

## MODERNISASI PENGELOLAAN *LAYOUT* PASAR TRADISIONAL UMUM BERINGKIT (PERSPEKTIF *SERVICESCAPE*)

Kadek Susiawan  
A.A.N. Oka Suryadinatha Gorda

### ABSTRAK

Modernisasi Pasar Tradisional, tata letak pasar tradisional (Perespektif *Servicescape*). Revitalisasi pasar tradisional telah memiliki dampak besar pada pembangunan ekonomi di negara-negara di seluruh dunia termasuk Indonesia, menurut JW School(2014) Teori revitalisasi difokuskan pada masyarakat pra-modern menjadi cara modern melalui proses pertumbuhan ekonomi dan sosial, modern dalam sistem pengembangan. Dikutip dari Koran Balipost, Perusahaan Daerah (PD) Pasar Kabupaten Badung Bali, mulai merevitalisasi Pasar Tradisional Umum Beringkit. Tujuan penelitian ini adalah menciptakan daya tarik lingkungan fisik peregangan tata laksana pasar publik. Dalam menciptakan daya tarik lingkungan fisik, perusahaan ritel perlu mempertimbangkan unsur-unsur mengenai indikator *servicecape* adalah sebagai berikut: lingkungan fisik, tata letak khusus dan fungsional, dan penanda simbolik dan artefak. *Servicescape* adalah salah satu cara inovatif untuk meningkatkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang bergerak dalam sektor jasa yang masih dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan tabulasi. Dari hasil penelitiandalam menciptakan daya tarik, tata letak pasar tradisional secara umum yang rusuh membutuhkan teori *servicescape* yang dapat memberikan layanan kepada perusahaan ritel sehingga dapat bersaing dengan perkembangan pasar modern.

**Kata Kunci** :Layanan Jasa, Revitalisasi Pasar, *Servicescape*.

### A. PENDAHULUAN

Revitalisasi pasar tradisional telah membawa pengaruh besar terhadap perkembangan ekonomi di negara-negara di dunia termasuk Indonesia.

Menurut (Jw School, 2014)Teori revitalisasi difokuskan pada masyarakat pra-modern menjadi caramodern melalui proses pertumbuhan ekonomi dan perubahan struktur sosial, politik dan budaya masyarakat modern dalam sistem pembangunan.

Revitalisasi pasar tradisional bertujuan meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern.Kehadiran pasar modern yang memberikan banyak

kenyamanan membuat sebagian masyarakat enggan untuk berbelanja kepasar tradisional.Pencitraan negatif pada pasar tradisional ini tidak terlepas dari lemahnya manajemen dari pasar tradisional itu sendiri,antara lain masih rendahnya kesadaran terhadap kedisiplinan pada aspek kebersihan dan ketertiban sehingga kurang memperhatikan pemeliharaan sarana fisik, terutama dalam setandarisasi ukuran,penataan los, kios maupun lapak yang tidak beraturan dan terbatasnya masalah pasilitas umum. Manajemen pasar yang lemah ini di sebabkan karena pengelola pasar belum berfungsi secara efektifserta belum didukung

*standart and operation procedure (SOP) yang jelas.*

Pasar tradisional dalam kaitan ini dapat dilihat dari fungsi pasar yang salah satunya sebagai penopang utama perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan tingkat pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Tujuan dari revitalisasi pasar tradisionalyaitu meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan perkembangan pasar modern di suatu wilayah.

Dikutip Dari Koran Balipost, Perusahaan Daerah (PD) Pasar Kabupaten Badung Bali, mulai melakukan revitalisasi terhadap Pasar Tradisional Umum Beringkit. Pasar Tradisional Umum Beringkit memiliki dua kawasan pasar yaitu Pasar Hewan Beringkit, dan Pasar Tradisional Umum Beringkit, adapun yang di jadikan tempat penelitian yaitu Pasar Tradisional Umum Beringkit. Dimana pasar ini lokasinya saling berdekatan yang terletak di JL. I Gusti Ngurah Rai Mengwi Kabupaten Badung Bali.Saat ini Pasar Tradisional Umum Beringkit belum mampu bersaing dengan pasar modern, maka diperlukan penataan ulang dalam mewujudkan pasar tradisional yang berbasis modern sesuai dengan kebijakan dari Kabupaten Badung, Nomor.9 Tahun 2009,tentang penataan dan pembinaan pada pasar tradisional. Dengan adanya kebijakanpenataantersebut bisa dijadikan acuan untuk menjadikan Pasar Tradisional Umum Beringkit sebagai pasar

tradisional yang bernuansa *modern.*

Revitalisasi tersebut sesuai tender anggaran yang di butuhkan mencapai 1,6 miliar rupiah. Adapun dana yang di keluarkan itu bersumber dari APBD Kabupaten Badung, dana ini khusus di gunakan untuk merevitalisasi Pasar Tradisional Umum Beringkit untuk menuju pasar tradisional modern. Pasar tradisional umum beringkit dominan menjual pakaian, peralatan pertanian,dan alat kesenian. Adapun jumlah rata-rata pembeli dan pendapatan di pasar tradisional umum beringkit dapat di lihat pada Tabel 0.1.

**Tabel 0.1**  
**Rata-Rata Jumlah Pembeli Dan**  
**Pendapatan PedagangDi**

| Jumlah Pembeli dan pendapatan Perhari | Jumlah Pembeli Setelah Di Revitalisasi | Jumlah Pendapatan Pedagang Setelah Di Revitalisasi | Jumlah Pembeli Sebelum Di Revitalisasi | Jumlah Pendapatan Pedagang Sebelum Di Revitalisasi |
|---------------------------------------|--|--|--|--|
| Minggu                                | 125 orang                              | 500.000  | 85 orang                               | 350.000  |
| Rabu                                  | 95 orang                               | 450.000  | 65 orang                               | 250.000  |
| Jumlah Total                          | 220                                    | 950.000  | 150                                    | 600.000  |

**Pasar Tradisional Umum Beringkit**  
*Sumber: wawancara dengan kepala pasar umum beringkit*

Dari tabel 0.1 dapat di jelaskan rata-rata jumlah pembeli di Pasar Tradisional Umum Beringkit setelah di revitalisasi mengalami peningkatan dilihat dari satu hari jualan yaitu pada hari minggu,jumlah pembeli setelah direvitalisasi berkisar mencapai 125 orang dengan rata-rata pendapatan pedagang 500 ribu rupiah per hari. Sedangkan jumlah pembeli sebelum di

revitalisasi terutama pada hari minggu hanya 85 orang dengan pendapatan berdagang rata-rata 350 riburupiah per hari. Pada hari rabu jumlah pembeli di pasar umum beringkit setelah di revitalisasi berkisar mencapai 95 orang dengan pendapatan rata-rata 450 riburupiah per hari. Sedangkan jumlah pembeli sebelum di revitalisasi hanya 65 orang dengan rata-rata pendapatan 250 ribu rupiah per hari. Jadi jumlah total pendapatan pedagang perhari antara hari rabu dan minggu setelah di revitalisasi yaitu mencapai 950 ribu rupiah hari, sedangkan pendapatan pedagang perhari di antara hari minggu dan hari rabu sebelum di revitalisasi yaitu 600 ribu rupiah per hari. Dari pemaparan di atas Berdasarkan teori terdahulu maka peneliti dapat menarik fenomena dengan judul: Modernisasi Pengelolaan *Layout* Pasar Tradisional Umum Beringkit (perespektif *serviscescape*).

Dari latar belakang diatas maka dapat di tentukan identifikasi masalah yaitu Bagaimana Menciptakan Daya Tarik Lingkungan Fisik *Layout* Pasar Tradisional Umum Beringkit?

Adapun tujuan penelitian ini Untuk Menciptakan Daya Tarik Lingkungan Fisik *Layout* Pasar Tradisional Umum Beringkit.

## B. KAJIAN PUSTAKA

Bisnis Ritel (*Business Retail*) menurut Armstrong,(2006) menyatakan bahwa perusahaan ritel adalah perusahaan yang memiliki usaha meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara

langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.

Perkembangan bisnis ritel yang pesat didorong oleh terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha manufaktur, dan upaya pemerintah untuk mengembangkan bisnis ritel.

Menurut Utami,(2006) fungsi bisnis ritel yaitu sebagai berikut:

a. Menyediakan berbagai jenis produk dan jasa.

Dimana konsumen selalu mempunyai pilihan sendiri terhadap berbagai jenis produk dan jasa.

b. Memecah.

Memecah beberapa ukuran produk menjadi lebih kecil yang akhirnya menguntungkan produsen dan konsumen.

c. Penyimpanan persediaan.

Fungsi utama ritel adalah mempertahankan persediaan yang sudah ada, sehingga produk akan selalu tersedia saat konsumen menginginkannya.

Kemudian strategi bisnis salah satu strategi agar suatu organisasi mampu bersaing adalah dengan memberikan layanan yang terbaik serta membangun citra yang baik di mata konsumen maupun publik, karena layanan dan citra dapat mempengaruhi proses pembelian suatu produk atau jasa. (Hurriyati, 2005).

## Tata Letak Bisnis Ritel

Tataletak bisnis ritel merupakan suatu keputusan yang penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi jangka panjang. Tata letak memiliki dampak strategi Tujuan dari pada penataan ritel pasar tradisional (tentang

pengelolaan Permendagri No. 20 Tahun 2012, dan pemberdayaan pasar tradisional ), yaitu:

- a. Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih, dan sehat.
- b. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.
- c. Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah.
- d. Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat belanjadan toko *modern*.

### **Servicescape**

Heizer dan Barry Render, (2009) mendefinisikan *servicescape* sebagai lingkungan fisik, lingkungan ini memiliki dampak *humanistik* pada pelanggan dan karyawan. *Servicescape* memiliki dimensi-dimensi yang digunakan untuk mengukur tingkat kesuksesannya, tiga dimensi gabungan yang relevan untuk analisis sekarang adalah :

- a. Lingkungan fisik.  
Kondisi sekitar merujuk pada karakteristik lingkungan meliputi tiga dimensi yaitu pencahayaan, aroma, dan kebersihan.
- b. Tata letak spesial, dan fungsionalitas. Salah satu bentuk karakteristik, seperti jarak antara rak, pengelompokan produk, dan lebar gang.
- c. Tanda, simbol, dan artefak.  
Merupakan benda dalam lingkungan layanan yang bertindak sebagai sinyal *eksplisit* atau *inplisit* untuk mengkomunikasikan citra perusahaan yang membentuk pelanggan dan menemukan apa yang mereka cari dan

menyampaikan skenario layanan.

### **Penelitian Terdahulu**

Hasil penelitian terdahulu berupa tesis, dan jurnal, yang pernah peneliti baca. Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh Kumilausari, dari Universitas Atma Jaya, (2009) dengan Judul Strategi Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta Dalam Mengoptimalkan Penerimaan Retribusi Pasar Tahun 2008.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemberdayaan pasar tradisional yang dilakukan melalui program pembangunan atau renovasi pasar, program pemeliharaan pasar, program pengembangan pengelolaan sampah pasar, program meningkatkan keamanan dan ketertiban pasar.

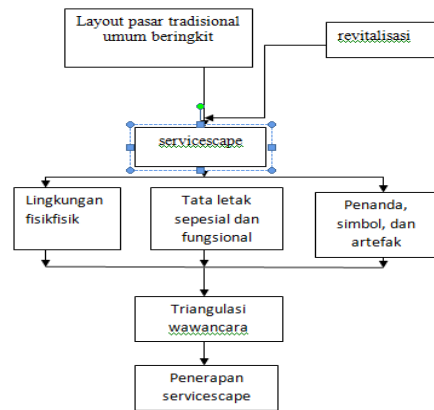
Revitalisasi pasar tradisional bertujuan meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern dengan demikian di perlukan suatu tata letak. Menurut (Larry Ritzman dan Malhotra, 2007) tata letak adalah suatu perencanaan yang melibatkan keputusan mengenai penyusunan dan penataan tata letak dari suatu pusat aktivitas ekonomi yang dibutuhkan oleh setiap fasilitas yang memiliki berbagai macam proses. Tujuan utama dari *layout* ini adalah memaksimalkan keuntungan luas lantai per kaki persegi. Disamping itu ada juga pertimbangan lain yang disebut dengan *servicescape* yang terdiri dari tiga elemen yaitu: Kondisi

yang berkenaan dengan lingkungan, yaitu karakteristik latar belakang seperti tingkat kebersihan, pencahayaan, dan aroma. Booming dan Bitner, (2009) menetapkan *servicescape* sebagai lingkungan di mana layanan ini berkumpul dan di mana penjual dan pelanggan berinteraksi, dikombinasikan dengan komoditas nyata bahwa kinerja atau memfasilitasi komunikasi layanan, disamping itu terdapat konsep *servicescape*.

### Kerangka pemikiran

*Servicescape* termasuk penampilan, peralatan, *signagedan* tata letak *outlet* layanan. Kondisi lingkungan fisik merujuk pada karakteristik latar belakang, seperti, pencahayaan, kebersihan, dan aromayang dapat mempengaruhi kinerja dan moral kariawan, serta persepsi pelanggan mengenai jasa tersebut berapa lama mereka tinggal dan berapa banyak uang yang mereka keluarkan. petunjuk arah, papan nama toko, pengelompokan barang dagangan yang menjadi salah satu bentuk sinyal eksplisit atau implisit untuk mengkomunikasikan citra perusahaan, membentuk pelanggan dalam menemukan apa yang mereka cari dan mempunyai sekanario layanan.

## Kerangka Pemikiran Modernisasi Pengelolaan Layout Pasar Tradisional Umum Beringkit (*Perespektif Serfiscescape*)



### C. METODE PENELITIAN

#### Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif yaitu sebuah penelitian yang berupaya mengkaji sebuah fenomena atau permasalahan tertentu secara mendalam dalam konteks mencitakan daya tarik lingkungan fisik *layout* pasar Tradisional Umum beringkit. Penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan dengan tujuan utama untuk mengkaji sebuah persoalan secara mendalam (*indepth*) dan menyeluruh (*holistic*).

#### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di lakukan di Pasar Tradisional Umum Beringkit, peneliti mengambil lokasi tersebut dikarenakan alasan sebagai berikut :

- a. Pertumbuhan ritel moderen dan ritel tradisional di Kabupaten Badung menimbulkan persaingan yang sangat ketat dengan memberikan ruang belanja 24 jam.

b. Pasar Tradisional Umum Beringkit merupakan pasar tradisional terbesar di kecamatan mengwi.

### **Jenis Data**

Adapun jenis data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah: data kualitatif dan data kuantitatif.

#### **1. Data Kualitatif**

Data kualitatif yaitu merupakan data berupa uraian atau keterangan yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi dengan para informan adapun data yang di kumpulkan diantaranya data lingkungan fisik *layout* Pasar Tradisional Umum Beringkit.

#### **2. Data Kuantitatif**

Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa laporan dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung. Dalam penelitian ini data tersebut berupa jumlah kios, rata-rata jumlah pengunjung, jarak antara kios, rata-rata pendapatan Pasar Tradisional Umum Beringkit.

### **Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

#### **1. Data primer**

Menurut Kriyanto, (2012) data primer adalah data yang di ambil dari sumber secara langsung oleh peneliti baik berupa hasil wawancara, dokumentasi, atau observasi yang harus diproses lagi agar data tersebut memiliki informasi yang bermakna. dalam penelitian ini data primer di peroleh dari hasil observasi.

#### **2. Data sekunder**

Data skunder dalam penelitian ini merupakan data yang diolah menjadi bentuk seperti Tabel dan gambar antara lain: Tabel jenis barang yang di jual di Pasar Tradisional Umum Beringkit, tabel rata-rata jumlah pendapatan dan jumlah pedagang di Pasar Tradisional Umum Beringkit, tabel rata-rata pendapatan sebelum dan sesudah di revitalisasi di Pasar Tradisional Umum Beringkit, beserta tabel hasil triangulasi wawancara di Pasar Tradisional Umum Beringkit . Sedangkan data gambar yang di peroleh seperti: Gambar kerangka pemikiran, dan gambar barang-barang yang di jual di pasar Tradisional umum beringkit. Selain itu ada data yang diperoleh dari majalah dan sumber tertulis lainnya berupa dokumen dan catatan yang berhubungan dengan pokok bahasan yang diteliti seperti: Koran Balipost, yang mencakup Perusahaan Daerah (PD) Pasar Kabupaten Badung Bali, dalam rangka melakukan revitalisasi terhadap Pasar Tradisional Umum Beringkit.

### **Tehnik Penentuan Informan**

Tehnik penentuan informan ini di tentukan dengan menggunakan tehnik *purposive sampling* yang artinya informan dalam penelitian ini, di tentukan agar benar-benar memahami dan dapat memberikan informasi yang benar berkaitan dengan masalah penelitian sugiyono (2013). Selain tehnik *purposive sampling* di

gunakan juga tehnik *Snowball sampling* adalah suatu pendekatan untuk menemukan informan-informan kunci yang memiliki banyak informasi, Adapun informan yang akan di jadikan sebagai Tehnik *snowball sampling* adalah kepala pasar Tradisional Umum Beringkit karena Kepala Pasar Tradisional Umum Beringkit Lebih mengetahui tentang lingkungan fisik, Pasar Tradisional Umum Beringkit dan salah satu informan yang akan wawancara.

Dalam penelitian ini informan yang di pilih adalah:

1. Kepala Pasar Tradisional Umum Beringkit sebagai informan kunci.
2. Pemilik Kios Pasar Tradisional Umum Beringkit
3. Populasi konsumen yang berbelanja di Pasar Umum Beringkit yang berjumlah 5 (lima) orang.

Populasi konsumen yang berbelanja di Pasar Tradisional Umum Beringkit berjumlah 5 (orang), yang akan di jadikan sampel hanya 2 orang, karena berdasarkan tehnik *snowball sampling* yang telah di jelaskan bahwa Kepala Pasar Tradisional Umum Beringkit menjadi salah satu kunci atau penentu dalam pemilihan informan konsumen yang paling sering berbelanja di Pasar Tradisional Umum Beringkit.

### **Tehnik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka

data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Selanjutnya dijelaskan oleh Sugiyono (2009) bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

#### 1. Tehnik observasi

Tehnik observasi partisipatif (*participant*). Dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di lapangan sehingga dapat melihat mengamati secara lebih cermat tentang kondisi pasar tradisional, termasuk kendala, hambatan, peluang dan tantangan yang dimiliki.

#### 2. Tehnik Wawancara (*interview*)

Wawancara dibagi menjadi 3 kelompok yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur, dan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Namun disini peneliti memilih melakukan wawancara mendalam, ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang kompleks, yang sebagian besar berisi pendapat, sikap, dan pengalaman pribadi.

#### 3. Dokumentasi

Tehnik dokumentasi di lakukan dengan mengumpulkan data melalui bahan-bahan tertulis baik berupa buku catatan, gambar, foto, dan dokumen-dokumen yang terkait dalam penelitian ini terutama yang berhubungan dengan lingkungan fisik, pasar tradisional umum beringkit.

### **Tehnik pemeriksaan keabsahaan data.**

Setiap penelitian harus memiliki keabsahan data sehingga dapat di pertanggungjawabkan. Kredibilitas penelitian kualitatif adalah keberhasilan mencapai maksud mengeksplorasi masalah yang majemuk atau keterpercayaan terhadap hasil data penelitian. Upaya untuk menjaga keabsahan penelitian adalah menggunakan metode Triangulasi Data. Triangulasi dalam pengujian data menurut Sugiyono (2010) diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Pengujian dengan data ini dilakukan dengan cara mengecek dan membandingkan data yang diberikan informan dengan sumber-sumber lain, informan lain, baik dengan cara yang sama maupun beda dan waktu yang sama atau beda.

1. Kepercayaan  
(*Credibility*)

Dalam hal menguji kepercayaan ada beberapa kriteria yang ditetapkan yaitu (a). Perpanjangan keikutsertaan peneliti di lapangan. (b). Ketekunan pengamatan peneliti dalam melakukan pengecekan atas data yang diperoleh, (c). Triangulasi data, yang merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu lain, dan (d). Pengecekan sejawat, yaitu mendiskusikan hasil sementara dengan rekan-rekan.

2. Keteralihan  
(*Transferability*)

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menyajikan laporan hasil penelitian untuk memperkaya wacana ilmiah melalui deskripsi secara

terperinci atau uraian yang cermat.

3. Kebergantungan  
(*Dependability*)

Dalam hal ini peneliti meneliti dan menguji kembali hasil penelitian melalui proses pemeriksaan yang cermat dan teliti terhadap seluruh komponen dalam laporan hasil penelitian untuk memperbaiki kesalahan sehingga hasil penelitian ini dapat mencapai kesempurnaan.

4. Kepastian (*Confirmability*)

Untuk mewujudkan kepastian peneliti mendiskusikan dan mengonfirmasikan dengan pembimbing.

**Teknik Analisis Data**

Setelah mengadakan wawancara, observasi, studi dokumentasi, dan literatur, langkah lain yang juga penting dalam penelitian ini adalah pengolahan dan analisis data. (Sugiyono, 2010) mengatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain. (Sugiyono, 2010) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.



Penelitian ini termasuk penelitianku alitatif sehingga analisis dilakukan dengan langkah-langkah seperti berikut :

1. *Data Collection* (Koleksi Data)  
Merupakan hal pertama dilakukan yaitu tahap pengumpulan data. Data yang telah dikumpulkan dilapangan dicatat dan diteliti secara rinci.
2. *Data Reduction* (Reduksi Data)  
Reduksi data berkaitan dengan proses Menciptakan Daya Tarik Lingkungan Fisik Pasar Tradisional Umum Beringkit yang memusatkan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Data yang diperoleh di lapangan akan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok dan difokuskan pada hal-hal yang penting melalui proses penyuntingan. Reduksi data ini dilakukan terus menerus selama proses penelitian berlangsung.
3. *Data Display* (Penyajian Data)  
Dalam penelitian kualitatif adalah penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, uraian-uraian. Melalui penyajian data tersebut maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.
4. *Conclusion drawing or verification* (Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi).  
Hal iniyaitu tahap dimana data *display* yang telah diuraikan sebelumnya, didukung oleh data-data yang mantap sehingga

dapat dijadikan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan berupa data deskriptif atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas setelah diteliti menjadi jelas sesuai dengan identifikasi masalah dalam penelitian ini dan akan bisa berkembang setelah penelitian ini berada dilapangan.

Demikian prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini, dengan melalui tahapan-tahapan ini, diharapkan penelitian dapat diperoleh data yang memenuhi kriteria penelitian dan data yang diperoleh dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan kebenarannya.

#### D. HASI L DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian mengacu pada metode data yang di kumpulkan maka hasil dari penelitian sesuai dengan 3 indikator *serviscescape* dan berdasarkan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara, dari ke 4 (empat) informan setelah di analisis secara triangulasi sumber dan triangulasi tehnik pengumpulan data dapat di uraikan sebagai berikut:

##### 1. Menciptakan daya tarik Lingkungan fisik *layout* pasar Tradisional Umum beringkit Dari aspek Lingkungan Fisik

Dalam menciptakan daya tarik lingkungan fisik di Pasar Tradisional Umum Beringkit terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan penataan *layout* di Pasar Tradisional

Umum Beringkit yaitu dengan melihat dari aspek lingkungan fisik yaitu pencahayaan, dan kebersihan pasar. Pencahayaan dalam suatu ruang sangat penting dalam memberikan kenyamanan dan keamanan serta dapat membantu pedagang dan konsumen melihat barang yang akan beli. Merujuk pada teori yang dikemukakan Robert dan Richard (2015) mengatakan Pencahayaan sangat mempengaruhi pelanggan dalam sebuah ruangan toko yang memberikan rasa aman dan nyaman dalam beraktifitas serta dapat menarik minat konsumen dalam berbelanja”. Sedangkan menurut Milliman, (1986) Mengatakan bahwa “pencahayaan dapat memberikan pengaruh besar, terhadap minat konsumen dalam berbelanja.

Kebersihan lingkungan pasar Tradisional Umum beringkit dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi pedagang dan konsumen yang hendak berbelanja maupun berkunjung. Menurut Mudie dan Pirie, (2006) mengutip pendapat Bitner (1992) kebersihan suatu toko dapat mempengaruhi perasaan konsumen untuk lebih lama dalam ruang toko serta dapat menarik minat konsumen dalam berbelanja. Menurut Pagestu (2007) Pedagang harus mengetahui bahwa persaingan tidak hanya terbatas pada kualitas dan harga peroduk tetapi kebersihan toko, kios maupun lingkungan sangat penting untuk memuaskan

pelanggan seperti memberikan rasa nyaman kepada konsumen dalam suatu ruang.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riszia Apriani Safitri (2016) Dengan adanya pencahayaan dan kebersihan dalam suatu ruang pasar dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen yang hendak berkunjung maupun membeli sehingga pencahayaan dan kebersihan dapat dikatakan sebagai pelayanan jasa.

## **2. Menciptakan Daya Tarik Lingkungan fisik layout Pasar Tradisional Umum Beringkit Dari Aspek Tata Letak Spesial, Dan Fungsional.**

Dalam menciptakan daya tarik lingkungan fisik terdapat factor-faktor yang menjadi pertimbangan penataan *layout* Pasar Tradisional Umum Beringkit dari dimensi tata letak spesial dan fungsional pasar yaitu Lebar Gang yang dibuat di Pasar Tradisional Umum Beringkit sangat memberikan kenyamanan pedagang, dan konsumen, serta pembeli sehingga lebih mudah untuk membawa keluar masuknya barang yang dibeli baik dari gudang dalam maupun dari luar area. Jika merujuk pada teori dari Mery Jo Bitner yang dikutip oleh Heizer dan Barry Rander (2009) mengatakan Lebar gang berfungsi untuk memudahkan transaksi layanan yang meningkatkan pelanggan untuk melihat barang dagangan serta dapat mempengaruhi aliran pelanggan dalam

pasar. Sedangkan menurut Bitner (1992) lebar gang dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk melihat barang yang akan di beli serta dapat mempermudah keluar masuk ruang pasar.

Sebagaimana penelitian yang telah di lakukan Ummu Sholihah (2016) mengatakan lebar gang dapat membatu memberikan kemudahan bagi konsumen yang berkunjung dan berbelanja , dan dapat lebih mudah dalam membawa barang yang berlebihan serta mempermudah keluar masuk pasar.

### **3. Menciptakan Daya Tarik Layout Pasar Tradisional Dari Aspek Dimensi Penanda, Symbol, Dan Artefak.**

Dalam menciptakan daya tarik lingkungan fisik Pasar Tradisional Umum Beringkit dapat di melihat dari dimensi Penanda, Simbol, Dan Artefak yaitu petunjuk arah, dan papan nama toko yang telah terpasang di Pasar Tradisional Umum Beringkit. Petunjuk arah dan papan nama toko bertujuan untuk mempermudah pedagang dan konsumen mencari jalan menuju kios,serta mempercepat interaksi konsumen dalam mencari barang yang di butuhkan. Merujuk pada teori yang di kemukakkan mery Jo bitner (2009) Petunjuk arah dapat bertindak sebagai sinyal untuk mengomunikasikan pelanggan serta menyampaikan sekanario layanan agar konsumen dapat lebih cepat menemukan apa

yang di cari. Sedangkan menurut Mudie dan Pirrie (2006) mengutip pendapat Bitner (1992) petunjuk arah, dan papan nama toko dapat memberikan sinyal kepada pelanggan kemana pelanggan harus pergi. Pelanggan baru, atau musiman mungkin akan bingung jika tidak ada simbol-simbol tersebut sehingga di perlukan untuk di pasang di setiap toko.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang di lakukan oleh septiani, (2012) petunjuk arah dan papan nama toko dapat memberikan kemudahan bagi konsuemen dalam mencari jalan menuju tempat pedagang berjualan serta mempermudah menemukan produk yang akan di beli.

## **E. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Modernisasi pengelolaan *layout* pasar Tradisional Umum beringkit (*perespektif setvicescape*). Menitik beratkan pada:

1. Faktor-faktor lingkungan fisik yang menjadi pertimbangan penataan *layout* pasar tradisional umum beringkit, di lihat dari dimensi lingkungan fisik. Yaitu pencahayaan. Pencahayaan dalam suatu ruang sangat penting memberikan kenyamanan pada konsumen. Agar dapat membantu pedagang dan konsumen melihat barang yang di beli serta memberikan rasa

aman dan nyaman sehingga pencahayaan menjadi salah satu pelayanan yang dapat menarik minat konsumen dalam berkunjung. Di samping pencahayaan kebersihan lingkungan pasar juga dapat Memberikan rasa aman dan nyaman bagi pedagang dan konsumen serta menjadi salah satu bentuk pelayanan yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam berbelanja

2. Faktor-faktor lingkungan fisik yang menjadi pertimbangan penataan *layout* unit pasar tradisional umum beringkit, di lihat dari dimensi aspek tata letak spesial dan fungsional yaitu lebar gang. Kondisi lebar gang di pasar umum beringkit sangat memberikan kenyamanan bagi pedagang dan konsumen sehingga lebih mudah untuk membawa keluar masuknya barang yang di beli tanpa ada hambatan.

Faktor-faktor lingkungan fisik yang menjadi pertimbangan penataan *layout* pasar tradisional umum beringkit, di lihat dari dimensi penanda, symbol dan artefak yaitu petunjuk arah. Petunjuk arah di Pasar Tradisional Umum Beringkit memberikan dampak positif seperti mempermudah pedagang dan konsumen mencari jalan menuju kios yang akan di tuju serta mempercepat interaksi konsumen dalam mencari barang yang di butuhkan. Selain itu papan nama toko sangat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menentukan barang dagangan

yang akan di beli sehingga papanama toko sangat perlu dan penting di pasang di setiap kios.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan diatas, maka saran yang diajukan peneliti sebagai berikut :

1. Dalam mengelola perusahaan pasar tradisional di perlukan suatu kereaktifitas yang baik dalam perusahaan, agar nantinya dapat mempengaruhi konsumen dalam berkunjung dan membeli di pasar umum beringkit.
2. Dimana pasar umum beringkit harus tetap mempertahankan citra perusahaan yang sudah terbentuk agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen.
3. Dimana produsen harus terus meningkatkan peroduk yang telah di miliki saat ini agar konsumen yang berbelanja tetap merasa puas atas peroduk yang di jual. karena kualitas peroduk merupakan bagian dari faktor terpenting dalam menentukan daya saing pasar *modern*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Balipost.com*. 2016 .Revitalisasi Pasar Tradisional Umum BeringkitKoranBalipost.Com.
- Bitner.2015.Teori Serviscape : edisi -14 buku pertama ,penerbit jakarta selatan: salemba empat.
- Haming, dan nurajamudin .2011. Manajemen Produksi Moderen Operasi Manufaktur Dan Jasa. Edisi Dua, Jakarta:Penerbit Bumi Aksara.

- Jamesapple.1990.<https://dewirosdyan.a.wordpress.com/2015/05/12/strategi-lokasi-dan-tata-letak>.
- Jamesapple. 1990.manajemen operasi peroduksi dan teori tataletak usaha jasa.
- Kumilausari,dari Universitas Atma Jaya (2009), melakukan penelitian dengan judul Strategi dinas pengelolaan pasar kota Surakarta dalam mengoptimalkan penerimaan retribusi pasar tahun 2008, mulai memberdayakan pasar tradisional.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia. Nomor 112 Tahun .2007 tentang Penataan dan
- Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Render dan jay heizer. 2015.Manajemen Operasi Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan. Edisi 11, Jakarta Selatan: Selemba Empat
- Sugiyono.2009.Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif da R&D,Bandung: CV Alfabeta.