UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Persepsi pengunjung pasar terhadap efektivitas fungsi dan lokasi pasar tradisional (Kasus pasar tradisional kota Yogyakarta)
Rosana Eri Puspita, Drs. Sujali, M.S.; Agus Joko Pitoyo, S.Si., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2007 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PERSEPSI PENGUNJUNG PASAR TERHADAP EFEKTIVITAS FUNGSI DAN LOKASI PASAR TRADISIONAL
(Kasus Pasar Tradisional Kota Yogyakarta)

Oleh:
ROSANA ERI PUSPITA
03/167838/GE/05425)

INTISARI

Keberadaan pasar tradisional di Kota Yogyakarta mulai diragukan eksistensinya. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengukur tingkat efektivitas fungsi dan lokasi pasar tradisional di Kota Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan adalah survey. Pemilihan sampel pasar dilakukan dengan mempertimbangkan Perda pasar Kota Yogyakarta, pemanfaatan ruang pasar serta sebaran pasar, sehingga terpilih tiga sampel pasar yaitu pasar Senen, pasar Terban, dan pasar Lempuyangan. Sampel responden adalah pengunjung pasar yang berjumlah 105 yang terdiri dari 35 per sampel pasar. Ada 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu karakteristik pengunjung pasar, pemanfaatan pasar, efektivitas fungsi dan lokasi, serta persepsi pengunjung pasar.Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan bantuan SPSS

Hasil penelitian menyebutkan bahwa ada perbedaan kondisi sosial ekonomi pengunjung pasar dalam pemanfaatan pasar. Hal ini berarti bahwa pasar tradisional masih dibutuhkan oleh semua golongan masyaralat. Dalam penelitian ini pula terlihat bahwa ada kecenderungan bahwa tidak terdapatnya perbedaan persepsi berdasarkan jenis kelamin maupun tingkat pendidikan yang ditamatkan pengunjung. Namun ada kecenderungan bahwa terdapatnya perbedaan persepsi berdasarkan penghasilan dan pekerjaan. Tingkat efektivitas lokasi pasar berdasarkan persepsi pengunjung pasar tergolong sedang, sehingga usaha untuk lebih mengefektifkan faktor lokasi terhadap pasar tradisional dirasa sangat perlu. Sedangkan tingkat efektivitas fungsi pasar yang tergolong rendah mengharuskan pasar tradisional melakukan revitalisasi fungsi pasar yang lebih menekankan pada penguatan fungsi pasar sebagai tempat pusat interaksi sosial.

Kata Kunci : Persepsi, Efektivitas

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Persepsi pengunjung pasar terhadap efektivitas fungsi dan lokasi pasar tradisional (Kasus pasar tradisional kota Yogyakarta)
Rosana Eri Puspita, Drs. Sujali, M.S.; Agus Joko Pitoyo, S.Si., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2007 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

The Functional And Locational Effectivity of The Tradistional Market Based on Customer's Perspective (The Case of Tradisional Market of Yogyakarta's City)

By
Rosana Eri Puspita
03/167838/GE/5425

Abstract

The condition of tradisional market of Yogyakarta's city is now in doubth. Because of it, this reseach tried to measure the effectivity level of that tradisional market.

The reseach method that has been used is survey method. Those, the market sample decided based on the city law of Yogyakarta, the useful of market space, and its distribution, so that there are three market samples, that are Senen Market, Terban market and Lempuyangan market. The sample interviewer is the market customer that totally 105 person, and its devided into 3 market, so that every market got 35 interviewer. There are 4 indicators in this reseach: The characteristic of market customer, useful market, the functional and locational effectivity, also perspective market customer. Technical data analize that has been used is quantitative by SPSS programme.

The result of research is there found difference market customer's social economic social condition in useful market. This is means the trditional market has been needed by all community. The level of market location effectivity based on market customer's perspective is suffient, so effort to make more mrket location effective are neccesity. The level of market function effectivity is low must make revitalisation function. The relation of between market costumer's perspective toward market locational effectivity is not strongly enough as a positive affected to more effective of market location. Whereas there's no corelation between market customer perspective an market functional effectivity. So, efforts to return of market function are needed in this time.

***The key word**: perspective, effectivity.*