat kegiatan perdagangan di Kecamatan Sukun. Karakteristik sarana dan prasarana perlu diamati serta perlu dievaluasi tingkat kepentingan dan kepuasannya melalui penataan dengan mengacu pada SNI pasar tradisional.

Pengertian Pasar

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021, pasar rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara maupun badan usaha milik daerah, dapat berupa toko/kios, los yang dimiliki oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat dengan proses jual beli barang melalui tawar menawar.

Karakteristik Pasar Tradisional

Karakteristik pasar tradisional terdiri dari sarana prasarana, karakteristik konsumen,

komoditas dan aktivitas pasar. Sarana prasarana pasar yaitu kondisi fisik dan kelengkapan serta kualitas prasarana pasar. Tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan frekuensi aktivitas merupakan karakteristik konsumen. Komoditas dan aktivitas pasar terdiri dari ragam barang, kualitas barang, dan aktivitas pasar.

Tingkat Kepentingan Dan Kepuasan Terhadap Fasilitas Sarana Dan Prasarana Pasar Tradisional

Tingkat kepentingan konsumen dideskripsikan sebagai acuan pelanggan sebelum melakukan transaksi yang dijadikannya pedoman dalam penilaian kinerja produk jasa tersebut (Rangkuti, 2002).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen yang puas maupun sebaliknya dengan membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (Kotler 2000:36). Manfaat yang besar didapat dari kepuasan konsumen sehingga terjalin hubungan yang berkelanjutan antara penjual dan pembeli serta memberikan dasar yang baik untuk terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi.

Fasilitas Sarana Dan Prasarana

Melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi melalui sarana berupa fasilitas. Fasilitas adalah komponen individual dari suatu penawaran yang mudah ditingkatkan atau dikurangi tanpa harus mengubah kualitas dan model jasa. Pemasaran produk kepada konsumen ditunjang oleh fasilitas. Wujud pembelian manfaat dari perusahaan kepada konsumen berupa fasilitas. Fasilitas berupa alat-alat untuk menunjang pelayanan yang memuaskan bagi konsumen (Lupiyoadi & Hamdani, 2006).

Importance Performance Analysis (IPA)

Metode untuk mengukur tingkat kepuasan pembeli di pasar tradisional adalah metode *Importance and Performance Analysis*. Analisis *importance – performance* digunakan untuk memperoleh informasi tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan melalui pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan adalah seberapa vitalnya suatu variabel pelayanan bagi pelanggan. Langkah pada *Importance Performance Analysis* adalah menilai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan

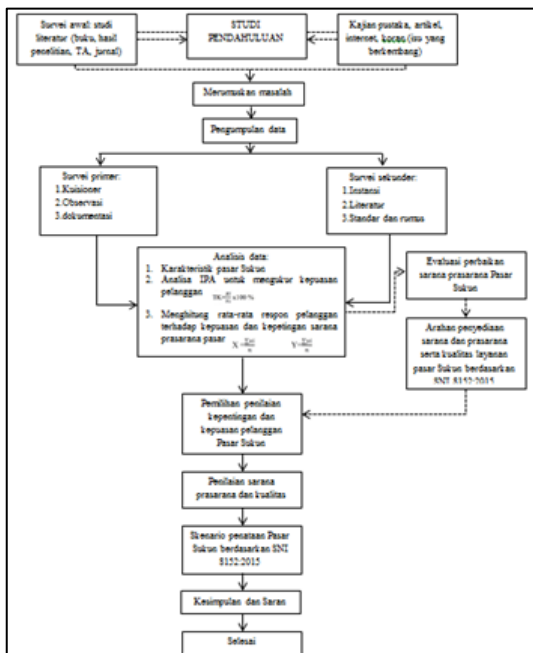
Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang

tingkat kinerja kualitas atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Analisis tingkat kesesuaian bertujuan untuk menentukan urutan prioritas peningkatan kualitas layanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Phadernrod dkk, 2019).

Bagan Alir

Metode Deskriptif

Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya. Bagan alir dapat dilihat pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Bagan alir penelitian

Metode Importance and Performance Analysis

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan menghasilkan suatu diagram kartesius yang menunjukkan letak unsur - unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan. Menurut J Supranto (1997), sumbu mendatar (X) dalam diagram kartesius memuat nilai rata - rata skor kepuasan (*performance*), sedangkan sumbu tegak (Y) Skor $servqual = Skor\ persepsi - skor\ harapan$ 50 memuat nilai rata-rata skor kepentingan (*importance*) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Xi = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } Yi = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana:

Xi : rata-rata skor tingkat kepuasan

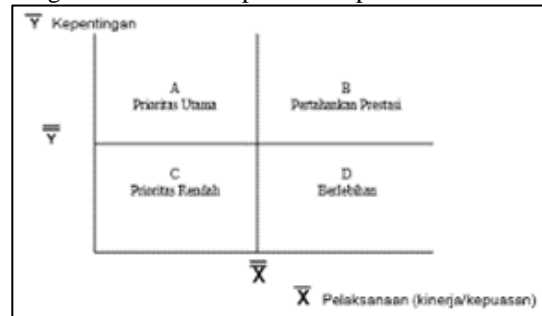
Yi : rata-rata skor tingkat kepentingan

$\sum Xi$: total skor untuk tingkat kepuasan

$\sum Yi$: total skor untuk tingkat kepentingan

n : jumlah responden

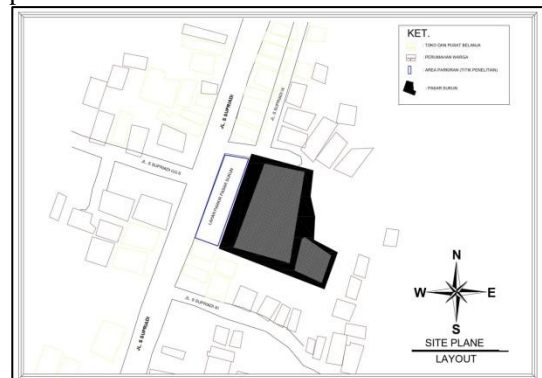
Diagram Kartesius digunakan untuk mengetahui indikator jasa pelayanan yang memuaskan atau tidak memuaskan konsumen. Diagram Kartesius dapat dilihat pada **Gambar 2**.



Gambar 2. Diagram Kartesius

Kondisi Eksisting Pasar Sukun

Pasar Sukun merupakan salah satu pasar tradisional yang terletak di Kota Malang tepat berada di antara jalan S. Supriadi, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur. Luas lahan Pasar Sukun yaitu, 3.170 m². Letak Pasar Sukun termasuk di dalam wilayah Kecamatan Sukun yang letaknya berada di bagian Tenggara, dengan peruntukan lahan sebagai perdagangan dan jasa. *Site Plan* Pasar Sukun dapat dilihat pada **Gambar 3**.



Gambar 3. Site plan Pasar Sukun

Kondisi Sarana Prasarana Pasar Sukun

Los adalah bangunan yang besar dan memanjang, dilengkapi atap namun biasanya tidak dilengkapi dinding atau penyekat, bangunan ini biasanya dibagi kedalam banyak petak. Pada Pasar Sukun terdapat 270 los dengan ukuran panjang 1,80 meter dan lebar 1 meter.

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang

Los yang terdapat pada Pasar Sukun cukup besar, jumlah los lebih banyak dibanding dengan jumlah kios, untuk los yang terpakai di Pasar Sukun sekitar \pm 75 los. Pada setiap los dan kios diberi keterangan no dan nama pemilik yang dipasang pada setiap tempat penjualan.

Kios adalah bangunan permanen di area pasar yang beratap dan dipisahkan satu dengan yang lainnya dengan pemisah mulai dari lantai sampai dengan langit-langit yang dipergunakan untuk usaha berjualan. Kios pada Pasar Sukun menjual berbagai macam kebutuhan seperti sembako, pakaian, perhiasan emas, dll. Kios yang terdapat pada Pasar Sukun berjumlah 24 kios dimana semua kios masih aktif digunakan oleh penjual. Kondisi kios Pasar Sukun dapat dilihat pada **Gambar 4**.



Gambar 4. Kondisi kios Pasar Sukun

Tempat parkir yang ada di Pasar Sukun Kota Malang cukup luas, akan tetapi sarana yang diberikan kepada masyarakat dialihfungsikan seperti digunakan untuk berdagang, digunakan untuk melakukan bongkar muat, sehingga tidak kelihatan tertata dengan rapi. Area parkir pada Pasar Sukun seperti **Gambar 5**.



Gambar 5. Area parkir Pasar Sukun

Akses jalan pada Pasar Sukun bagian luar maupun dalam Pasar Sukun luas dan dapat dengan mudah dilalui oleh masyarakat pengunjung pasar untuk dapat berjalan ke berbagai arah.

Pada Pasar Sukun digunakan lampu untuk menerangi pencahayaan di malam hari dimana lampu yang terdapat pada Pasar Sukun dipasang pada setiap los yang ada, akan tetapi ada beberapa lampu yang sudah rusak dan tidak berfungsi lagi untuk pencahayaan.

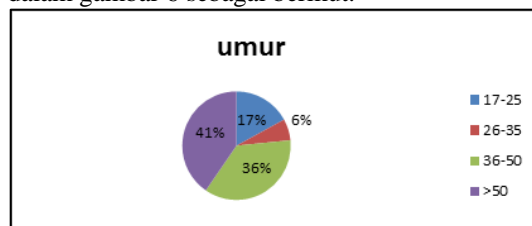
Air yang digunakan pada Pasar Sukun adalah air yang berasal dari PDAM Kota Malang. Air di Pasar Sukun sendiri digunakan baik untuk mencuci sayuran, daging, untuk mencuci tangan, membersihkan los, digunakan pada toilet, dll.

Karakteristik Responden

Karakteristik masyarakat Pengunjung Pasar Sukun Kota Malang ditampilkan pada tabel dan gambar, serta penjelasannya berikut:

Variabel Usia

Variabel ini digunakan untuk mengetahui karakteristik pengunjung Pasar Sukun Kota Malang. Berdasarkan umur, kelompok umur dibagi dalam lima tingkat, yaitu umur 17-25 tahun, umur 26-35 tahun, umur 36-50 tahun, dan umur di atas 50 tahun. Hasil analisis ditampilkan dalam gambar 6 sebagai berikut.



Gambar 6. Karakteristik usia masyarakat pengunjung pasar Sukun kota Malang

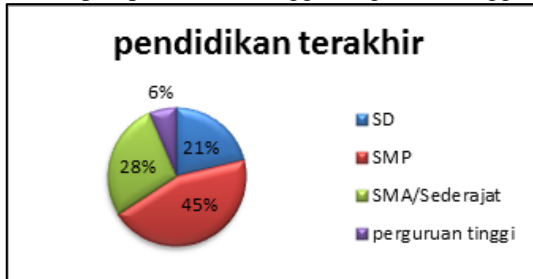
Karakteristik usia diketahui bahwa sebesar 17% (8 orang) pengunjung Pasar Sukun Kota Malang dengan umur 17-25 tahun, sebesar 6% (3 orang) pengunjung Pasar Sukun Kota Malang dengan umur 26-35 tahun, sebesar 36% (17 orang) pengunjung Pasar Sukun Kota Malang dengan umur 36-50 tahun dan sebesar 41% (19 orang) pengunjung Pasar Sukun Kota Malang dengan umur di atas 50 tahun.

Pendidikan Terakhir

Variabel ini digunakan untuk mengetahui karakteristik pengunjung Pasar Sukun Kota Malang. Berdasarkan pendidikan terakhir, kelompok pendidikan dibagi dalam empat tingkat, yaitu Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA)/ sederajat, dan Perguruan Tinggi. Pengunjung Pasar Sukun sebesar 21% (10 orang)

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang

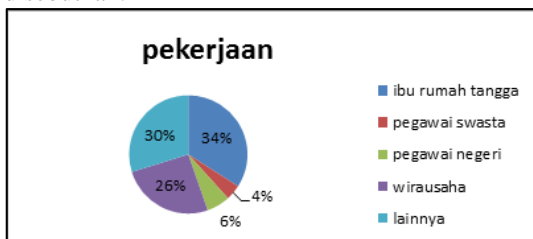
menempuh pendidikan hingga SD, sebesar 45% (21 orang) menempuh pendidikan hingga SMP, sebesar 28% (13 orang) menempuh pendidikan hingga SMA/Sederajat dan sebesar 6% (3 orang) menempuh pendidikan hingga Perguruan Tinggi.



Gambar 7. Karakteristik pendidikan terakhir masyarakat pengunjung Pasar Sukun Kota Malang

Pekerjaan

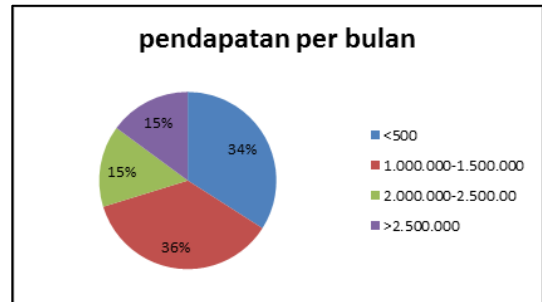
Pekerjaan pengunjung pasar Sukun Kota Malang berprofesi sebagai ibu rumah tangga yaitu sebesar 34% (16 orang). Paling sedikit pengunjung Pasar Sukun Kota Malang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil yaitu sebesar 6% (3 orang). Sedangkan 4% (2 orang) berprofesi sebagai pegawai swasta, 30% (12 orang) berprofesi sebagai wirausahawan, dan 19% (14 orang) memiliki profesi yang lain, yaitu pelajar dan mahasiswa, serta profesi lain yang tidak disebutkan.



Gambar 8. Karakteristik pekerjaan masyarakat pengunjung Pasar Sukun Kota Malang

Pendapatan per Bulan

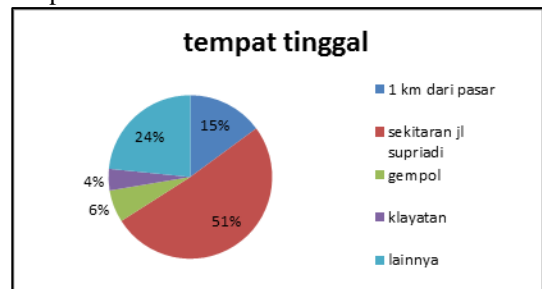
Pengunjung dengan kelompok dengan pengeluaran <Rp500.000,- paling banyak dimiliki oleh pengunjung Pasar Sukun Kota Malang yaitu sebesar 34% (16 orang). Sebesar 36% (17 orang) memiliki pengeluaran Rp.1.000.000 - Rp. 1.500.000 per bulan, sebesar 15% (tujuh orang) memiliki pengeluaran sebesar Rp. 2.000.000 – 2.500.000, sebesar 15% (7 orang).



Gambar 9. Karakteristik pendapatan per bulan masyarakat pengunjung Pasar Sukun kota Malang

Tempat Tinggal

Pengunjung Pasar Sukun Kota Malang mayoritas bertempat tinggal sekitaran \pm 1 km dari Pasar Sukun dengan persentase sebesar 15% (7 orang). Sebesar 51% (24 orang) bertempat tinggal di sekitaran Pasar Sukun Jl. Supardi gang 9 dll, sebesar 6% (3 orang) bertempat tinggal di Kecamatan Gempol, sebesar 4% (2 orang) bertempat tinggal di Kecamatan Klayatan dan sebesar 24% (11 orang) datang dari berbagai tempat.



Gambar 10. Karakteristik tempat tinggal masyarakat pengunjung Pasar Sukun Kota Malang

Sarana Transportasi

Pengunjung Pasar Sukun Kota Malang mayoritas menggunakan sarana transportasi dengan berjalan kaki untuk menuju ke pasar dengan persentase sebesar 32% (15 orang). Sebesar 68% (32 orang) berjalan kaki.

Frekuensi Berkunjung ke Pasar Sukun Kota Malang

Pengunjung Pasar Sukun Kota Malang mayoritas berkunjung ke Pasar Sukun sebanyak kurang dari 1-2 hari dalam seminggu dengan persentase sebesar 21% (10 orang). Sebanyak 21% (10 orang) berkunjung 3-4 kali dalam seminggu, dan 58% (27 orang) berkunjung lebih dari lima kali dalam seminggu.

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang



Gambar 11. Frekuensi berkunjung ke Pasar Sukun Kota Malang

Analisis Diagram Kartesius

Pada analisa tingkat kepuasan masyarakat terhadap Sarana Prasarana Pasar Sukun Kota Malang dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Analisa Tingkat Kepuasan

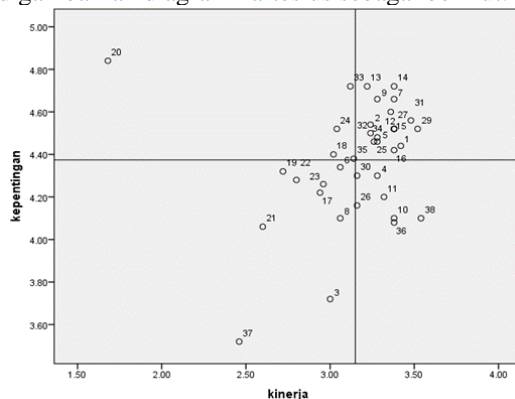
No	Dimensi	Kinerja	Keputusan
I Harga			
a.	Harga barang atau produk terjangkau	3.42	4.44
b.	Harga barang atau produk sesuai kualitas	3.24	4.54
c.	Harga produk yang diperdagangkan bersaing antar sesama penjual	3.00	3.72
d.	Harga produk memiliki manfaat yang sesuai	3.28	4.30
Rata-rata		3.24	4.25
II Kualitas produk			
a.	Produk /barang yang dijual berkualitas	3.28	4.46
b.	Produk memiliki jaminan atau garansi	3.06	4.34
Rata-rata		3.17	4.40
III Kualitas pelayanan			
1 Reability			
a.	Kondisi keamanan struktur bangunan gedung	3.38	4.66
b.	Produk yang dijual bervariasi	3.06	4.10
c.	Kenyamanan dan keamanan bertransaksi di dalam pasar	3.28	4.66
d.	Informasi standar harga produk/barang	3.38	4.10
Rata-rata		3.28	4.38
2 Assurance			
a.	Pedagang menguasai tentang informasi produk yang dijual	3.32	4.20
b.	Pedagang menawarkan barang/produk dengan jujur,ramah dan sopan	3.36	4.60
c.	Tingkat kebersihan dan kesegaran barang	3.22	4.72

d.	Kenyamanan dan keamanan saat berada di pasar	3.38	4.72
Rata-rata		3.32	4.56
3 Tangible			
a.	Ruangan pasar bersih dan rapi (kios dibagi berdasarkan jenis barang, tersedia tempat sampah, terdapat petugas kebersihan setiap saat	3.38	4.52
b.	Lokasi pasar strategis/mudah dijangkau	3.38	4.42
c.	Lokasi parkir yang luas dan pengelolaan parkir yang baik	2.94	4.22
d.	Fasilitas untuk pembeli memadai (tempat cuci tangan, pos ukur ulang, toilet, pos kesehatan, area merokok dan tempat peribadatan	3.02	4.40
e.	Aksebilitas pengunjung(lebar koridor/gangway/lorong yang memadai dan kios-kios yang mudah dijangkau	2.72	4.32
f.	Fasilitas pos keamanan (CCTV, tabung pemadam kebakaran, titik kumpul ketika terjadi bencana dan petunjuk arahnya	1.68	4.84
g.	Fasilitas area penghijauan / taman dan gasebo	2.60	4.06
h.	Sirkulasi udara pada ruangan pasar	2.80	4.28
i.	Pedagang yang berpenampilan bersih dan rapi	2.96	4.26
Rata-rata		2.83	4.37
4 Empathy			
a.	Perhatian dan kesungguhan pedagang dalam merespon permintaan pengunjung	3.04	4.52
b.	Pedagang memberikan pelayanan yang sama terhadap pengunjung tanpa memandang status sosial	3.26	4.46
c.	Jam buka/ beroperasinya Pasar Sukun	3.16	4.16
Rata-rata		3.15	4.38
5 Responsiveness			
a.	Respon pedagang dalam melayani pembeli	3.16	4.52
b.	Respon pedagang dalam menanggapi permintaan dan keluhan pelanggan	3.38	4.52
Rata-rata		3.20	4.31
IV Kepuasan konsumen			
a.	Pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengunjung	3.52	4.52
b.	Kemampuan yang dimiliki pedagang dalam melayani pengunjung	3.16	4.3
c.	Keramahan dan kesopanan pedagang kepada pembeli	3.48	4.56
d.	Fasilitas yang disediakan oleh Pasar Sukun	3.24	4.5

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang

e.	Keamanan, kenyamanan, dan kebersihan Pasar Sukun	3.12	4.72
f.	Fasilitas yang disediakan oleh Pasar Sukun	3.28	4.48
g.	Harga dan kualitas produk di Pasar Sukun	3.14	4.38
Rata-rata		3.28	4.49
V Kepuasan konsumen			
a.	Pembeli memiliki kepuasan dan memiliki kemampuan berbelanja secara berulang atau secara terus menerus di Pasar Sukun	3.38	4.08
b.	Pelanggan merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di Pasar Sukun	2.46	3.52
c.	Rutinitas berbelanja di Pasar Sukun	3.54	4.1
Rata-rata		3.13	3.90
Rata-rata		3.17	4.34

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 3,17 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 4,34. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi ke dalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk item yang nilai kinerja kurang dari 3,17 dan nilai kepentingannya di atas 4,34. Untuk Kuadran B, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja di atas 3,17 dan nilai kepentingannya di atas 4,34. Untuk kuadran C yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 3,17 dan nilai kepentingannya kurang dari 4,34. Sedangkan pada kuadran D berisi item-item yang memiliki nilai kinerja lebih dari 3,17 tetapi nilai kepentingannya kurang dari 4,34. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut:



Gambar 12. Dimensi Kuadran

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingan konsumen cukup tinggi. Variabel-variabel ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen, sedangkan kinerjanya masih belum memuaskan. Untuk kasus di atas variabel-variabel yang ada dalam kuadran A adalah :

- Variabel 6, produk memiliki garansi jaminan atau garansi
- Variabel 18, kenyamanan dan keamanan saat berada di pasar
- Variabel 20, fasilitas pos keamanan (CCTV, tabung pemadam kebakaran, titik kumpul ketika terjadi bencana dan petunjuk arahnya)
- Variabel 24, perhatian dan kesungguhan pedagang dalam merespon permintaan pengunjung
- Variabel 33, keamanan, kenyamanan dan kebersihan Pasar Sukun

Strategi yang dapat dilakukan adalah memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau *performance* pada ketiga variabel ini yaitu dengan cara meningkatkan hal-hal yang dibutuhkan konsumen sehingga permintaan konsumen kurang dapat dipenuhi secara memuaskan.

2. Kuadran B

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan *performance* yang tinggi pula. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran B ini adalah :

- Variabel 1, harga barang atau produk terjangkau pembeli
- Variabel 2, harga barang atau produk sesuai dengan kualitas
- Variabel 5, produk atau barang yang dijual berkualitas
- Variabel 7, kondisi keamanan struktur bangunan gedung
- Variabel 9, kenyamanan dan keamanan bertransaksi di dalam pasar
- Variabel 12, pedagang menawarkan barang atau produk dengan jujur, ramah dan sopan
- Variabel 13, tingkat kebersihan dan kesegaran barang

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang

- Variabel 14, kenyamanan dan keamanan saat berada di pasar
 - Variabel 16, lokasi pasar strategis dan mudah dijangkau
 - Variabel 25, pedagang memberikan pelayanan yang sesama terhadap pengunjung tanpa memandang status sosial
 - Variabel 27, respon pedagang dalam melayani pembeli
 - Variabel 29, pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengunjung
 - Variabel 31, keramahan dan kesopanan pedagang kepada pembeli
 - Variabel 32, fasilitas yang disediakan oleh pasar Sukun
 - Variabel 34, fasilitas yang disediakan oleh Pasar Sukun
 - Variabel 35, harga dan kualitas produk di Pasar Sukun
- Strateginya pasar harus dapat mempertahankan keempat variabel di atas yang telah dinilai oleh konsumen sebagai pelayanan yang memuaskan. Selain itu dalam penampilan pasar ini sudah tergolong bagus, dimana interior dan eksterior yang terlihat rapi, serta tata ruang dan sistem penataan barang yang cukup baik.

3. Kuadran C

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan konsumen rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen ketika menggunakan kualitas pelayanan. Variabel yang ada pada kuadran ini adalah :

- Variabel 3, harga produk yang diperdagangkan bersaing antar sesama penjual
 - Variabel 8, produk yang dijual bervariasi
 - Variabel 17, lahan parkir yang luas dan pengelolaan parkir yang baik
 - Variabel 19, aksesibilitas pengunjung (lebar koridor atau gangway atau lorong yang memadai, kios-kios mudah dijangkau)
 - Variabel 22, sirkulasi udara Pasar Sukun
 - Variabel 23, pedagang yang berpenampilan bersih dan rapi
 - Variabel 37, pedagang merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di Pasar Sukun
- Strateginya perusahaan harus memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada variabel di atas, karena ketidakpuasan konsumen pada umumnya berawal dari variabel-variabel

ini. Walaupun perhatian telah diberikan kepada setiap konsumen.

4. Kuadran D

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki kinerja yang menurut konsumen sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu tinggi. Variabel yang ada dalam kuadran ini adalah:

- Variabel 4, harga produk memiliki manfaat yang sesuai
 - Variabel 10, informasi standar harga produk atau barang
 - Variabel 11, pedagang menguasai tentang informasi produk yang dijual
 - Variabel 26, jam buka pasar atau beroperasinya pasar
 - Variabel 30, kemampuan yang dimiliki pedagang dalam melayani pengunjung
 - Variabel 36, pembeli memiliki kepuasan dan memiliki kemauan untuk berbelanja secara berulang atau terus-menerus di Pasar Sukun
 - Variabel 38, rutinitas berbelanja di pasar
- Strateginya pihak pasar harus mempertimbangkan kembali variabel di atas karena dirasakan terlalu berlebihan. Sebaiknya kinerja yang ada pada kelima variabel di atas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena konsumen tidak begitu mementingkan pelayanan pada variabel tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa variabel yang dirasa sangat dipentingkan oleh konsumen tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu variabel-variabel yang berada pada kuadran A.

Analisis Diagram Kartesius Per Dimensi

Analisis *Importance - Performance Matrix* didasarkan pada koordinat kartesius antara kinerja Pasar Sukun terhadap kepentingan pada keseluruhan dimensi yang ada. Hasil indeks kinerja dan indeks kepentingan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Koordinat *importance performance* analisis per dimensi

Dimensi	Kinerja/kepuasan	Harapan/kepentingan
Harga	3.24	4.25
Kualitas produk	3.17	4.40
Reability	3.28	4.38
Assurance	3.32	4.56
Tangible	2.83	4.37
Empathy	3.15	4.38
Responsiveness	3.19	4.31
Kepuasan Konsumen	3.28	4.49
Loyalitas	3.13	3.90
Rata-rata	3.16	4.34

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 3,16 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 4,34.

Perhitungan Tingkat Kesesuaian Per Item Atribut Komitmen

Kinerja atau kepuasan Item 1

Sebagai contoh pada item pertanyaan I, dengan skor kinerja (Xi) = 3,42 dan skor kepentingan (Yi) sebesar 4,44 maka besarnya tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{3,42}{4,44} \times 100\%$$

$$= 77,03 \%$$

Hasil selengkapnya tingkat kesesuaian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Tingkat kesesuaian harapan dan kinerja Pasar Sukun Kota Malang

No	Dimensi	Kinerja	Kepentingan	Kesesuaian
I Harga				
a.	Harga barang atau produk terjangkau	3.42	4.44	77.03%
b.	Harga barang atau produk sesuai kualitas	3.24	4.54	71.37%
c.	Harga produk yang diperdagangkan bersaing antar sesama penjual	3.00	3.72	80.65%
d.	Harga produk memiliki manfaat yang sesuai	3.28	4.30	76.28%
Rata-rata		3.24	4.25	76.33%
II Kualitas produk				
a.	Produk /barang yang dijual berkualitas	3.28	4.46	73.54%
b.	Produk memiliki jaminan atau garansi	3.06	4.34	70.51%
Rata-rata		3.17	4.40	72.02%
III Kualitas pelayanan				
1 Reability				
a.	Kondisi keamanan struktur bangunan gedung	3.38	4.66	72.53%
b.	Produk yang dijual bervariasi	3.06	4.10	74.63%
c.	Kenyamanan dan keamanan bertransaksi di dalam pasar	3.28	4.66	70.39%
d.	Informasi standar harga produk/barang	3.38	4.10	82.44%
Rata-rata		3.28	4.38	75.00%
2 Assurance				
a.	Pedagang menguasai tentang informasi produk yang dijual	3.32	4.20	79.05%

b.	Pedagang menawarkan barang/produk dengan jujur, ramah dan kesegaran barang	3.36	4.60	73.04%
c.	Tingkat kebersihan dan kesegaran barang	3.22	4.72	68.22%
d.	Kenyamanan dan keamanan saat berada di pasar	3.38	4.72	71.61%
Rata-rata		3.32	4.56	72.98%
3 Tangible				
a.	Ruangan pasar bersih dan rapi (kios dibagi berdasarkan jenis barang,tersedia tempat sampah, terdapat petugas kebersihan setiap saat	3.38	4.52	74.78%
b.	Lokasi pasar strategis/mudah dijangkau	3.38	4.42	76.47%
c.	Lokasi parkir yang luas dan pengelolaan parkir yang baik	2.94	4.22	69.67%
d.	Fasilitas untuk pembeli memadai (tempat cuci tangan, pos ukur ulang, toilet, pos kesehatan, area merokok dan tempat peribadatan	3.02	4.40	68.64%
e.	Akseibilitas pengunjung(lebar koridor/gangway/lorong yang memaadai dan kios-kios yang mudah dijangkau	2.72	4.32	62.96%
f.	Fasilitas pos keamanan (CCTV, tabung pemadam kebakaran, titik kumpul ketika terjadi bencana dan petunjuk arahnya	1.68	4.84	34.71%
g.	Fasilitas area penghijauan / taman dan gasebo	2.60	4.06	64.04%
h.	Sirkulasi udara pada ruangan pasar	2.80	4.28	65.42%
i.	Pedagang yang berpenampilan bersih dan rapi	2.96	4.26	69.48%
Rata-rata		2.83	4.37	65.13%
4 Empathy				
a.	Perhatian dan kesungguhan pedagang dalam merespon permintaan pengunjung	3.04	4.52	67.26%
b.	Pedagang memberikan pelayanan yang sama terhadap pengunjung tanpa memandang status sosial	3.26	4.46	73.09%
c.	Jam buka/ beroperasinya Pasar Sukun	3.16	4.16	75.96%
Rata-rata		3.15	4.38	72.10%
5 Responsiveness				

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang

a.	Respon pedagang dalam melayani pembeli	3.16	4.52	69.91%
b.	Respon pedagang dalam menanggapi permintaan dan keluhan pelanggan	3.38	4.52	74.78%
Rata-rata		3.20	4.31	72.35%
IV Kepuasan konsumen				
a.	Pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengunjung	3.52	4.52	77.88%
b.	Kemampuan yang dimiliki pedagang dalam melayani pengunjung	3.16	4.3	73.49%
c.	Keramahan dan kesopanan pedagang kepada pembeli	3.48	4.56	76.32%
d.	Fasilitas yang disediakan oleh Pasar Sukun	3.24	4.5	72.00%
e.	Keamanan, kenyamanan, dan kebersihan Pasar Sukun	3.12	4.72	66.10%
f.	Fasilitas yang disediakan oleh Pasar Sukun	3.28	4.48	73.21%
g.	Harga dan kualitas produk di Pasar Sukun	3.14	4.38	71.69%
Rata-rata		3.28	4.49	72.96%
v Kepuasan konsumen				
a.	Pembeli memiliki kepuasan dan memiliki kemampuan berbelanja secara berulang atau secara terus menerus di Pasar Sukun	3.38	4.08	82.84%
b.	Pelanggan merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di Pasar Sukun	2.46	3.52	69.89%
c.	Rutinitas berbelanja di Pasar Sukun	3.54	4.1	86.34%
Rata-rata		3.13	3.90	79.69%
Rata-rata		3.17	4.34	72.94%

I. Harga

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi harga seperti tabel di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar harga belum memberikan kepuasan bagi masyarakat.

II. Kualitas produk

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi kualitas produk seperti tabel di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas produk dari Pasar Sukun Kota Malang belum memberikan kepuasan bagi masyarakat. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi kualitas produk masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar **72.02%**, dimana

nilai tersebut masih dibawah 100%. Kecuali pada item produk/barang yang dijual berkualitas yang memiliki tingkat kesesuaian rata-rata di atas **72.02%**

III. Kualitas pelayanan

a. Reliability

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi *reliability* seperti tabel di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi *Reliability* belum memberikan kepuasan bagi masyarakat. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi *Empathy* masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar **75.00%**, dimana nilai tersebut masih dibawah 100%. Hal ini juga didukung dari hasil analisis tingkat kesesuaian per item yang seluruhnya memiliki nilai tingkat kesesuaian dibawah 100%, sehingga 4 item pada dimensi *emphaty* belum mampu memberikan kepuasan bagi masyarakat.

b. Assurance

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi *Assurance* seperti pada tabel di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi *Assurance* belum memberikan kepuasan bagi masyarakat. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi *Assurance* masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar **72.98%**, dimana nilai tersebut masih dibawah 100 %, sehingga 4 item pada dimensi *emphaty* belum mampu memberikan kepuasan bagi masyarakat.

c. Tangible

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi *tangible* seperti pada tabel di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi *Tangible* belum memberikan kepuasan bagi masyarakat. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi *Tangible* masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar **65.13%**, dimana nilai tersebut masih di bawah 100%. Bahkan seluruh item tingkat kesesuaiannya di bawah 95%, sehingga belum mendekati tingkat kepuasan bagi masyarakat. Hal ini juga didukung dari hasil analisis tingkat kesesuaian per item yang seluruhnya memiliki nilai tingkat kesesuaian di bawah 100%, sehingga 9 item pada dimensi *emphaty* belum mampu memberikan kepuasan bagi masyarakat.

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang

d. Empathy

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi *emphaty* seperti pada tabel di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi *emphaty* belum memberikan kepuasan bagi masyarakat. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi empati masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar **72.10%** , dimana nilai tersebut masih di bawah 100%. Hal ini juga didukung dari hasil analisis tingkat kesesuaian per item yang seluruhnya memiliki nilai tingkat kesesuaian di bawah 100%, sehingga 3 item pada dimensi *emphaty* belum mampu memberikan kepuasan bagi masyarakat.

e. Responsiveness

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi *responsiveness* seperti tabel di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas di masyarakat. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi *Emphaty* masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar **72.35%**, dimana nilai tersebut masih di bawah 100%.

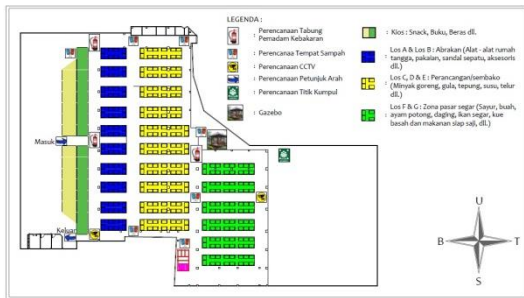
Tabel 4. Solusi peningkatan sarana dan prasarana

No	Variabel	Solusi
1.	Produk memiliki jaminan atau garansi	Perlu diadakan jaminan atau garansi sesingga masyarakat merasa barang yang dibeli berkualitas baik,a gar masyarakat tidak merasa dirugikan
2.	Fasilitas pos keamanan (CCTV, tabung pemadam kebakaran, titk kumpul ketika terjadi bencana dan petunjuk arahnya	<p>Perlu diadakan CCTV di beberapa titik pada Pasar Sukun, seperti pada pintu keluar masuk Pasar Sukun dan pada bagian dalam belakang pasar, sehingga CCTV dapat memantau ke seluruh area dalam pasar</p> <p>Harus ada perhatian khusus dari pengelola pasar untuk menyediakan tabung kebakaran di beberapa titik yang mudah dilihat dan dijangkau contohnya diletakkan di dinding dekat dengan pos keamanan, diletakan di kanan dan dan kiri jalur keluar masuk pasar, sehingga mudah dilihat oleh masyarakat</p> <p>Dari pihak pengelola pasar harus menyediakan titik kumpul terjdi bencana, tempatnya pun harus benar-benar aman, sehingga saat terjadi bencana yang tidak diinginkan, tidak ada korban jiwa</p> <p>Perlu dibuat petunjuk arah agar pengunjung pasar langsung membeli barang yang diinginkan. Contoh adanya papan petunjuk antara dagangan basah dan dagangan kering</p>

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang

3.	Perhatian dan kesungguhan pedagang dalam merespon permintaan pengunjung	Sebaiknya pedagang harus mengutamakan aspek pelayanan dan kesanggupan dalam merespon setiap permintaan pengunjung pasar, agar pembeli merasa dilayani secara baik dan memiliki kemauan untuk berbelanja secara berulang-ulang	5.	Kenyamanan dan keamanan bertransaksi di dalam pasar	Perlu dipertahankan dan bila perlu ditingkatkan keamanan dan kenyamanan di dalam pasar dengan menyediakan CCTV untuk memantau aktivitas pasar
4.	Kenyamanan dan keamanan saat berada di pasar	Dari pegelola pasar harus segera mengatasi masalah kenyamanan dan keamanan pasar, contohnya harus mengatasi atau memperbaiki atap pasar, sehingga pada saat hujan air tidak lagi masuk kedalam pasar, menyediakan kamera pengintai, untuk mencegah hal yang tidak diinginkan Memberi sanksi pada setiap pembeli maupun pedagang yang memarkirkan kendaraan di dalam pasar	6.	Pedagang menawarkan barang atau produk dengan jujur, ramah dan sopan	Perlu dipertahankan sikap pedagang yang menawarkan barang atau produk dengan jujur, ramah dan sopan tanpa memandang derajat sosial maka komunikasi interpersonal akan berlangsung secara adil, transparan, dua arah dan dapat diterima oleh semua pembeli
5.	Fasilitas untuk pembeli pos ukur ulang, pos kesehatan, area merokok	Perlu diadakan pos ukur ulang pada Pasar Sukun, untuk mencegah kecurangan dalam membeli suatu produk atau barang Pihak pengelola pasar harus menyediakan pos ukur ulang dan menempatkannya di depan atau jalur keluar pasar, sehingga mudah dilihat <u>penjual atau pengujung pasar</u> Pengelola pasar harus menyediakan area merokok, sehingga tidak menimbulkan polusi, pengelola pasar juga harus memberikan teguran keras bagi para pengujung pasar yang merokok di dalam pasar atau gazebo dan harus ada kesadaran dari masyarakat untuk tidak merokok di dalam pasar atau di gazebo	7.	Tingkat kebersihan dan kesegaran barang	Perlu dipertahankan tingkat kebersihan dan kesegaran barang dimana dengan menyediakan lebih banyak tempat sampah
Kuadran B			8.	Kenyamanan dan keamanan saat berada di pasar	Perlu dipertahankan kenyamanan dan keamanan saat berada di pasar
1.	Harga barang atau produk terjangkau pembeli	Perlu dilakukan strategi pemasaran harga dimana terdapat diskon atau penawaran	9.	Lokasi pasar strategis dan mudah dijangkau	Perlu dipertahankan mengenai lokasi suatu tempat umum yang strategis sehingga mudah dijangkau, dimana pasar tersebut berada di jalan umum dan mempunyai lahan yang luas dan nyaman untuk berbelanja
2.	Harga barang atau produk sesuai dengan kualitas	Perlu dipertahankan kualitas yang ada atau ditingkatkan kepentingan	10.	Pedagang memberikan pelayanan yang sama terhadap pengunjung tanpa memandang status sosial	Perlu dipertahankan terkait pedagang memberikan pelayanan yang sama terhadap pengunjung tanpa memandang status sosial
3.	Produk atau barang yang dijual berkualitas	Perlu dipertahankan atau ditingkatkan lagi kualitas produk atau barang	11.	Respon pedagang dalam melayani pembeli	Perlu dipertahankan respon pedagang dalam melayani pembeli yang baik dan ramah
4.	Kondisi keamanan struktur bangunan gedung	Dipertahankan dan perlu ditingkatkan dengan membuat pasar menjadi bersih, tertib, rapih dan aman	12.	Pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengunjung	Perlu dipertahankan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengunjung agar dapat memberikan kepuasan bagi pembeli karena tidak menunggu lama
			13.	Keramahan dan kesopanan pedagang kepada pembeli	Perlu dipertahankan keramahan dan kesopanan pedagang kepada pembeli, sehingga membuat pembeli puas dan senang untuk berbelanja secara berulang di Pasar Sukun
			14.	Fasilitas yang disediakan oleh Pasar Sukun	Perlu dipertahankan dan jika bisa dilengkapi fasilitas yang kurang agar dapat memberikan kelancaran aktivitas pada pasar

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun Kota Malang



Gambar 13. Gambar perencanaan sarana prasarana Pasar Sukun

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada kajian penelitian ini, maka dapat disimpulkan berdasarkan dari analisis deskriptif dalam penelitian ini maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang berbelanja di Pasar Sukun adalah wanita, sedangkan dilihat dari umur lebih banyak mereka yang berumur 40-60 tahun dan kebanyakan status mereka sudah menikah. Sedangkan dari tingkat pendidikan, mereka tergolong pada tingkatan menengah pertama, sehingga selain sebagian besar masyarakat adalah masyarakat asli yang sehari-hari berbelanja di pasar tersebut dengan alasan letak pasar strategis dan dekat dengan tempat tinggal. Adapun rata-rata masyarakat memiliki tingkat pendapatan di atas Rp 1.000.000.

Diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 3,16 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 4,34. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi ke dalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk item yang nilai kinerja kurang dari 3,16 dan nilai kepentingannya di atas 4,34. Untuk Kuadran B, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja di atas 3,16 dan nilai kepentingannya di atas 4,34. Untuk kuadran C yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 3,16 dan nilai kepentingannya kurang dari 4,34. Sedangkan pada kuadran D berisi item-item yang memiliki nilai kinerja lebih dari 3,16 tetapi nilai kepentingannya kurang dari 4,34.

Saran

Berdasarkan dari kesimpulan perlu ditindaklanjuti dengan peningkatan sarana prasarana untuk menuju standar pasar sesuai SNI.

Daftar Rujukan

- Aryani, D. (2011). Efek pendapatan pedagang tradisional dari ramainya kemunculan minimarket di kota malang. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 2(2).
- Kistanti, N. R., & Karsinah, K. (2020). The Existence of Traditional Markets After Revitalization in Semarang Municipality. *Efficient: Indonesian Journal of Development Economics*, 3(3), 972-982.
- Kotler, P. (2000). Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen. *Jakarta: Prenhalindo*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). Manajemen pemasaran jasa.
- Minarni, E. (2016). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pasar Tradisional Besuki Tulungagung. *BENEFIT*, 3(1), 45-58.
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2019). Importance-performance analysis based SWOT analysis. *International journal of information management*, 44, 194-203.
- Sadino, J. A. S., & Syahbana, J. A. (2014). Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan (Studi Kasus: Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta). *J. Pembang. Wil. Kota*, 10, 205-17.
- Schipmann, C., & Qaim, M. (2011). Modern food retailers and traditional markets in developing countries: Comparing quality, prices, and competition strategies in Thailand. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 33(3), 345-362.
- Shofa, I., & Nugroho, D. (2018). Pertumbuhan dan Strategi pengembangan ekonomi kreatif Kota Malang. *PANGRIPTA Jurnal Ilmiah Kajian Perencanaan Pembangunan*, 1(1), 75-85.
- Sumantri, B., Haryono, S., & Firmansyah, I. (2020). Sustainability Status and Optimization of the Public Market Performance. *Journal of Research and Opinion*, 7(4), 2692-2698.
- Susilo, D. (2015). Dampak operasi pasar modern terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di kota Pekalongan. *Pena Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*, 20(1).
- Pemerintah Republik Indonesia (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia

Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Sarana Dan Prasarana Pasar Sukun
Kota Malang

Nomor 29 Tahun 2021 tentang
Penyelenggaraan Bidang Perdagangan.
Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer
Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia
Pustaka Utama, Jakarta