

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Pasar Tunggging Belitung Banjarmasin

a. Sejarah Singkat Pasar Tunggging Belitung Banjarmasin

Pasar Tunggging Belitung merupakan salah satu pasar malam terbesar yang ada di Kota Banjarmasin. Pasar ini cukup terkenal dan bahkan sudah menjadi ciri khas dari kota Banjarmasin itu sendiri. Aktifitas pasar ini setiap hari dimulai pada sore hari hingga waktu malam. Awal berdirinya pasar Tunggging belitung sekitar tahun 2001 dimulai dengan adanya para pedagang pakaian-pakaian bekas dipinggir jalan Belitung Darat. Dalam perkembangannya pasar ini tumbuh menjadi pasar besar yang penuh dengan para pedagang yang tidak hanya menjual pakaian saja namun juga barang-barang kebutuhan masyarakat lainnya seperti barang elektronik banyak dijual disana. Masyarakat sangat antusias dan banyak datang berkunjung untuk berbelanja.

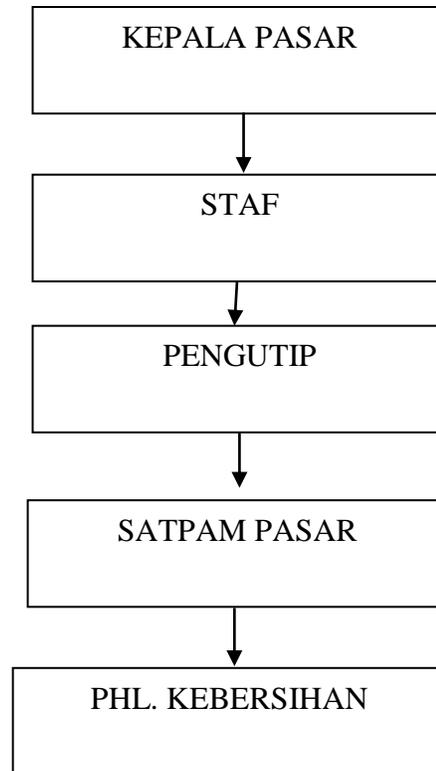
Pasar Tunggging Belitung merupakan pasar yang dikelola oleh Pemko Banjarmasin dibawah Dinas Pengelola Pasar. Setiap hari para pedagang disana dipungut retribusi sebesar 1500 Rupiah per hari. Pada bulan Oktober tahun 2009 dengan berbagai alasan akhirnya pemerintah memindah pasar Tunggging ke samping Pasar Kalindo, yang lokasinya masih berada dikawasan jalan Belitung Darat. Di lokasi yang baru ini para pedagang yang berjumlah 478 pedagang disediakan los-los sebagai tempat mereka berjualan, para pedagang sedikit pun tidak dikenakan biaya untuk menempati wadah tersebut namun hanya membayar retribusi harian saja.

Dilokasi ini juga dibangun berbagai sarana prasarana, fasilitas umum dan diatur keamanannya secara terorganisir agar para pengunjung yang datang merasa aman dan nyaman selama berbelanja.

b. Struktur Kepengurusan Pasar Tungging Belitung Banjarmasin

Untuk menghasilkan manajemen yang baik tentunya suatu organisasi harus memiliki struktur dan kepengurusan guna memudahkan pengawasan dan pengontrolan terhadap usaha yang telah dijalankan. Begitu halnya dengan pasar Tungging, Sebagai Dinas yang menanganinya maka Dinas Pengelola Pasar juga membentuk struktur kepengurusan dan tugas-tugas yang mesti dijalankan dimasing-masing bidang guna memberikan pelayanan yang maksimal terhadap pengunjung yang datang berbelanja.

Adapun Struktur Kepengurusan Pasar Tungging Belitung adalah sebagai berikut:



Sumber: Dinas Pengelola Pasar Kota Banjarmasin

Gambar II: Struktur Kepengurusan Pasar Tungging Belitong

1. Kepala Pasar

- a. Merealisasi target/ anggaran yang telah dibebankan.
- b. Mengawasi para penjual, karyawan dan petugas dalam menjalankan pekerjaan.
- c. Mengawasi keadaan dan kebersihan pasar.
- d. Mengecek dan mengevaluasi administrasi pembukuan di pasar.
- e. Mengajukan izin-izin yang diperlukan kepada kepala Dinas Pasar.
- f. Mencairkan segala bentuk tunggakan kontribusi kepada pedagang.

2. Staf.

- a. Membukukan hasil kutipan.
- b. Mengerjakan administrasi dan surat-surat yang masuk maupun yang keluar kedalam buku agenda.
- c. Membuat laporan bulanan atas pemakaian karcis kontribusi harian dan kuitansi bulanan dan segala pemakaian kuitansi lainnya.
- d. Membuat surat-surat izin, seperti surat izin pemakaian tempat berjualan.
- e. Ikut serta dalam mengawasi kebersihan pasar.

3. Pengutip

- a. Melaksanakan pengutipan kontribusi dari para pedagang.
- b. Membuat laporan hasil kutipan kontribusi kepada kepala pasar.
- c. Ikut serta melakukan pengawasan kebersihan dan keberadaan sarana dan prasarana pasar.
- d. Membuat laporan kepada kepala pasar mengenai kios atau stan yang tidak aktif/ tutup.

4. Satpam Pasar

- a. Menjaga keamanan dan ketertiban pasar secara keseluruhan.
- b. Mengatasi berbagai kericuhan dan segala tindakan kriminal yang terjadi di pasar sebelum diserahkan kepada pihak berwajib

5. PHL. Kebersihan

- a. Membersihkan sampah-sampah dan kotoran di areal pasar.

- b. Mengangkut sampah dari TPS ke truk pengangkut sampah.
- c. Memberihkan parit, selokan diseluruh areal pasar.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden Sampel Penelitian

Responden sampel penelitian ini sebanyak 30 konsumen dari populasi yang tidak terbatas. Dari pengumpulan data yang dilaksanakan 26 November sampai 10 Desember 2010 dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh data tentang jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	(%) Persentase
1	Laki-laki	13	43,33
2	Perempuan	17	56,67
Jumlah		30	100

Sumber: Diolah Dari Data Primer

Tabel 3.1 menunjukkan bahwa kebanyakan konsumen pasar Tungging Belitung Banjarmasin adalah berjenis kelamin perempuan yaitu 17 orang atau 66,67%, sedangkan kelamin laki-laki sebesar 13 responden (43,33%), sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 13 orang atau 43,33%.

2. Responden berdasarkan usia

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan diperoleh data tentang usia responden yang dapat dilihat pada table 3.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Responden Penelitian Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	(%) Persentase
1	16-< 25 tahun	10	33
2	26- < 35 tahun	12	40
3	36- < 50 tahun	6	20
4	Lebih dari 50 tahun	2	7
	Jumlah	30	100

Sumber: Diolah dari data primer

Tabel 4.2 menunjukkan konsumen Pasar Tunggging Belitung, responden paling banyak beusia 26 – < 35 tahun sebanyak 12 responden, yang berusia 16-< 25 tahun sebanyak 10 orang , yang berusia 36- < 50 tahun sebanyak 12 orang dan responden paling sedikit berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 1 responden.

3. Responden berdasarkan tingkat pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh data tentang pendidikan responden pasar Tunggging Belitung Banjarmasin. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Responden Penelitian Berdasarkan Tingkat Pendidikan

NO	Tingkat Pendidikan	Jumlah	(%) Persentase
1	SD	6	20
2	SMP	6	20
3	SMA	14	46,67
4	DIPLOMA	1	3,33
5	SARJANA	3	10
	Jumlah	30	100

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa konsumen pasar Tunggging Belitung Banjarmasin, paling sedikit berpendidikan DIPLOMA sebesar 1 responden (3,33%), sedangkan pendidikan paling banyak responden pasar Tunggging adalah berpendidikan SMA sebesar 14 Responden (46,66%).

4. Responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh data tentang pekerjaan responden yang dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan

No	Tingkat pekerjaan	Jumlah	(%) Persentase
1	Pegawai Swasta	9	30
2	Pegawai Negeri	4	13,33
3	Ibu Rumah Tangga	5	16,67
4	Pelajar/ Mahasiswa	12	40
	Jumlah	30	100

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa konsumen pasar Tunggging Belitung Banjarmasin yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 9 orang atau 30%, pegawai negeri sebanyak 4 orang atau 13,33%, ibu rumah tangga sebanyak 5 orang atau 16,67 %, dan konsumen yang berstatus pelaja/ mahasiswa sebanyak 12 orang atau 40%.

5. Responden berdasarkan penghasilan perbulan

Tabel 4.5 Penghasilan Responden

No	Besar Penghasilan	F	Persentase (%)
1.	≤ 250.000	4	13,33
2.	251.000 – 500.000	7	23,33
3.	501.000 – 750.000	8	26,67
4.	751.000 – 1.000.000	4	13,33
5.	$> 1.000.000$	7	23,33
	Jumlah	30	100

Tabel tersebut menunjukan bahwa konsumen pasar tungging Belitung paling banyak berpenghasilan 501.000 – 750.000 sebanyak 8 orang (26,67%), sedangkan paling sedikit adalah konsumen yang berpenghasilan ≤ 250.000 sebanyak 4 orang (13,33%) dan konsumen yang berpenghasilan $> 1.000.000$ sebanyak 7 orang atau 23,33 %.

6. Frekuensi belanja perbulan

Tabel 4.6 frekuensi belanja konsumen

No	Besar Penghasilan	F	Persentase (%)
1.	< = 2 kali	22	73,33
2.	3 – 5 kali	8	26,67
3.	6 – 8 kali	0	0
4.	9 – 10	0	0
5.	> 10	0	0
	Jumlah	30	100

Sumber: Data penelitian diolah

Tabel tersebut menunjukkan bahwa hanya terdapat 2 kategori frekuensi belanja dari 5 macam frekuensi yang diajukan oleh peneliti kepada responden, frekuensi paling besar yaitu < = 2 kali, sebanyak 22 responden (73,33%), sedangkan frekuensi belanja 3 – 5 kali sebanyak 8 orang (26,66%).

2. Data Tentang Kepuasan Konsumen ditinjau dari Faktor Produk

Gambaran tentang kepuasan konsumen berbelanja dipasar Tungging dilihat dari faktor produk dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

TABEL 5.1 KUALITAS PRODUK YANG DIJUAL DI PASAR TUNGGING

No	Kategori	F	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	6	20
2.	Setuju	14	46,67
3.	sedang	10	33,33
4.	Kurang setuju	0	0
5.	Sangat tidak setuju	0	0
	Jumlah	30	100

Tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa konsumen yang berpendapat sangat setuju persentasenya sangat sedikit yaitu sebanyak enam orang atau 20%, yang berpendapat setuju persentasenya sedang yaitu sebanyak 14 orang atau 46,67%, dan yang berpendapat sedang persentasenya sedikit. Dan tidak ada konsumen yang berpendapat kurang setuju dan sangat tidak setuju.

TABEL 5.2 KESESUAIAN BARANG YANG DIJUAL DENGAN HARGA YANG DITAWARKAN

No	Kategori	F	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	7	23,34
2.	Setuju	10	33,33
3.	sedang	10	33,33
4.	Kurang setuju	3	10
5.	Sangat tidak setuju	0	0
	Jumlah	30	100

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa konsumen yang berpendapat sangat setuju persentasenya sangat sedikit yaitu sebanyak 7 orang atau 23,34%, yang berpendapat setuju dan sedang juga sangat sedikit hanya sebanyak 10 orang atau 33,33% dan yang berpendapat kurang setuju persentasenya sangat sedikit hanya 3 orang atau 10% dan tidak ada responden yang berpendapat sangat tidak setuju.

TABEL 5.3 KELENGKAPAN DAN KETERSEDIAAN PRODUK YANG DIJUAL

No	Kategori	F	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	8	26,67
2.	Setuju	6	20
3.	sedang	14	46,67
4.	Kurang setuju	2	6,66
5.	Sangat tidak setuju	0	0
	Jumlah	30	100

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa konsumen yang berpendapat sangat setuju terhadap kelengkapan dan ketersediaan produk yang dijual persentasenya sedikit hanya sebanyak 8 orang atau 26,67%, yang berpendapat setuju persentasenya juga sedikit, yang berpendapat sedang persentasenya sedang yaitu sebanyak 14 orang atau 46,67%, yang kurang setuju sangat sedikit hanya 2 orang dan tidak ada konsumen yang berpendapat sangat tidak setuju.

TABEL 5.4 JAMINAN TERHADAP PRODUK YANG DIBELI

No	Kategori	F	Presentase (%)
1.	Ya	11	36,67
2.	Terkadang	9	30
3.	Tidak	8	26,67
4.	Tidak sama sekali	2	6,66
	Jumlah	30	100

Dari table diatas diketahui bahwa konsumen yang menyatakan Ya terhadap jaminan produk yang dibeli presentasinya sedikit 36,67%, yang berpendapat terkadang dan tidak presentasinya juga sedikit dan yang berpendapat tidak sama sekali persentasenya sangat sedikit 6,66%.

TABEL 5.5 CEPAT DAN TANGGAPNYA PASAR TERHADAP PRODUK YANG BARU MUNCUL

No	Kategori	F	Presentase(%)
1.	Sangat setuju	7	23,33
2.	Setuju	17	56,67
3.	Sedang	6	20
4.	Kurang setuju	0	0
5.	Sangat tidak setuju	0	0
	Jumlah	30	100

Tabel tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang berpendapat sangat setuju dan sedang presentasinya sedikit yaitu 23,33% dan 20%, yang berpendapat setuju

presentasinya sedang yaitu sebanyak 17 orang atau 56,67% dan sama sekali tidak ada konsumen yang berpendapat kurang setuju dan sangat tidak setuju.

Dari table-tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel produk terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

TABEL 5.5 GAMBARAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DILIHAT DARI FAKTOR PRODUK

No	Kategori	F	Persentasenya (%)
1.	Sangat Puas	5	16,67
2.	Puas	23	76,67
3.	Sedang	2	6,66
4.	Kurang puas	0	0
5	Sangat Kurang puas	0	0
	Jumlah (orang)	30	100

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa dari 30 konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini, yang berpendapat sangat puas dalam berbelanja dipasar Tungging Belitung sebanyak 5 orang atau 16,67%, bisa dikatakan persentasenya sangat sedikit sedangkan yang menyatakan puas sebanyak 23 orang atau 76,67%, bisa dikatakan persentasenya banyak, konsumen yang menyatakan sedang sebanyak 2 orang, persentasenya sangat sedikit dan tidak ada konsumen yang menyatakan kurang puas dan sangat kurang puas.

3. Data Tentang Kepuasan Konsumen diTinjau dari Faktor Pelayanan

Gambaran tentang kepuasan konsumen berbelanja dipasar Tungging dilihat dari faktor pelayanan dapat dilihat pada table-tabel berikut ini:

TABEL 6.1 PELAYANAN YANG DIBERIKAN RAMAH DAN CEKATAN

No	Kategori	F	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	0	0
2.	Setuju	7	23,33
3.	Sedang	15	50
4.	Kurang setuju	3	10
5.	Sangat tidak setuju	5	16,67
	Jumlah	30	100

Tabel tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang menyatakan pelayanan yang diberikan ramah dan cekatan, yang berpendapat setuju dan sangat tidak setuju presentasinya sedikit, yang berpendapat sedang presentasinya sedang yaitu 15 orang atau 50% dan yang berpendapat kurang setuju presentasinya sangat sedikit yaitu 3 orang atau 10%.

TABEL 6.2 RASA AMAN SELAMA BERBELANJA

No	Kategori	F	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	0	0
2.	Setuju	1	3,33
3.	Sedang	16	53,33
4.	Kurang setuju	11	36,67
5.	Sangat tidak setuju	2	6,67
	Jumlah	30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui mengenai keamanan konsumen waktu berbelanja, konsumen yang menyatakan setuju dan sangat tidak setuju presentasinya sangat sedikit sedangkan yang menyatakan sedang presentasinya sedang yaitusebanyak 16 orang atau 53,33% dan kurang setuju presentasinya sedikit yaitu 11 orang atau 36,67%, dan tidak ada konsumen yang menyatakan sangat setuju terhadap rasa aman yang dirasakan konsumen selama berbelanja di Pasar Tunggging Belitung.

TABEL 6.3 KEADAAN JUMLAH KEAMANAN PASAR

No	Kategori	F	Presentase(%)
1.	Cukup	0	0
2.	Sedang	18	60
3.	Kurang	12	40
	Jumlah	30	100

Dari 30 responden yang menyatakan jumlah keamanan pasar tungging yang berpendapat sedang sebanyak 18 orang atau 60% bisa dikatakan presentasinya sangat banyak, sedangkan yang menyatakan kurang sebanyak 12 orang atau 40% dengan presentasi sebanyak, dan tidak ada konsumen yang berpendapat cukup.

TABEL 6.4 PELAYANAN YANG DIBERIKAN KATEGORI RAMAH DAN CEKATAN

No	Kategori	F	Presentase(%)
1.	Sangat setuju	0	0
2.	Setuju	0	0
3.	Sedang	14	46,66
4.	Kurang setuju	8	26,67
5.	Sangat tidak setuju	8	26,67
	Jumlah	30	100

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa pendapat konsumen yang menyatakan pelayanan yang diberikan oleh penjual dan pengelola pasar, yang berpendapat sedang presentasinya sedang yaitu sebanyak 14 orang atau 46,66%, yang berpendapat kurang setuju dan sangat tidak setuju presentasinya sedikit sebanyak 8 orang atau 26,67% dan tidak ada konsumen yang berpendapat sangat setuju dan setuju.

TABEL 6.5 KENYAMANAN YANG DIRASAKAN SELAMA BERBELANJA

No	Kategori	F	Presentase(%)
1.	Sangat setuju	0	0
2.	Setuju	4	13,33
3.	Sedang	13	43,34
4.	Kurang setuju	7	23,33
5.	Sangat tidak setuju	6	20
	Jumlah	30	100

Tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa konsumen yang berpendapat sedang presentasinya sedang 43,34%, yang berpendapat kurang setuju dan sangat tidak setuju presentasinya sedikit, dan yang berpendapat setuju presentasinya sangat sedikit 13,33%

TABEL 6.6 FASILITAS UMUM YANG ADA DI PASAR DALAM KEADAAN BAIK

No	Kategori	F	Presentase(%)
1.	Sangat setuju	1	3,33
2.	Setuju	3	10
3.	Sedang	7	23,34
4.	Kurang setuju	9	30
5.	Sangat tidak setuju	10	33,33
	Jumlah	30	100

Dari tabel tersebut di atas dapat diketahui pendapat konsumen mengenai fasilitas umum yang ada di pasar dalam keadaan baik, yang berpendapat sangat setuju

dan setuju persentasenya sedikit dan yang berpendapat sedang, kurang setuju dan sangat tidak setuju persentasenya juga sedikit.

Dari 30 orang konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini atau 100% responden menyatakan bahwa tidak ada ketersediaan papan penunjuk untuk memudahkan produk yang dicari.

Dari table-tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

TABEL 6.7 GAMBARAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DILIHAT DARI FAKTOR PELAYANAN

No	Kategori	F	Persentasenya (%)
1.	Sangat Puas	0	0
2.	Puas	1	3,33
3.	Sedang	20	66,67
4.	Kurang puas	9	30
5	Sangat Kurang puas	0	0
	Jumlah (orang)	30	100

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa dari 30 orang konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini, konsumen yang berpendapat puas persentasenya sangat sedikit yaitu hanya satu orang, yang berpendapat sedang persentasenya banyak yaitu sebanyak 20 orang atau 66,67% dan yang berpendapat kurang puas persentasenya sedikit yaitu sebanyak 9 orang atau 30% dan tidak ada konsumen yang berpendapat sangat puas dan sangat kurang puas.

4. Data Tentang Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Faktor Lokasi

Gambaran tentang kepuasan konsumen berbelanja dipasar Tungging dilihat dari faktor pelayanan dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

TABEL 7.1 LOKASI PASAR STRATEGIS DAN MUDAH DIJANGKAU

No	Kategori	F	Presentase(%)
1.	Sangat setuju	0	0
2.	Setuju	4	13,33
3.	Sedang	9	30
4.	Kurang setuju	14	46,67
5.	Sangat tidak setuju	3	10
	Jumlah	30	100

Dari tabel tersebut di atas dapat diketahui pendapat konsumen tentang lokasi pasar strategis dan mudah di jangkau. Adapun yang berpendapat setuju dan sangat tidak setuju presentasenya sangat sedikit, dan yang berpendapat sedang presentasenya sedikit 30%, sedangkan yang berpendapat kurang setuju presentasenya sedang yaitu sebanyak 14 orang atau 46,67%.

TABEL 7.2 FASILITAS UMUM TERSEDIA DAN LENGKAP

No	Kategori	F	Presentase(%)
1.	Sangat setuju	0	0
2.	Setuju	0	0
3.	Sedang	15	50
4.	Kurang setuju	13	43,33
5.	Sangat tidak setuju	2	6,67
	Jumlah	30	100

Tabel tersebut menunjukkan sejauh mana tanggapan konsumen mengenai kelengkapan dan ketersediaan fasilitas umum yang ada di Pasar Tungging Belitung. Konsumen yang berpendapat sedang dan kurang setuju persentasenya sedang yaitu masing-masing 50 dan 43,33% dan yang berpendapat sangat tidak setuju persentasenya sangat sedikit, sedangkan untuk kategori sangat setuju dan setuju, tidak ada konsumen yang berpendapat demikian.

TABEL 7.3 TEMPAT PARKIR LUAS DAN MENCUKUPI

No	Kategori	F	Presentase(%)
1.	Sangat setuju	0	0
2.	Setuju	1	3,33
3.	Sedang	5	16,67
4.	Kurang setuju	13	43,33
5.	Sangat tidak setuju	11	36,67
	Jumlah	30	100

Dari tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa konsumen yang berpendapat setuju dan netral persentasenya sangat sedikit dan yang berpendapat kurang setuju dan sangat tidak setuju persentasenya sedang.

TABEL 7.4 SUASANA PASAR YANG NYAMAN DAN MENYENANGKAN

No	Kategori	F	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	1	3,33
2.	Setuju	6	20
3.	Sedang	12	40
4.	Kurang setuju	7	23,34
5.	Sangat tidak setuju	4	13,33
	Jumlah	30	100

Dari tabel tersebut di atas dapat diketahui tanggapan konsumen mengenai suasana pasar yang nyaman dan menyenangkan. Adapun konsumen yang berpendapat sangat setuju, setuju dan sangat tidak setuju presentasinya sangat sedikit sedangkan yang berpendapat sedang dan kurang setuju presentasinya sedang.

TABEL 7.5 KONDISI PASAR DALAM KEADAAN BERSIH

No	Kategori	F	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	0	0
2.	Setuju	3	10
3.	Sedang	9	30
4.	Kurang setuju	15	50
5.	Sangat tidak setuju	3	10
	Jumlah	30	100

Tabel di atas menunjukkan bahwa tidak ada konsumen yang berpendapat setuju, yang berpendapat setuju dan sangat tidak setuju presentasinya sangat sedikit yaitu sebanyak 3 0orang atau 10%, yang berpendapat sedang presentasinya sedikit sedangkan yang berpendapat kurang setuju presentasinya sedang yaitu sebanyak 15 orang atau 50%.

TABEL 7.6 BARANG YANG DIJUAL DIPASAR TERTATA DAN TERKELOMPOK SESUAI DENGAN JENIS BARANG

No	Kategori	F	Presentase(%)
1.	Sangat setuju	0	0
2.	Setuju	0	0
3.	Sedang	1	3,33
4.	Kurang setuju	11	36,67
5.	Sangat tidak setuju	18	60
	Jumlah	30	100

Tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa tidak ada konsumen yang berpendapat sangat setuju dan setuju dan yang berpendapat sedang presentasinya sangat sedikit, yang berpendapat kurang setuju presentasinya sedang dan yang berpendapat sangat tidak setuju presentasinya sedang ayitu sebanyak 18 orang atau 60%.

Dari table-tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 7.7 GAMBARAN KEPUASAN KONSUMEN DILIHAT DARI FAKTOR
LOKASI

No	Kategori	F	Persentasenya (%)
1.	Sangat Puas	0	0
2.	Puas	0	0
3.	Sedang	22	73,33
4.	Kurang puas	8	26,67
5	Sangat Kurang puas	0	0
	Jumlah (orang)	30	100

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa dari 30 orang konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini, tidak ada konsumen yang berpendapat sangat puas dan puas. Konsumen yang berpendapat sedang sebanyak 22 orang atau 73,33% dengan presentase cukup banyak sedangkan yang berpendapat kurang puas sebanyak 8 orang atau 26,67% dengan presentase sedikit dan tidak ada responden yang berpendapat sangat puas dan kurang puas.

C. Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah konsumen merasa puas berbelanja di Pasar Tunggging Belitung ditinjau dari faktor bauran pemasaran (produk, pelayanan dan lokasi), selain itu juga penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan dalam berbelanja di Pasar Tunggging Belitung Banjarmasin. Hasil penelitian ini merupakan

pengolahan data yang peneliti peroleh di lapangan yang dilakukan dengan observasi ataupun data-data yang diperoleh dari jawaban kuesioner.

1. Kepuasan Konsumen di Lihat Dari Variabel Produk

Berdasarkan penyajian data dari 30 orang responden menunjukkan bahwa variabel produk relatif lebih besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen berdasarkan perhitungan presentase di dibandingkan dengan variabel penelitian lainnya (Pelayanan dan lokasi). Dilihat dari variabel produk responden yang berpendapat sangat puas sebanyak 5 orang atau 16,67%, yang berpendapat puas paling dominan yaitu sebanyak 23 orang atau 76,67% dan yang berpendapat sedang hanya 2 orang responden saja atau 6,66%.

Tingginya tingkat kepuasan konsumen dilihat dari variabel produk ini didukung oleh kualitas produk yang dijual dipasar Tungging yang sudah baik. Yang mana 6 orang atau 20 % konsumen menyatakan sangat setuju dan 14 orang atau 46,67% konsumen menyatakan setuju. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari para penjual di Pasar Tungging Belitung, mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen. Selain itu, kesesuaian harga dengan barang yang dijual juga merupakan faktor yang positif membentuk kepuasan konsumen. Produk yang dijual dan yang dicari konsumen juga sudah tersedia dengan lengkap sehingga konsumen dapat memilih produk sesuai dengan keinginannya dan dapat menghemat waktu dalam berbelanja.

Sebanyak 40% konsumen menyatakan setuju dan 30% konsumen menyatakan sedang bahwa mereka mendapat jaminan terhadap produk yang dibeli sehingga apabila konsumen merasa bermasalah terhadap produk tersebut seperti kekecilan ataupun ternyata terdapat cacat setelah dibawa kerumah maka konsumen dapat mengembalikan produk tersebut atau menukarnya dengan barang yang sesuai diinginkan. Hal ini sesuai dengan landasan teori bahwa jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban penjual barang atas produknya kepada konsumen, di mana para konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak bisa berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan atau konsumen akan mendapatkan barang yang sesuai.

Pada penelitian ini variabel produk di uji dengan 5 buah pertanyaan yaitu tanggapan konsumen mengenai:

1. Kualitas produk yang ditawarkan
2. Kesesuaian antara harga dan barang yang dijual
3. Kelengkapan dan ketersediaan produk yang dijual
4. Adanya jaminan terhadap produk yang dibeli
5. Tanggapnya pasar terhadap produk yang baru muncul.

Fakta empirik menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan para penjual di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin berpengaruh positif dan mampu mempengaruhi konsumen dalam hal kepuasan berbelanja. Hal ini sesuai dengan konsep pemasaran bahwa tujuan dari keberagaman produk adalah untuk

menginformasikan kehadiran produk yang ditawarkan, jadi diharapkan calon konsumen tahu bahwa produk yang ditawarkan adalah beragam.

Kegiatan penjualan dipasar sebagai penyampaian produk kekonsumen akhir akan dipengaruhi oleh masyarakat yang turut berperan menciptakan mekanisme operasional itu. Perencanaan produk merupakan salah satu unsur pokok strategi pemasaran. Para penjual di Pasar Tungging Belitung harus memperhatikan kombinasi jenis-jenis barang yang ditawarkan dan selalu mengevaluasi apakah terdapat keseimbangan dalam laba yang dihasilkan dan pertumbuhan penjualan diantara berbagai jenis produk yang ditawarkan.

2. Kepuasan Konsumen dilihat Dari Variabel Pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian analisis deskriptif persentase menunjukkan bahwa variabel pelayanan kurang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari 30 orang responden dalam penelitian ini, tidak ada seorangpun yang berpendapat tingkat kepuasan mereka berbelanja dipasar Tungging sangat puas dan yang berpendapat puas hanya 1 orang saja atau 3,33%, yang berpendapat sedang 20 orang responden atau 66,67% dan 9 orang atau 30,00% yang berpendapat kurang puas.

Faktor utama rendahnya tingkat kepuasan dari segi pelayanan ini disebabkan oleh masih kurangnya para petugas keamanan pasar, sehingga para konsumen yang datang berbelanja masih betul-betul belum merasa aman dan nyaman. Selain itu masih minimnya fasilitas umum yang disediakan oleh pihak pengelola pasar dan

tidak adanya papan petunjuk untuk memudahkan produk yang dicari oleh konsumen. Hal-hal demikian menjadi penyebab masih rendahnya variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Rendahnya pelayanan yang diberikan oleh Pasar Tunggging Belitung bisa menyebabkan konsumen yang membeli merasa tidak dihargai dan tidak puas sehingga konsumen tidak melakukan pembelian ulang dan pindah ke pasar lain. Hal ini akan berakibat pada menurunnya jumlah pengunjung dan pada akhirnya nanti keputusan pembelian akan mengalami penurunan. Dalam penelitian ini variabel pelayanan diuji dengan 7 buah pertanyaan, yaitu tanggapan kosumen mengenai:

1. Kecepatan
2. Ketepatan
3. Keamanan
4. Keramahan
5. Kenyamanan
6. Kelengkapan fasilitas umum
7. Ketersediaan papan penunjuk untuk memudahkan mencari produk yang dicari

3. Kepuasan Konsumen dilihat Dari Variabel Lokasi

Dari hasil penelitian, variabel lokasi juga masih belum berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dari 30 orang responden tidak seorang pun yang menyatakan tingkat kepuasan mereka berbelanja sangat puas dan puas. Hanya 22 orang atau 73,33% responden yang berpendapat sedang dan 8 orang atau 26,66% yang berpendapat kurang puas.

Lokasi pasar Tungging Belitung yang terletak di jalan Belitung Darat kelurahan Kuin Cerucuk ini termasuk lokasi yang strategis karena masih berada diwilayah Kota Banjarmasin, dengan berbagai akses kesana konsumen bisa berkunjung. Adapun yang menyebabkan rendahnya kontribusi variabel ini terhadap kepuasan konsumen adalah masih kurangnya wadah parkir yang disediakan oleh pengelola pasar, sehingga sebagian konsumen harus memarkir kendaraan mereka diluar area pasar. Adapun tanggapan konsumen mengenai kebersihan pasar masih relative dengan tidak adanya konsumen yang berpendapat kurang setuju atau sangat tidak setuju. Kemudian mengenai tidak adanya penataan dan pengelompokan barang. Kondisi para penjual saat ini campur baur antara satu jenis barang dagangan dengan jenis barang lainnya.

Dalam penelitian ini variabel lokasi diuji dengan 6 buah pertanyaan, yaitu tanggapan kosumen mengenai:

1. Letak yang strategis
2. Tersedianya fasilitas umum
3. Tempat parkir yang luas
4. Suasana yang nyaman di dalam pasar
5. Kebersihan pasar
6. Penataan dan pengelompokan barang yang dijual

Kepuasan konsumen menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian ulang untuk berikutnya atau tidak. Ketika konsumen merasa puas para penjual harus memperhatikan hubungan dengan mereka, ketika mereka tidak puas para penjual harus mencoba mencari penyebab ketidakpuasan tersebut. Untuk itu selayaknya bagi pihak pengelola dan penjual pasar Tunggging betul-betul memperhatikan masalah ini. Dalam persaingan usaha perdagangan yang semakin ketat saat ini masing-masing penjual ingin menarik pelanggan agar tetap membeli barang kepadanya.

4. Kepuasan Konsumen Berbelanja di Pasar Tunggging Belitung Banjarmasin

Dari ketiga variabel yang menjadi bahan dalam mengevaluasi kepuasan konsumen berbelanja diperoleh hasil bahwa total skor untuk variabel lokasi berjumlah 549, hasil ini apabila disesuaikan dengan tingkat kepuasan maka kategori pendapat konsumen tentang kepuasan mereka dalam berbelanja adalah puas. Sedangkan apabila dipersentasikan kepada ketiga variabel dalam penelitian ini maka total skor yang diperoleh variabel produk sebesar 40%. Untuk variabel pelayanan total skor yang didapat berjumlah 446. Hasil ini apabila disesuaikan dengan tingkat kepuasan maka kategori pendapat konsumen tentang kepuasan mereka dalam berbelanja kategori sedang. Dan apabila dipersentasikan kepada ketiga variabel dalam penelitian ini maka total skor yang diperoleh variabel pelayanan sebesar 32%. Sedangkan untuk variabel lokasi total skor yang didapat sebanyak 400, hasil ini apabila disesuaikan dengan tingkat kepuasan maka kategori pendapat konsumen

tentang kepuasan mereka dalam berbelanja juga termasuk kategori sedang. Sedangkan apabila dipersentasikan kepada ketiga variabel dalam penelitian ini maka total skor yang di peroleh variabel lokasi sebesar 32%.