

## ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TIDAK BERFUNGSI PASAR TRADISIONAL DESA NANIA KECAMATAN BAGUALA

Hardi Arfandi Nakul<sup>1)</sup>, Stevianus Titaley<sup>2)</sup>, Willem D. Nanlohy<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> S1 Perencanaan wilayah Dan Kota , Fakultas Teknik, Universitas Pattimura  
Email : [hardinakul07@gmail.com](mailto:hardinakul07@gmail.com)

<sup>2)</sup> Jurusan Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Pattimura  
Email: [stevi\\_74@yahoo.com](mailto:stevi_74@yahoo.com)

<sup>3)</sup> Jurusan Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Pattimura  
Email: [nanlohywillem@gmail.com](mailto:nanlohywillem@gmail.com)

**Abstrak.** Pada Saat ini Pasar di Kota Ambon berjumlah 20 pasar(SIMDATIK Kota Ambon) salah satunya yaitu pasar Nania. Pasar Nania diresmikan oleh pemerintah kota Ambon pada tahun 2008. Pasar ini sempat menjadi tempat transaksi jual beli oleh masyarakat akan tetapi pasar ini sudah tidak berfungsi sejak tahun 2013. beberapa penjual ada yang pindah ke pasar yang lain seperti pasar Perumnas Waiheru. Berkaitan dengan hal ini, maka akan di cari faktor faktor yang mempengaruhi tidak berfungsinya Pasar Nania dan persepsi masyarakat terhadap Pasar Nania. Untuk metode analisis data yang digunakan menggunakan pendekatan survey, penyebaran kuisioner metode analisis deskriptif kualitatif dan metode deskriptif kuantitatif untuk hasil kuisioner dalam bentuk skala pengukuran/skalalikert dengan analisis skoring. Hasilnya faktor yang mempengaruhi masyarakat tidak berbelanja pada pasar nania yaitu faktor kelengkapan barang, sedikitnya pedagang, luas bangunan pasar yang terlalu kecil dan juga factor kenyamanan pada area pasar. karena alasan inilah masyarakat tidak pergi berbelanja di pasar Nania,

**Kata kunci :** Faktor tidak berfungsinya pasar Nania.

### 1. PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya pedagang dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dengan proses tawar-menawar. Bangunan pasar tradisional biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh pedagang maupun pengelola pasar. Kebanyakan pedagang menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, sayur-sayuran, daging, telur, buah, kue-kue, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Pada Saat ini Pasar di kota Ambon berjumlah 20 pasar (SIMDATIK kota Ambon) salah satunya yaitu pasar Nania. Luas bangunan Pasar Nania yaitu 298 m<sup>2</sup>, yang berlokasi pada Jl. Laksdaya Leo Wattimena Desa Nania kecamatan Baguala yang di mana waktu yang di tempuh dari pusat kota Ambon kurang lebih 20 menit untuk sampai ke pasar Nania. Pasar Nania diresmikan oleh pemerintah kota Ambon pada tahun 2008. Pasar ini berfungsi atau beroperasi pada tahun 2008 dan sempat menjadi tempat transaksi jual beli oleh masyarakat akan tetapi saat ini pasar ini sudah tidak berfungsi lagi karna tidak ada penjual yang berjualan di pasar ini menurut kabar pasar ini sudah tidak berfungsi sejak tahun 2013. beberapa penjual ada yang pindah ke pasar yang lain seperti pasar Perumnas Waeheru. Berdasarkan pengamatan langsung Pasar Nania masih berdiri kokoh tetapi sudah tidak ada satupun penjual yang berjualan disana dan keadaan bangunan yang sudah kotor dan sebagian bangunan yang sudah di tumbuhi tumbuhan ilalang/tumbuhan liar.

Berdasarkan uraian dan gambaran umum diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tidak berfungsinya pasar Desa Nania dengan judul “**Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tidak Berfungsinya Pasar Tradisional Desa Nania Kecamatan Baguala**”. Selanjutnya faktor-faktor yang teridentifikasi dapat dijadikan sebagai masukan bagi pihak pemerintah, agar pasar yang dibangun dapat berfungsi lagi sebagaimana mestinya atau dapat dimanfaatkan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Pasar

#### a. Pengertian Pasar dan Pasar Tradisional

Pasar mempunyai kaitan yang sangat erat dengan kegiatan ekonomi masyarakat, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Ginanjar (1980) berpendapat bahwa pasar adalah tempat untuk menjual dan memasarkan barang atau sebagai bentuk penampungan aktivitas perdagangan. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi secara langsung, bangunannya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dataran terbuka yang dibuka penjual maupun pengelola pasar. Pasar tradisional sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang elektronik dan jasa.

#### b. Lokasi Pasar

Pasar membutuhkan lahan dan lokasi yang strategis, mengingat aktivitas yang terjadi di pasar tersebut dan pentingnya peran pasar sebagai salah satu komponen pelayanan kota, daerah dan wilayah yang mengakibatkan kaitan dan pengaruh dari masing-masing unsur penunjang kegiatan perekonomian kota. Dengan letak yang strategis, akan lebih terjamin proses transaksi jual-belinya daripada pasar yang letaknya kurang strategis. Dalam hal ini harus diperhatikan faktor-faktor keramaian lalu lintas, kemungkinan tempat pemberhentian orang untuk berbelanja, keadaan penduduk di lingkungan pasar, keadaan perpustakaan dan sebagainya. Dalam hal pemilihan lokasi pembangunannya, pasar sebaiknya didirikan pada lokasi yang ramai dan luas. Pendirian pasar pada lokasi yang tidak ada aktivitas perdagangannya, sangat sulit diharapkan akan dikunjungi oleh masyarakat.

#### c. Aksesibilitas

Menurut Black (dalam Tamin, 2000), aksesibilitas adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susahya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Aksesibilitas adalah konsep yang menggabungkan sistem pengaturan tata guna lahan secara geografis dengan sistem jaringan transportasi yang menghubungkannya. Jadi dapat dikatakan di sini bahwa aksesibilitas merefleksikan jarak perpindahan di antara beberapa tempat yang dapat diukur dengan waktu dan/atau biaya yang dibutuhkan untuk perpindahan tersebut.

#### d. Wilayah Pelayanan Pasar

Dalam kegiatan ekonomi terdapat suatu istilah yaitu ambang (threshold) yang berarti jumlah minimal penduduk yang diperlukan untuk menunjang supaya suatu fungsi tertentu dapat berjalan lancar. Misalnya suatu macam prasarana atau sarana yang lebih tinggi fungsinya atau yang diperlukan oleh jumlah penduduk yang besar jumlahnya (pasar, sekolah menengah, dan sebagainya), harus terletak di wilayah yang jangkauan pelayanannya lebih luas yaitu bukan di desa tapi di kecamatan (Jayadinata, 1999).

#### e. Pengelompokan Pasar

Dengan melihat distribusi materi perdagangan, maka pasar akan memegang peranan penting dalam kegiatan ekonomi kota. Banyaknya unsur yang terlibat dalam mekanisme distribusi juga akan mengakibatkan terjadinya pengelompokan atau pengkategorian pasar. Menurut Eisner (1993) pusat perbelanjaan dapat dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan lingkup pelayanannya

#### f. Pengguna Pasar

Pengguna pasar secara umum dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu pembeli dan pedagang. Menurut Damsar (1977) pembeli dapat digolongkan menjadi: Pengunjung, yaitu mereka yang datang ke pasar tanpa mempunyai tujuan untuk membeli suatu barang atau jasa. Mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya di pasar. Pembeli, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli. Pelanggan, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa dan mempunyai tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli. Seseorang menjadi pembeli tetap dari seseorang penjual tidak terjadi secara kebetulan tetapi melalui proses interaksi sosial.

#### g. Fungsi dan Peranan Pasar

Pasar merupakan akibat dari pola kegiatan manusia yang terjadi karena adanya saling membutuhkan, sehingga terjadi pola pertukaran antara barang dan jasa. Kompleksitas kebutuhan akan mengakibatkan kompleksitas baik orang, jenis barang, cara pertukaran dan tempat yang semakin luas (Kottler & Armstrong, 2001).

### **B. Analisis Lokasi Dan Pola Keruangan**

Teori lokasi didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi. Atau dapat juga diartikan sebagai ilmu tentang lokasi secara geografis dari sumber daya yang langka, serta hubungannya atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha atau kegiatan. Secara historis, teori lokasi setidaknya berakar dari lokasi pertanian, analisis market area, lokasi industri, dan central places (Pinto). Dalam konteks kegiatan usaha, maka permasalahan lokasi akan menyangkut lokasi yang tepat untuk produksi, penjualan dan area pemasok bahan baku (Losch, 1967).

#### a. Pola Keruangan

Undang-Undang No. 26 Tahun 2007 tentang penataan ruang mendefinisikan pola ruang adalah distribusi peruntukan ruang dalam suatu wilayah yang meliputi peruntukan ruang untuk fungsi lindung dan peruntukan ruang untuk fungsi budi daya. Selain itu, terdapat istilah struktur ruang yang didefinisikan sebagai susunan pusat-pusat permukiman dan sistem jaringan prasarana dan sarana yang berfungsi sebagai pendukung kegiatan sosial ekonomi masyarakat yang secara hierarkis memiliki hubungan fungsional.

#### b. Analisis Lokasi dan Pola Keruangan

Teori lokasi pada dasarnya mempelajari preferensi/kriteria dari manusia, organisasi, firma/perusahaan (swasta dan pemerintah) dalam memilih/ memutuskan lokasi (location decision) bagi kegiatan-kegiatannya di dalam ruang. Preferensi/kriteria yang mendasari keputusan menentukan lokasi dapat dikategorikan atas ekonomi dan non ekonomi. Penempatan suatu objek dan kegiatan pada suatu lokasi akan mempengaruhi pola ruang sebelumnya. Preferensi (ekonomi, sosial budaya, psikologi, agama, politik, keamanan, dan lain-lain) akan mendasari di dalam pengambilan keputusan tentang lokasi yang dipilih. Keputusan lokasi akan membentuk pola keruangan.

#### c. Preferensi/kriteria Ekonomi

Preferensi ekonomi di dalam memilih lokasi bagi kegiatan usaha memiliki ukuran yang terukur, yaitu parameter ekonomi dengan cara memaksimalkan keuntungan (profit). Profit adalah selisih antara pendapatan (revenues) dan biaya (cost). Keuntungan (profit) yang maksimal diperoleh dari upaya memaksimalkan pendapatan (revenues) dan/atau meminimalkan biaya (cost).

#### d. Penentuan Lokasi Berdasarkan Preferensi/ kriteria Ekonomi

Didalam analisis lokasi, yaitu penentuan lokasi suatu kegiatan, digunakan preferensi ekonomi. Preferensi ekonomi, pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan (profit)

yang optimum dalam rentang waktu panjang. Keuntungan merupakan selisih antara pendapatan (revenues) dengan biaya (cost).

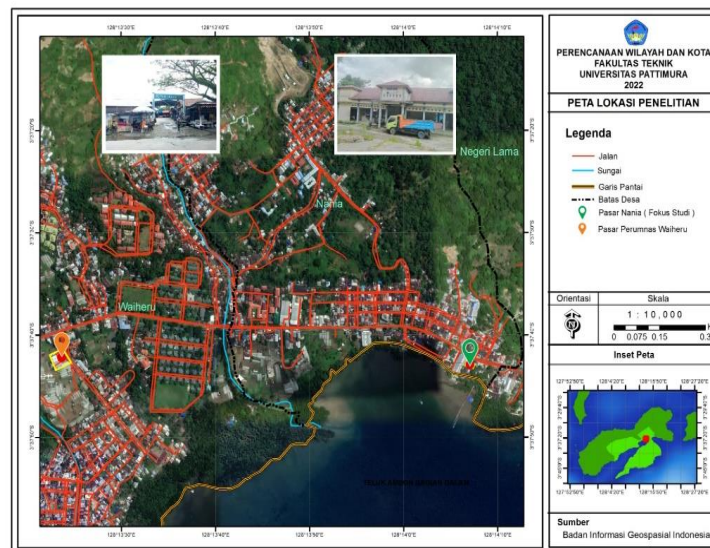
### C. Persepsi

#### a. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan suatu proses yang diterima stimulus individu melalui alat reseptor yaitu alat indera. Proses penginderaan tidak dapat lepas dari proses persepsi. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya karena individu mengenali dunia luarnya dengan menggunakan indera.

### 3. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini berada pada pasar tradisional Desa Nania Jl, Laksdyo Leo Wattimena Desa Nania Kecamatan Baguala Kota Ambon yang luas desanya sebesar 100 Ha, dengan mempunyai 3 RW dan 12 Rukun Tetangga (RT), Meliputi RW 001 (RT 001-RT 006) RW 002 (RT 007-RT 009) dan RW 003 (RT 10-RT 12) Total populasi warga Desa Nania menurut BPS tahun 2020 sebesar 4,187 jiwa. Dan pasar perumnas Waiheru Desa Waiheru kecamatan Baguala yang Luas desanya sebesar 404,82 Ha. Kecamatan Baguala terdiri dari beberapa desa yaitu Desa Waiheru, Negeri Lama, Negeri Passo, kelurahan Lateri, Desa Latta, Negeri Hallong dan Desa Nania.



Gambar 1. Peta lokasi penelitian

#### A. Metode Analisis Data

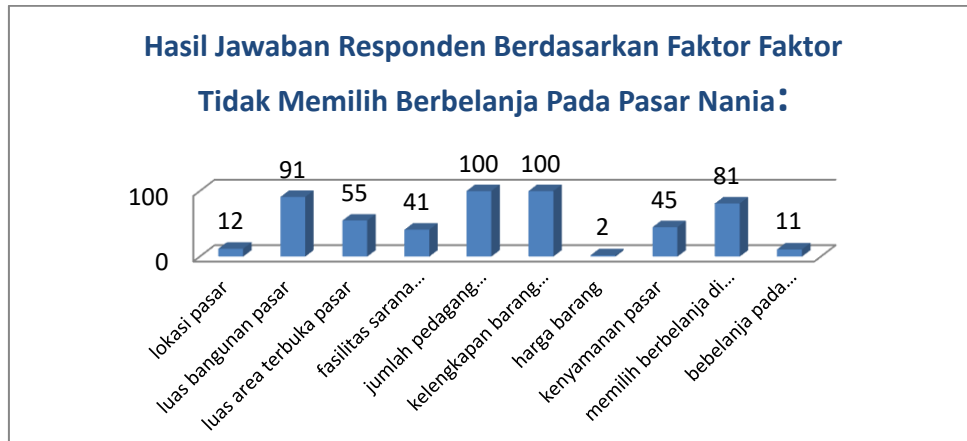
Metode analisis data yang digunakan menggunakan metode analisis deskriptif Kualitatif kuantitatif untuk mengetahui hasil pengamatan langsung di lapangan dan juga frekuensi karakteristik responden, dan frekuensi jawaban kuesioner guna untuk menuturkan pemecahan masalah. Adapun yang menjadi permasalahannya adalah faktor-faktor yang mempengaruhi tidak berfungsinya Pasar Nania. Untuk metode analisis data kuantitatif diukur melalui penyebaran kuisioner dalam bentuk skala pengukuran. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert, maka jawaban responden akan diberi skor

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Faktor Yang Mempengaruhi Tidak Berfungsinya Pasar Nania.

a. Faktor Yang Mempengaruhi Responden Tidak Berbelanja Pada Pasar Nania:

Berdasarkan indicator penelitian terdapat 10 indikator faktor faktor yang mempengaruhi responden tidak berbelanja pada pasar nania yang menyebabkan tidak berfungsinya pasar Nania yaitu

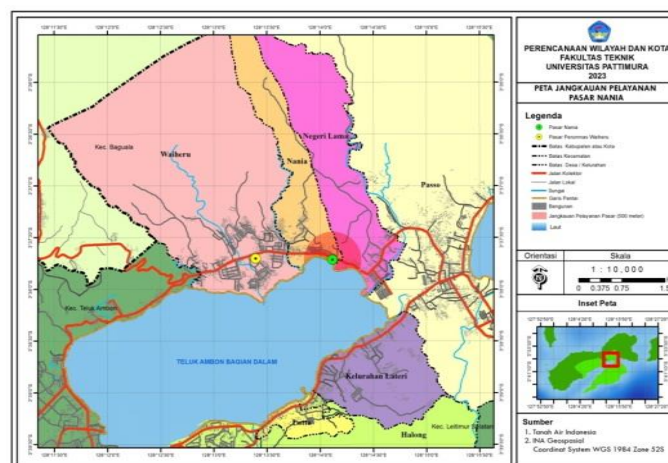


Gambar 2. Jawaban faktor tidak memilih berbelanja di pasar

Dari grafik di atas dapat disimpulkan dari jawaban responden bahwa faktor faktor yang mempengaruhi responden tidak berbelanja pada pasar Nania dari 100 responden semuanya memilih menjawab karena faktor jumlah pedagang tetap yang sedikit dan kelengkapan barang yang di jual dirasa kurang lengkap, faktor terbanyak kedua menurut responden yaitu karena luas bangunan pasar sebanyak 91 responden yang memilih alasan ini, dan jawaban terbanyak ke 3 sebanyak 81 responden memilih berbelanja pada pasar lain.

b. Jangkauan pelayanan Pasar Tradisional Nania

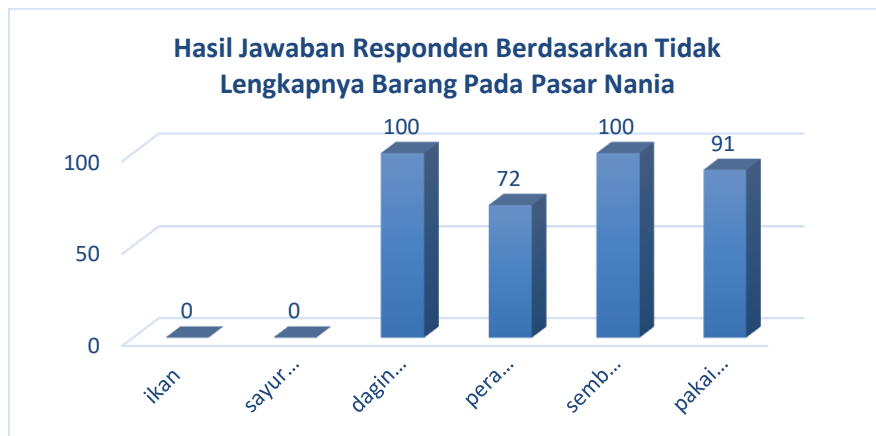
Berikut ini merupakan peta jangkauan pelayanan Pasar Tradisional:



Gambar 3. Peta jangkauan pelayanan Pasar Nania

Dari hasil penelitian atau wawancara didapatkan Jangkauam pelayanan pasar pada Pasar Nania yaitu seluruh Desa Nania dan sebagian kecil Desa Nagri Lama, yaitu dengan jarak pelayanannya yaitu 500 Meter. Jadi pasar Nania termasuk dalam jangkauan pelayanan pasar Lokal.

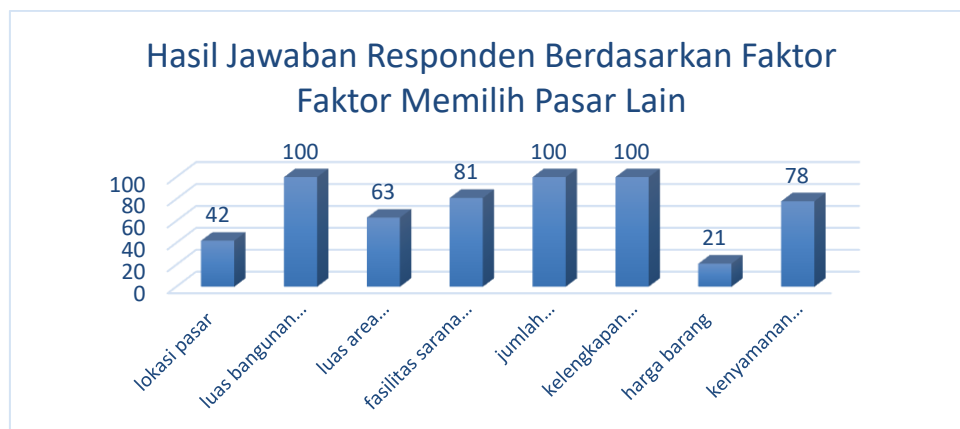
c. Tidak Lengkapya Barang Pada Pasar Nania Menurut Responden



Gambar 4. Jawaban responden tidak lengkapnya barang

Berdasarkan kesimpulan grafik di atas umumnya dari 100 responden seluruhnya memilih jawaban tidak lengkapnya barang yang di jual yaitu daging ayam/sapi dan sembako, sedangkan 91 responden memilih menjawab pakaian, 72 responden memilih perabotan rumah tangga. Sedangkan ikan dan sayur 0 responden yang menjawab karena sudah di rasa lengkap oleh responden.

d. Faktor Yang Mempengaruhi Responden Lebih Memilih Berbelanja Pada Pasar Lain Ketimbang Pasar Nania



Gambar 5. Jawaban responden memilih berbelanja pada pasar lain

Dari grafik di atas dapat di simpulkan bahwa dari 100 responden semuanya memilih menjawab faktor memilih berbelanja pada pasar lain yaitu dari luas bangunan pasar, banyaknya jumlah pedagang tetap, kelengkapan dan barang yang di jual. berikutnya 78 responden memilih kenyamanan pasar. sedangkan faktor harga barang menjadi yang terkecil yang di pilih responden yaitu hanya 21 responden yang memilih.

## 5. SIMPULAN

Faktor faktor yang mempengaruhi tidak berfungsinya pasar Nania adalah karena sepinga pasar yang dipengaruhi oleh tidak minatnya masyarakat berbelanja pada pasar Nania. Hal ini dikarenakan beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat tidak berbelanja pada pasar nania yaitu faktor kelengkapan barang yang dirasa kurang lengkap seperti hanya menjual ikan dan sayuran tetapi tidak ada yang menjual daging ayam/sapi dan juga sembako, dan hanya Sebagian kecil yang menjual perabotan rumah tangga. Dan juga faktor kurangnya/sedikitnya

pedagang yang berjualan pada pasar nania yakni hanya 20 lebih pedagang saja. Berikutnya faktor luas bangunan pasar yang terlalu kecil, dan juga factor kenyamanan pasar. karena alasan inilah masyarakat tidak pergi berbelanja di pasar Nania dan lebih memilih berbelanja pada pasar lain, dan akhirnya pasar Nania sepi pembeli dan pedgang mengalami kerugian sehingga pedgang banyak yang memilih berhenti berjualan pada pasar Nania, dan akhirnya pasar Nania tidak berfungsi lagi karena tidak ada pedagang dan pembeli yang ingin berjualan atau berbelanja pada pasar ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- B. Suharto, M .Si (2008), “Pentingnya Analisis Lokasi dan Pola Keruangan di dalam Perencanaan wilayah dan kota”, Modul 1pwk.
- Dinas komunikasi, Informatika, dan Persandian kota Ambon(2020), “Buku statistik sektoral kota Ambon”, Penerbit Dinas komunikasi, Informatika, dan Persandian kota Ambon.
- Fitriyati, A.D., Musiyam, M. & TP, M. (2016). Analisis Karakteristik Pedagang dan Jaringan Perdagangan Sayur Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganya(Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Isma M., Saraswati(2017-2018), “Kajian faktor faktor yang menyebabkan tidak berfungsinya relokasi pasar di kabupaten Sekadau Kalbar”,Prosiding perencanaan wilayah dan kota.
- I Sa’,N Fadhli ,Ashfa (2021), “Optimalisasi Fungsi Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh”,Teras Jurnal, Vol 11, No 2.
- Mangeswuri, D. R., & Purwanto, N. P. (2010). Revitalisasi Pasar Tradisional Di Indonesia. Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik, 1(2), 313-335.
- Pamulih, T. K., & Widjonarko, W. (2014). Pemetaan Pengaruh Perkembangan Pasar Wage Kota Purwokerto Terhadap Lingkungan Permukiman Sekitar. Geoplanning: Journal of Geomatics and Planning, 1(1), 33-43.
- Peraturan Daerah Kota Kota Ambon Nomor 24 Tahun 2012, Tentang (RTRW) Kota Ambon.
- Rahmanto, A. (2013). Pengembangan Pedagang Di Obyek Wisata Sondokoro Kabupaten Karanganyar. SOSIALITAS; Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant, 3(1).
- Suryani, Y. (2015). Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur). In Y. Suryani, Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur). Padang: Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.