

# **Karakteristik Pasar Ngasem Ditinjau dari Aspek Ekonomi, Sosial, dan Geografi**



**Disusun Oleh:**

**KELOMPOK 5 / X6:**

- 1. AHMAD AFNAN KAMIL / 1**
- 2. ALVIAN PUTRA ARDITI / 3**
- 3. FATHANIA HELGA SELISTYA / 16**
- 4. MOCHAMMAD ALFINO ANDRIANSYAH / 23**
- 5. TIFANY FITRIA YULINAR / 33**
- 6. ZHIDAN RIFQI SHAKA / 35**

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Daftar Isi .....	ii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Abstraksi .....	1
1.2 Latar Belakang .....	2
1.3 Rumusan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	4
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Penentuan Variabel Penelitian .....	6
3.2 Teknik Pengambilan Data .....	6
3.3 Rancangan Analisis Data .....	7
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
4.1 Kesimpulan .....	8
4.2 Saran .....	8
DAFTAR PUSTAKA .....	9

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik Pasar Ngasem ditinjau dari aspek ekonomi, sosial, dan geografi. Pasar Ngasem merupakan salah satu pasar tradisional yang memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas perekonomian masyarakat lokal. Dari aspek ekonomi, Pasar Ngasem berfungsi sebagai pusat distribusi barang kebutuhan sehari-hari, tempat berlangsungnya transaksi antara pedagang dan konsumen, serta sumber mata pencaharian bagi sebagian besar pelaku usaha kecil dan menengah. Dari aspek sosial, pasar ini menjadi ruang interaksi sosial yang intensif, mencerminkan nilai-nilai kebersamaan, budaya tawar-menawar, serta hubungan sosial yang erat antara pedagang dan pembeli. Sementara itu, ditinjau dari aspek geografi, lokasi Pasar Ngasem yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar mendukung tingginya aktivitas perdagangan dan mobilitas pengunjung. Kondisi lingkungan fisik pasar, termasuk tata letak, aksesibilitas, dan fasilitas pendukung, turut memengaruhi kenyamanan dan kelancaran kegiatan pasar. Secara keseluruhan, Pasar Ngasem tidak hanya berperan sebagai pusat kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan geografis yang memiliki kontribusi signifikan terhadap kehidupan masyarakat setempat.

### **1.2 Latar Belakang Masalah**

Menurut Khairani dan Soviyanti (2022), penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan tata ruang terhadap minat beli konsumen di Toko Laris Manis Brakas Ra'as, Kabupaten Sumenep. Dalam konteks persaingan bisnis ritel yang semakin ketat, dijelaskan bahwa toko ritel lokal tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk yang berkualitas, tetapi juga harus mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan berkesan bagi konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, di mana pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 60 responden yang merupakan konsumen aktif toko tersebut. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan tata ruang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, baik secara simultan maupun parsial. Lebih lanjut, dimensi pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, dan empati dinyatakan berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Selain itu, tata ruang toko yang tertata rapi dan memberikan kenyamanan juga dinilai mampu mendorong intensi pembelian konsumen. Temuan tersebut sejalan dengan teori Stimulus–Organism–Response (SOR) yang menyatakan bahwa lingkungan toko sebagai stimulus dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan menghasilkan respons berupa keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi pemasaran ritel berbasis pengalaman pelanggan, khususnya pada wilayah kepulauan dengan karakteristik sosial dan budaya yang khas.

Pasar tradisional merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi dan sosial masyarakat yang hingga saat ini masih memiliki peranan penting. Pasar Ngasem sebagai salah satu pasar tradisional di Kota Yogyakarta memiliki karakteristik yang khas, terutama karena letaknya yang strategis di kawasan pertigaan, serta berhadapan langsung dengan pemukiman warga. Kondisi tersebut menjadikan Pasar Ngasem mudah diakses dan ramai dikunjungi masyarakat, khususnya pada waktu-waktu tertentu. Namun, dibalik perannya sebagai pusat aktivitas ekonomi, Pasar Ngasem juga menghadapi permasalahan yang perlu dikaji lebih mendalam.

Dilihat dari aspek ekonomi, sistem pembayaran di Pasar Ngasem masih didominasi oleh transaksi tunai menggunakan uang kertas dan logam. Meskipun demikian, perkembangan teknologi mulai mempengaruhi pola transaksi melalui penerapan pembayaran non-tunai berbasis QRIS yang telah digunakan oleh sebagian pedagang. Pembayaran non-tunai umumnya dimanfaatkan oleh wisatawan dan generasi muda, sementara masyarakat lokal dan lansia cenderung tetap memilih transaksi tunai. Selain itu, ketersediaan infrastruktur pendukung seperti jaringan internet belum sepenuhnya memadai, terutama di area pasar yang padat pengunjung. Kondisi ini berdampak pada kelancaran transaksi dan dapat memperlambat pelayanan ketika pasar berada dalam kondisi ramai.

Dari sudut pandang sosiologi, Pasar Ngasem tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli saja, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial masyarakat. Aktivitas tawar-menawar masih menjadi kebiasaan yang mencerminkan nilai dan tradisi pasar tradisional. Hubungan antara pedagang dan pembeli terjalin cukup erat, bahkan sering kali melampaui hubungan ekonomi semata. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah permasalahan sosial, seperti kondisi parkir yang kurang teratur, perilaku pengendara yang kurang tertib di area pasar, serta sikap tidak sabar dari sebagian pengunjung. Selain itu, perbedaan penataan lapak dan penentuan harga juga masih ditemukan, meskipun pedagang menunjukkan sikap ramah dalam melayani pembeli.

Ditinjau dari aspek geografi, Pasar Ngasem mengalami perubahan fungsi lahan dari kawasan danau menjadi pasar burung, yang kemudian beralih fungsi menjadi pasar tradisional. Perubahan fungsi lahan tersebut berdampak pada berkurangnya daerah resapan air sehingga berpotensi menimbulkan genangan maupun banjir. Aktivitas perdagangan di pasar juga mempengaruhi kualitas lingkungan, khususnya tanah dan air, akibat limbah pasar yang belum dikelola secara optimal. Secara geologis, daerah Pasar Ngasem didominasi oleh tanah aluvial yang berpotensi menimbulkan permasalahan kestabilan bangunan, penurunan tanah, serta permasalahan pada sistem drainase.

Mengesampingkan permasalahan tersebut, Pasar Ngasem juga mempunyai potensi yang bisa dikembangkan. Letaknya yang berada di daerah wisata budaya Kota Yogyakarta, menjadikan pasar ini berpeluang besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis pasar tradisional. Keunikan aktivitas jual beli, interaksi sosial, serta keberagaman barang yang dijual dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Upaya pengelolaan Pasar Ngasem perlu dilakukan secara terpadu dengan melibatkan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, pengelola pasar, pedagang, serta masyarakat sekitar. Penataan area parkir, peningkatan infrastruktur pendukung, pengelolaan limbah, serta edukasi penggunaan pembayaran non-tunai dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi aktivitas pasar. Selain itu, pelestarian nilai sosial dan budaya pasar tradisional juga perlu diperhatikan agar identitas Pasar Ngasem tetap terjaga.

Berdasarkan uraian tersebut, bisa disimpulkan bahwa Pasar Ngasem memiliki permasalahan dan potensi yang berkaitan antara aspek ekonomi, sosial, dan geografi. Oleh sebab itu, diperlukan kajian yang terintegrasi dan berkelanjutan untuk memahami kondisi Pasar Ngasem secara utuh. Hasil kajian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam perencanaan pengelolaan Pasar Ngasem yang lebih tertib, efektif, berwawasan lingkungan serta budaya.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh tata letak pasar yang berantakan dan sempit terhadap kenyamanan pembeli di pasar tradisional?
2. Bagaimana kondisi pasar yang sangat ramai mempengaruhi minat pembeli untuk berbelanja di pasar tradisional?
3. Bagaimana dampak ketidaknyamanan berbelanja di pasar tradisional terhadap peralihan masyarakat ke pasar modern atau toko online?
4. Bagaimana perubahan tata letak lapak bisa berpengaruh ke peningkatan aliran pengunjung yang lancar?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh tata letak pasar yang berantakan dan sempit terhadap kenyamanan pembeli di pasar tradisional.
2. Untuk menganalisis pengaruh tingkat keramaian pasar terhadap kemudahan pembeli dalam membeli barang.
3. Untuk mengetahui dampak kondisi pasar tradisional terhadap minat masyarakat beralih ke pasar modern atau toko online.
4. Untuk mengetahui dampak perubahan tata letak lapak Pasar Ngasem ke aliran pengunjung.

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **A. Pendahuluan**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan proses tawar-menawar serta hubungan sosial yang erat antara pelaku pasar. Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dengan bentuk kios, los, atau lapak, dan sebagian besar transaksi dilakukan secara langsung. Pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pusat ekonomi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial masyarakat.

##### **B. Teori Utama**

###### **1. Teori Tata Letak Pasar**

Tata letak pabrik atau fasilitas produksi dijelaskan sebagai suatu pengaturan dalam penentuan posisi fasilitas yang mempertimbangkan aliran perpindahan bahan, luas area, serta faktor pendukung lainnya. Penerapan tata letak yang baik dapat menciptakan kondisi operasional yang lebih efektif dan efisien, yang tercermin dari meningkatnya pemanfaatan ruang, peralatan, dan tenaga kerja, kelancaran aliran informasi, barang, maupun orang, meningkatnya moral karyawan yang didukung oleh lingkungan kerja yang aman, terjalinnnya interaksi yang lebih baik dengan pelanggan, serta adanya fleksibilitas dalam melakukan perubahan tata letak guna mengantisipasi perkembangan industri.

Arianty (2013) menjelaskan bahwa pasar modern pada umumnya telah mengadaptasi tata letak ritel yang terencana dengan baik, sedangkan pasar tradisional cenderung belum menerapkan tata letak secara optimal dan konsisten. Kondisi tersebut menyebabkan pasar tradisional sering kali terkesan semrawut dalam proses operasionalnya. Ditinjau dari aspek tata letak, pasar modern dinilai lebih nyaman karena memiliki area yang lebih luas, penataan barang yang teratur dan mudah dijangkau oleh konsumen, kondisi lingkungan yang bersih, tidak becek, serta didukung oleh fasilitas pendingin ruangan. Sebaliknya, pasar tradisional sering kali dipersepsikan sebagai lingkungan yang kumuh dengan penataan kios yang kurang rapi, jarak antar kios yang sempit sehingga menghambat pergerakan pembeli, serta kondisi lantai yang becek. Selain itu, dari sisi harga, konsumen di pasar tradisional umumnya masih harus melakukan proses tawar-menawar untuk memperoleh harga yang sesuai.

###### **2. Pertimbangan Lokasi Dalam Pembangunan Pasar**

Menurut Park, et al.,(2006) emosi adalah sebuah efek dari mood yang merupakan faktor penting konsumen dalam keputusan pembelian. Faktor perasaan/emosi merupakan konstruk yang bersifat temporer karena berkaitan dengan situasi atau objek tertentu. Emosi diklasifikasikan menjadi dua dimensi emosi positif dan negatif. Emosi positif dapat ditimbulkan oleh suasana hati individu yang sudah ada sebelumnya, disposisi afektif, dan reaksi terhadap lingkungan (misalnya item yang diinginkan, promosi penjualan).

### **C. Studi Terkini**

Menurut Tjiptono (2014: 161), tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang dibentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap suatu jasa dapat dipengaruhi oleh atmosfer (suasana) yang dibentuk oleh eksterior dan interior fasilitas jasa bersangkutan. Atmosfer elegan, misalnya, seringkali menimbulkan persepsi status sosial tertentu.

### **D. Kritik dan Kesenjangan Penelitian**

Teori utama mengenai tata letak pasar menekankan pentingnya pemilihan lokasi yang strategis dengan mempertimbangkan faktor eksternal seperti aksesibilitas, kondisi lingkungan, jumlah dan karakteristik penduduk, peruntukan lahan, serta dukungan fasilitas dan kebijakan pemerintah. Sementara itu, studi terkini lebih berfokus pada pengaturan tata letak internal fasilitas melalui pendekatan Systematic Layout Planning (SLP), yang bertujuan meningkatkan efisiensi operasional, kelancaran alur aktivitas, serta kenyamanan kerja dengan menganalisis hubungan antar unit secara sistematis. Perbedaan fokus ini menunjukkan bahwa teori utama berorientasi pada skala makro dalam perencanaan pasar, sedangkan studi terkini bergerak pada skala mikro dalam pengelolaan ruang internal. Meskipun demikian, kedua pendekatan tersebut saling melengkapi, karena keberhasilan sebuah pasar tidak hanya ditentukan oleh lokasi yang tepat, tetapi juga oleh tata letak internal yang efisien dan terorganisir dengan baik, sehingga mampu mendukung kelancaran aktivitas jual beli secara berkelanjutan.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Penentuan Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Geografi  
Aspek geografi dalam penelitian ini berkaitan dengan kondisi fisik dan keruangan Pasar Ngasem. Variabel ini meliputi tata letak kios pedagang, lebar lorong pasar, kepadatan ruang, serta kemudahan akses bagi pembeli saat berkeliling di pasar. Tata letak yang kurang teratur dan lorong yang sempit menyebabkan terjadinya penumpukan pengunjung, sehingga mengganggu kenyamanan berbelanja.
2. Aspek Sosial  
Aspek sosial berkaitan dengan aktivitas dan interaksi yang terjadi di dalam Pasar Ngasem. Variabel ini meliputi hubungan antara pedagang dan pembeli, tingkat keramaian pasar, kenyamanan pembeli, serta perilaku pengunjung saat berbelanja. Keramaian yang berlebihan dapat menimbulkan ketidaknyamanan, seperti sulit bergerak, antrean panjang, dan kurangnya ruang interaksi yang nyaman.
3. Aspek Ekonomi  
Aspek ekonomi berkaitan dengan kegiatan jual beli di Pasar Ngasem. Variabel ini meliputi jumlah pembeli, tingkat pendapatan pedagang, kelancaran transaksi, serta daya tarik pasar tradisional dibandingkan dengan pasar modern dan toko online. Kondisi pasar yang kurang nyaman dapat memengaruhi jumlah pembeli dan pendapatan pedagang.
4. Dampak Penelitian  
Dampak yang diamati dalam penelitian ini adalah perubahan minat masyarakat dalam memilih tempat berbelanja. Ketidaknyamanan akibat pasar yang ramai dan sempit menyebabkan sebagian masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern atau melalui toko online.

#### **3.2 Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data yang akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi Lingkungan  
Observasi dilakukan dengan mengunjungi langsung Pasar Ngasem untuk mengamati kondisi fisik pasar, tata letak kios, lebar lorong, serta kepadatan pengunjung. Observasi juga dilakukan untuk melihat aktivitas pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli.
2. Dokumentasi  
Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung penelitian, berupa foto kondisi pasar, denah tata letak pasar, serta data jumlah pedagang dan pengunjung jika tersedia.

### 3.3 Rancangan Analisis Data

**1. Tujuan Analisis**

Menganalisis hubungan antara tata letak pasar tradisional yang berantakan dan sempit dengan tingkat kenyamanan pembeli serta dampaknya terhadap minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional.

**2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian: Pembeli dan pedagang di pasar tradisional

Objek penelitian: Tata letak pasar tradisional, tingkat kepadatan pengunjung, kenyamanan pembeli, serta minat masyarakat dalam berbelanja di pasar tradisional

**3. Variabel yang Dianalisis**

Variabel penyebab: Tata letak pasar yang masih berantakan dan sempit

Variabel masalah utama: Pasar sangat ramai sehingga pembeli kesulitan untuk membeli barang

Variabel dampak: Masyarakat lebih memilih pasar modern atau toko online sehingga pasar tradisional sepi peminat

**4. Sumber Data**

Observasi langsung kondisi pasar tradisional

Kuesioner atau wawancara kepada pembeli dan pedagang

Data pendukung dari artikel atau laporan terkait

**5. Teknik Pengumpulan Data**

Observasi lapangan

Penyebaran kuesioner

Wawancara singkat

**6. Teknik Analisis Data**

Analisis deskriptif untuk menggambarkan kondisi pasar

Analisis sebab-akibat antara tata letak, kepadatan, dan minat berbelanja

Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis

**7. Hasil yang Diharapkan**

Diketahui bahwa tata letak pasar yang tidak tertata dan sempit menurunkan kenyamanan pembeli, sehingga masyarakat beralih ke pasar modern atau toko online.

## **BAB 4**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kondisi Pasar Ngasem sebagai pasar tradisional memiliki peran penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Namun, tata letak pasar yang kurang tertata dan lorong yang relatif sempit menyebabkan tingkat kepadatan pengunjung menjadi tinggi, terutama pada jam-jam tertentu. Kondisi tersebut berdampak pada menurunnya kenyamanan pembeli dalam melakukan aktivitas berbelanja.

Keramaian pasar yang berlebihan juga mempersulit mobilitas pembeli, memperlambat proses transaksi, serta menimbulkan ketidaknyamanan sosial, seperti antrean yang panjang dan ruang interaksi yang terbatas. Dampak lanjutan dari kondisi tersebut adalah menurunnya minat sebagian masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional, sehingga mendorong peralihan ke pasar modern atau toko online yang dinilai lebih nyaman dan praktis.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tata letak pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kenyamanan pembeli dan keberlangsungan pasar tradisional. Penataan ruang yang kurang optimal tidak hanya berdampak pada aspek geografis, tetapi juga berpengaruh terhadap aspek sosial dan ekonomi Pasar Ngasem secara keseluruhan.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang tertera diatas, kami memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pengelola dan pemerintah daerah perlu melakukan penataan ulang tata letak lapak dan lorong pasar supaya alur pergerakan pengunjung menjadi lebih lancar dan nyaman. Selain itu, peningkatan fasilitas pendukung seperti area parkir yang tertata, sistem drainase yang mumpuni, serta pengelolaan limbah dari pasar perlu ditingkatkan.
2. Diharapkan para pedagang Pasar Ngasem dapat menjaga kerapian lapak dan mematuhi aturan penataan yang ditetapkan, sehingga tercipta lingkungan pasar yang lebih tertib dan nyaman untuk pembeli.
3. Masyarakat dan pengunjung diharapkan dapat menjaga ketertiban dan kenyamanan bersama selama beraktivitas di Pasar Ngasem.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan data kuantitatif, memperluas variabel penelitian, atau membandingkan Pasar Ngasem dengan pasar tradisional lainnya untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

Priyanto, J., Lahay, I. H., & Junus, S. (2019, December). PERANCANGAN ULANG TATA LETAK PASAR TRADISIONAL DENGAN METODE MARKET BASKET ANALYSIS (Studi Kasus Pasar Sabtu Andalas, Kota Gorontalo. In SemanTECH (Seminar Nasional Teknologi, Sains dan Humaniora) (Vol. 1, No. 1, pp. 261-268)

Khairani, Z., & Soviyanti, E. (2022). DAMPAK TATA LETAK FASILITAS JASA TERHADAP EMOSI POSITIF KONSUMEN DAN MINAT BELI (STUDI KASUS PADA PASAR WISATA KOTA PEKANBARU). *Jurnal Economica: Media Komunikasi ISEI Riau*, 10(1).

Yulianto, T. (2008). Analisis Keruangan Pasar Burung Ngasem Kota Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Park, J., & Lennon, S. J. (2006). Psychological and environmental antecedents of impulse buying tendency in the multichannel shopping context. *Journal of Consumer Marketing*.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa—prinsip, penerapan, dan penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Arianty, N. (2013). Analisis perbedaan pasar modern dan pasar tradisional ditinjau dari strategi tata letak (lay out) dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan posisi tawar pasar tradisional. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 13(1)