

## **Faktor yang Mempengaruhi Peran Perusahaan Daerah Pasar Jaya Dalam Peningkatan Kepuasan Masyarakat Pelanggan Di Provinsi DKI Jakarta**

*Oleh : Supriyatin SY.*

Kanwil DikMenti Provinsi DKI Jakarta

### **ABSTRACT**

*The research was thrusted by the fact that the role of PD Pasar Jaya as the managing company of traditional markets in DKI Jakarta was fairly limited. The improvement of its managerial capacity, effectiveness of its policies, and quality or the infrastructures needed reconstruction to create better roles of PD Pasar Jaya, particularly in delivering its service, nurturing the traders, stabilizing the prices, and smooth distribution. The efforts for the role development were expected to produce significant contribution towards the satisfation of the traders in PD Pasar Jaya.*

*The research population was the means of all traders' satisfaction in PD Pasar Jaya; they were those managing economic transaction in 153 markets under the management of PD Pasar Jaya. The sampling technique used was of random cluster sampling. Employing the statistical formula of Slovin, samples were drawn and they consisted of those working in 111 markets and each market was represented by three traders.*

*The research used quantitative approach and survey method. Data verification took up the model of the hypothesis testing. Data were collected through questionnaires developed by the researcher. The data were analysed descriptively with the output of means and frequency distribution; and inferentially by way of statistical technique of path analysis. All the data Research findings indicated that for the grocery store is a large market unit with the scope of services covering Jakarta and surrounding areas have dominant factor supporting the role of PD Pasar Jaya and the public satisfaction was managerial performance. The town and retailer market is the market unit with the scope of services covering the city and has some have dominant factors that influencing and supporting the role of PD Pasar Jaya and public satisfaction were the policies and infrastructure.*

*The traditional market is the market unit with the scope of services in the neighborhoods surrounding the market have the dominant factor influencing and supporting the role of PD Pasar Jaya and the satisfaction was the infrastructure. Overall the main factor in improving the role of PD Pasar Jaya was managerial performance and the role of the main PD Pasar Jaya in improving public satisfaction was traders empowerment.*

*Research findings have provide recommendations for action in particular PD Pasar Jaya to improve managerial performance in a transparant and professional, improve the functioning of institutions, creating a harmonization of policies, and providing quality facilities for traders. Traders empowerment should be conducted on an ongoing basis. Beside that, PD Pasar Jaya are also advised to improve its ability to control of prices, building a network distribution system, and a set of traditional market facilities with architectural and spatial exciting.*

## PENDAHULUAN

PD Pasar Jaya dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2009 tentang Perusahaan Daerah Pasar Jaya didirikan berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 1982 tentang Perusahaan Daerah Pasar Daerah Khusus Ibukota Jakarta. PD Pasar Jaya yang berada di Provinsi DKI Jakarta dan merupakan salah satu BUMD yang memiliki asset besar dan memainkan peranan strategis karena terkait langsung dengan urat nadi perekonomian dan berdampak cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi DKI Jakarta.

Peran PD Pasar Jaya didasarkan pada tugas pokok dan fungsi PD Pasar Jaya. Adapun tugas pokok PD Pasar Jaya yaitu melaksanakan pelayanan umum dalam bidang pemasaran; membina pedagang pasar; dan ikut membantu menciptakan stabilitas harga dan kelancaran distribusi di pasar. Sedangkan fungsi PD Pasar Jaya yaitu merencanakan, membangun, memelihara bangunan pasar; mengelola pasar beserta sarana kelengkapannya; melakukan pembinaan pedagang pasar; dan membantu menciptakan stabilitas harga dan kelancaran distribusi barang dan jasa pasar.

Persoalan mendasar yang terjadi karena Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang memiliki aset triliunan rupiah ini dinilai belum mampu memberikan peran yang optimal. Manajemen PD Pasar Jaya belum dapat memanfaatkan aset yang ada secara baik agar tidak menjadi terlantar. Sebab, sampai saat ini masih terlihat sejumlah pasar tradisional yang belum dimanfaatkan secara efektif dan efisien sesuai fungsinya.

Faktor peran PD Pasar Jaya yang meliputi kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur menjadi faktor penting dalam meningkatkan peran perusahaan. Untuk meningkatkan peran perusahaan guna meningkatkan kontribusi

perusahaan terhadap peningkatan kepuasan masyarakat selaku pelanggan perlu dilakukan upaya peningkatan profesionalisme dan efisiensi. PD Pasar Jaya dituntut agar lebih profesional dan lebih efisien dalam melaksanakan usahanya. Perusahaan perlu menciptakan semangat birokrasi wirausaha dan pengadopsian teknis dan gaya manajemen modern. Keberadaan perusahaan bukanlah berdagang untuk mencari laba setinggi-tingginya, namun memberikan pelayanan publik secara adil, merata, efisien dan berkualitas.

Peningkatan kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur diharapkan dapat meningkatkan peran PD Pasar Jaya yaitu dalam memberikan pelayanan umum kepada masyarakat khususnya pemasaran, pembinaan terhadap pedagang, menciptakan stabilitas harga dan memberi kelancaran distribusi terhadap barang dan jasa sehingga pasar-pasar tersebut bersih, aman dan nyaman yang pada akhirnya mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat Provinsi DKI Jakarta khususnya para pedagang di PD Pasar Jaya.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Keberadaan PD Pasar Jaya belum mampu mengembangkan pasar tradisional secara maksimal.
2. Pengelolaan asset PD Pasar Jaya tidak didukung oleh kondisi perusahaan yang memadai, kinerja manajemen yang tidak maksimal dan struktur organisasi yang kurang efisien serta SDM yang kurang profesional.
3. Kurang jelasnya kompetensi inti (*core competence*) bisnis perusahaan sehingga tidak fokus pada pasar.
4. Kedudukan hukum perusahaan yang kurang jelas, kurangnya transparansi dan akuntabilitas.

5. Permasalahan kultur pemerintahan (birokrasi) dan kultur organisasi yang tidak mendukung.
6. Sistem rekrutmen pegawai yang kurang transparan dan kompetitif.
7. Dukungan kebijakan untuk pengelolaan perusahaan daerah dan pengembangan terhadap PD Pasar Jaya masih dianggap kurang.
8. Inefisiensi dalam pengeluaran terutama pada pengeluaran biaya kebijakan (*discretionary expense*).
9. Perkembangan pusat perbelanjaan modern seperti *hypermarket*, supermarket dan minimarket di Jakarta cukup pesat.
10. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) pedagang pasar tradisional di lokasi PD Pasar Jaya yang mengandalkankan strategi harga rendah mulai terkikis. Lemahnya peraturan pemerintah DKI membuat pasar-pasar modern yang dikelola swasta memasuki segmen dengan memberikan harga relatif rendah untuk berbagai komoditas karena memiliki akses langsung ke produsen.
11. Adanya kecenderungan keberpihakan pemerintah Provinsi DKI Jakarta terhadap pasar modern merupakan wujud berkurangnya efektivitas kebijakan pemerintah.
12. Kondisi infrastruktur atau fasilitas atau sarana dan prasarana pasar yang belum lengkap dan memadai.
13. Masih belum optimalnya peran PD Pasar Jaya dalam usaha peningkatan kepuasan masyarakat selaku pelanggan.
14. Sebagian besar desain PD Pasar Jaya sangat tertinggal dan termasuk sarana prasarana yang kurang memenuhi kelayakan.
15. Masih ada keluhan masyarakat terhadap pelayanan dari pedagang dan kebijakan perusahaan.
16. Ketidakpuasan pedagang terhadap kelembagaan PD Pasar Jaya akan sistem hak pakai kios.
17. Ketidakpuasan masyarakat selaku pelanggan atas ketidakberaturan tata ruang pasar.
18. Ketidaklancaran dan kesederhanaan pola distribusi dalam pasar yang dikelola PD Pasar Jaya.
19. Meningkatnya harga-harga barang dan ketidaksamaan harga pada suatu barang dagangan membuat masyarakat lebih memilih kestabilan harga pada pasar-pasar modern.
20. Ketidakmampuan kinerja manajerial dari suatu pasar membuat suasana pasar menjadi tidak beraturan sehingga kenyamanan masyarakat selaku pelanggan terganggu.
21. Kurangnya pemeliharaan dari sarana prasarana seperti toilet, mushollah dan *tata layout* kios pada pasar membuat masyarakat tidak nyaman dalam berbelanja.
22. Kondisi areal parkir yang sempit membuat masyarakat dan pedagang saling berdesakan.

### **Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh langsung kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur terhadap pelayanan umum Perusahaan Daerah Pasar Jaya Provinsi DKI Jakarta ?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur terhadap pembinaan pedagang Perusahaan Daerah Pasar Jaya Provinsi DKI Jakarta ?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur terhadap

- stabilitas harga Perusahaan Daerah Pasar Jaya Provinsi DKI Jakarta ?
4. Apakah terdapat pengaruh langsung kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur terhadap kelancaran distribusi Perusahaan Daerah Pasar Jaya Provinsi DKI Jakarta ?
  5. Apakah terdapat pengaruh langsung kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur terhadap kepuasan masyarakat pelanggan Provinsi DKI Jakarta ?
  6. Apakah terdapat pengaruh langsung peran Perusahaan Daerah Pasar Jaya (pelayanan umum, pembinaan pedagang, stabilitas harga dan kelancaran distribusi) terhadap kepuasan masyarakat pelanggan Provinsi DKI Jakarta ?

## BAHAN DAN METODE

### Perusahaan dan Manajemen (Pengelolaan) Perusahaan

Menurut Sukirno, dkk (2006, h. 11), perusahaan adalah unit-unit kegiatan ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Perusahaan menghasilkan barang dan jasa untuk mencari keuntungan. Untuk menghasilkan barang dan jasa setiap unit usaha akan menggunakan faktor-faktor produksi : (a) tanah dan kekayaan alam; (b) modal dan barang modal; (c) sumber daya manusia; (d) kewirausahaan. Lingkungan perusahaan adalah kegiatan-kegiatan di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kegiatan operasinya. Lingkungan usaha dapat dibedakan kepada 2 (dua) golongan, yaitu : (a) lingkungan pasar (*market environment*); (b) lingkungan bukan pasar (*nonmarket environment*). (Sukirno, dkk, 2006, h. 64).

Manajemen berasal dari bahasa Inggris, *management*, yang dikembangkan

dari kata *to manage*, artinya mengatur atau mengelola. Menurut H. Koontz dan C. O'Donnel dalam Samsudin (2009, h. 17), manajemen adalah usaha untuk mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain. Istilah manajemen (*management*) telah diartikan oleh berbagai pihak dengan perspektif yang berbeda, misalnya pengelolaan, pembinaan, pengurusan, ketatalaksanaan, kepemimpinan, pemimpin, ketatapengurusan, administrasi dan sebagainya. (Siswanto, 2008, h. 1). Hersey dan Blanchard dalam Siswanto (2008, h. 2), memberikan batasan manajemen sebagai suatu usaha yang dilakukan dengan dan bersama individu atau kelompok untuk mencapai tujuan organisasi.

### Kebijakan Publik

Winarno (2002, h. 15), mendefinisikan kebijakan publik sebagai apa yang dilakukan oleh pemerintah, bagaimana mengerjakannya, mengapa perlu dikerjakan dan perbedaan apa yang dibuat. Dye berpandangan lebih luas dalam merumuskan pengertian kebijakan publik yaitu sebagai pilihan pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu (*whatever government choose to do or not to do*).

Lester dan Stewart (2000, h. 16), menyusun tahapan 6 (enam) langkah kebijakan yaitu : (a) *agenda setting*; (b) *policy formulation*; (c) *policy implementation*; (d) *policy evaluation*; (e) *policy change*; dan (f) *policy termination*.

### Kinerja Manajerial

Kinerja didefinisikan sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu. (Tika, 2006, h. 121). Kemampuan manajerial adalah kemampuan untuk mengelola usaha seperti perencanaan,

pengorganisasian, pemberian motivasi, pengawasan dan penilaian Kinerja manajerial merupakan seberapa jauh manajer melaksanakan fungsi-fungsi manajemen. (Siagian, 1997, h. 107).

### **Kelembagaan**

Scott dalam Syahyuti (2009, h. 48), merumuskan kelembagaan sebagai : *“institution are comprised of regulative, normative and cultural-cognitive elements that, together with associated activities and resources, provide stability and meaning to social life”*. Sedangkan menurut Taryoto (1995, h. 7) kelembagaan merupakan fenomena sosial ekonomi yang berkaitan dengan hubungan antara dua atau lebih pelaku interaksi sosial ekonomi mencakup dinamika aturan-aturan yang berlaku dan disepakati bersama oleh para pelaku interaksi, disertai dengan analisis mengenai hasil akhir yang diperoleh dari interaksi yang terjadi. Kelembagaan mempunyai fungsi sebagai jembatan untuk mempertemukan antara kepentingan produsen dengan konsumen. Di dalam proses pemasaran terdapat tiga fungsi utama yaitu fungsi transaksi, fungsi fisik dan fungsi pelancar.

### **1. Kebijakan**

Menurut David (2008, h. 16), kebijakan adalah alat untuk mencapai tujuan tahunan. Kebijakan mencakup pedoman, peraturan dan prosedur yang dibuat untuk mendukung usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kebijakan adalah pedoman untuk pengambilan keputusan dan memberi jawaban atas situasi yang rutin dan berulang. Sedangkan menurut Siswanto (2008, h. 6), kebijakan adalah pernyataan atau ketentuan umum yang menuntun atau menyalurkan pemikiran menjadi pengambilan keputusan oleh bawahan, serta memberikan arah

kemana organisasi tersebut akan dikemukakan.

Jones dalam Winarno (2002, h. 14), menyatakan bahwa istilah kebijakan (*policy term*) digunakan dalam praktik sehari-hari namun digunakan untuk menggantikan kegiatan atau keputusan yang sangat berbeda. Istilah ini sering dipertukarkan dengan tujuan (*goals*), program, keputusan (*decision*), standar, proposal dan *grand design*. Secara umum istilah “kebijakan” atau “*policy*” dipergunakan untuk menunjuk perilaku seorang aktor (misalnya seorang pejabat, suatu kelompok, maupun suatu lembaga pemerintahan) atau sejumlah aktor dalam suatu bidang kegiatan tertentu.

### **2. Infrastruktur**

Infrastruktur merupakan instrumen untuk memperlancar berputarnya roda perekonomian sehingga bisa mempercepat akselerasi pembangunan. Semakin tersedianya infrastruktur, akan merangsang pembangunan di suatu daerah. Sebaliknya, pembangunan yang berjalan cepat akan menuntut tersedianya infrastruktur agar pembangunan tidak tersendat. Infrastruktur berguna untuk memudahkan mobilitas faktor produksi, terutama penduduk, memperlancar mobilitas barang/jasa; dan tentunya memperlancar perdagangan antardaerah. Infrastruktur dalam artian luas juga meliputi infrastruktur lunak, seperti norma, nilai, keamanan dan perangkat hukum. (Basri, 2002, h. 300).

Baldwin dan Dixon (2008, h. 20) mengemukakan karakteristik infrastruktur yaitu :

- a. Aset memiliki bentuk fisik dengan masa pakai yang panjang. Penciptaan aset memerlukan cukup periode persiapan pembangunannya ;
- b. Aset memiliki sedikit pengganti dalam jangka pendek ;
- c. Struktur aset mampu memperlancar aliran barang dan jasa dan tanpa aset

- akan terjadi gangguan dalam aliran persediaan barang dan jasa ;
- d. Aset penting terutama karena aset berfungsi sebagai barang komplementer atau pelengkap terhadap barang dan jasa dalam faktor produksi ; dan
  - e. Memiliki eksternalitas positif yaitu daya manfaatnya dapat dinikmati pihak di luar pembuat infrastruktur tersebut.

Bank Dunia dalam Wahyuni (2009, h. 21), mendefinisikan infrastruktur ekonomi merupakan aset fisik yang diperlukan untuk menunjang aktivitas ekonomi baik dalam produksi maupun konsumsi final, meliputi *public utilities* (tenaga, telekomunikasi, air minum, sanitasi dan gas), *public work* (jalan, bendungan, kanal, saluran irigasi dan drainase) serta sektor transportasi (jalan, rel kereta api, angkutan pelabuhan, lapangan terbang dan sebagainya). Sedangkan Kodoatie (2003, h. 2) mengatakan bahwa infrastruktur adalah aset fisik yang dirancang dalam sistem sehingga memberikan pelayanan publik yang penting.

### **Pasar dan Institusi Pasar**

Salvatore (2007, h. 2) menyatakan bahwa pasar adalah tempat atau keadaan dimana para pembeli dan penjual membeli serta menjual barang, jasa atau sumber daya. Menurut Sinaga (2008, h. 12), pasar dibedakan menjadi 2 (dua) jenis pasar yaitu :

- a. Pasar Tradisional adalah pasar yang dikelola secara sederhana dengan bentuk fisik tradisional yang menerapkan sistem transaksi tawar-menawar secara langsung dimana fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat baik di desa, kecamatan, dan lainnya.
- b. Pasar Modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat diperkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu

dan pelayanan yang baik kepada konsumen yang pada umumnya anggota masyarakat kelas menengah keatas.

### **Peran Institusi Pasar**

Menurut Biddle dan Thomas dalam Soekamto (1982, h. 238), peran adalah serangkaian rumusan yang membatasi perilaku-perilaku yang diharapkan dari pemegang kedudukan tertentu. Menurut Sukirno dkk (2006, h. 64) unsur-unsur dalam kegiatan sistem pasar terhadap kegiatan suatu perusahaan meliputi : (a) para langganan; (b) perusahaan yang menyediakan bahan mentah; (c) para pekerja dalam perusahaan; dan (d) perusahaan-perusahaan yang bersaing dengan perusahaan tersebut ataupun yang bukan perusahaan asing.

Menurut Dumairy (1996, h. 158) peranan pemerintah dapat dipilah dan ditelaah menjadi 4 (empat) macam kelompok peran, yaitu : (a) peran alokatif; (b) peran distributif; (c) peran stabilisatif; dan (d) peran dinamisatif. Dengan latar belakang struktur arus ekonomi pasar dan peran pemerintah maka peran PD Pasar Jaya yang tercantum pada tugas pokok PD Pasar Jaya yaitu : (a) peran melaksanakan pelayanan umum dalam bidang pemasaran; (b) peran membina pedagang pasar; (c) peran menciptakan stabilitas harga; dan (d) peran membantu kelancaran distribusi. Menurut Leksono (2009, h. 1) peran dan fungsi pasar adalah sebagai *locus* transaksi untuk mengurangi ketidaksetaraan informasi (*asymmetric information*), menekan biaya transaksi (*transaction cost*) dan meningkatkan kepercayaan (*trust*).

Menghadapi peluang dan tantangan baru bagi pasar dan konsep-konsep bersaing pada kegiatan pemasaran maka peran PD Pasar Jaya dapat dijelaskan :

#### **a. Pelayanan Umum**

Pelayanan publik menurut Mahmudi (2010, h. 223) adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan publik dan pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Standar pelayanan publik menurut Mahmudi (2010, h. 230) meliputi : (1) prosedur pelayanan; (2) waktu penyelesaian; (3) biaya pelayanan; (4) produk pelayanan; (5) sarana dan prasarana; dan (6) kompetensi petugas pemberi pelayanan.

Dengan demikian pelayanan umum adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan publik dan pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam hal ini PD Pasar Jaya bertugas memberikan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### **b. Pembinaan Pedagang**

Istilah pembinaan berasal dari kata dasar “bina” yang berasal dari bahasa Arab, yaitu bangun. Pembinaan menurut Saydam (2000, h. 408) berarti pembaharuan, penyempurnaan atau usaha, tindakan atau kegiatan yang dilaksanakan secara berdaya guna dan berhasil guna untuk memperoleh hasil yang lebih baik.

Faktor pembinaan yang harus dilakukan oleh seorang pemimpin menurut Saydam (2000, h. 408) : (1) pembinaan loyalitas ; (2) pembinaan hubungan ; (3) pembinaan moral ; (4) pembinaan disiplin dan ; (5) pembinaan mental dan spiritual. Menurut I Komang Ardana, Ni Wayan dan I Wayan (2012, h. 134), faktor pembinaan yang harus dilakukan terhadap sumber daya manusia antara lain : (1) pembinaan

disiplin SDM ; (2) pembinaan loyalitas SDM ; (3) pembinaan hubungan SDM dan ; (4) pembinaan moral.

Dengan demikian pembinaan pedagang adalah pembaharuan, penyempurnaan atau usaha, tindakan atau kegiatan yang dilaksanakan secara berdaya guna dan berhasil guna terhadap pedagang yaitu pengusaha yang melakukan penjualan untuk memperoleh pedagang yang disiplin, loyal dan memiliki hubungan dan moral yang baik dalam berjualan.

#### **c. Stabilitas Harga**

Harga menurut Alma (2000, h. 234) adalah pencerminan dari nilai suatu produk. Konsep lain menyatakan bahwa, harga suatu barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan maka dapat dikatakan bahwa penjualan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah hingga dapat menciptakan langganan.

Menurut Sukirno (2006, h. 223) faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan penetapan harga adalah : (1) mewujudkan keuntungan untuk perusahaan; (2) volume penjualan; (3) persaingan dari perusahaan lain. Perusahaan akan menghadapi persaingan dari perusahaan lain; (4) pandangan masyarakat terhadap sesuatu barang; dan (5) kedudukan perusahaan dalam pasar.

Dengan demikian, stabilitas harga adalah menstabilkan harga suatu barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan maka dapat dikatakan bahwa penjualan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah hingga dapat menciptakan langganan.

#### **d. Kelancaran Distribusi**

Distribusi atau saluran pemasaran menurut Kotler (2002, h. 558) adalah serangkaian organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Isu pendistribusian barang menurut Sukirno (2006, h. 232) perlu dibedakan kepada 2 (dua) aspek : (1) menentukan institusi yang akan melakukan kegiatan mendistribusikan barang dan (2) menentukan cara penyimpanan (penggudangan) dan alat-alat pengangkutan yang akan mendistribusikan barang dari pabrik perusahaan ke institusi-institusi yang membantu memasarkan barang dan kepada para konsumen.

Masalah pendistribusian barang kepada konsumen dibedakan menjadi : (1) saluran distribusi yang digunakan; (2) penggudangan; dan (3) alat pengangkutan digunakan. Dengan demikian kelancaran distribusi merupakan proses membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa selama berpindah dari produsen ke konsumen.

### **Kepuasan Pelanggan**

*Oxford Advanced Learner's Dictionary* dalam Tjiptono dan Chandra (2005, h. 195), mendeskripsikan kepuasan sebagai : “*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*” ; “*the act of fulfilling a need or desire*” ; dan “*an acceptable way of dealing with a complaint, a debt, an injury, etc.*” Pelanggan menurut Kotler (2002, h. 68), adalah pihak yang memaksimumkan nilai. Mereka membentuk harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan itu. Menurut Kotler (1997, h. 40) kepuasan pelanggan adalah : “*a person's feeling*

*of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's received performance (or outcome) in relations to the person's expectation*”. (perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya).

Kepuasan juga akan tergantung pada kualitas barang dan jasa. Kualitas adalah kesesuaian dengan penggunaan; kesesuaian dengan persyaratan; bebas dari penyimpangan dan sebagainya. *American Society for Quality Control* menyatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler and Keller, 2007, h. 180).

Kualitas layanan berkaitan dengan kualitas jasa dalam organisasi. Kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa pelayanan yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. (Rangkuti, 2002, h. 29). Lima dimensi utama kualitas jasa menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Tjiptono dan Chandra (2005, h. 134) yaitu : (a) reliabilitas; (b) daya tanggap; (c) jaminan; (d) empati; dan (e) bukti fisik.

## Hasil Penelitian yang Relevan

Adapun hasil penelitian yang relevan dalam penelitian ini dapat disajikan pada matrik Tabel 1. sebagai berikut :

**Tabel 1. Matrik Hasil Penelitian**

No.	Nama Peneliti /Tahun	Judul	Metode	Kesimpulan
1.	Suratno dan Waluyo / 2003	Pengembangan Kinerja Dinas Pengelolaan Pasar dan Kontribusinya terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Surakarta.	Metode penelitan deskriptif.	Peningkatan kinerja Dinas Pengelolaan Pasar yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta merupakan kebijakan strategi untuk meningkatkan penerimaan PAD melalui sektor retribusi pasar. Salah satu upaya peningkatan kinerja Dinas Pengelolaan Pasar secara internal dilakukan melalui strategi peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia.
2.	Reardon, et al (2003)	<i>The Rise of Supermarket in Africa, Asia and Latin America.</i>	Metode deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Supermarket memilih, mengatur dan mengikat para pemasoknya dengan kontrak yang menengah melalui skala ekonominya.</li> <li>➤ Dampak umum pada pengusaha ritel tradisional adalah negatif.</li> </ul>
3.	Lukman Muslimin, Fibria Indriati dan Tjahya Widayanti / 2006	Kajian Model Pengembangan Pasar Tradisional	Metode Pendekatan Kelembagaan ( <i>Institutional Approach</i> ).	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dari sisi eksternal dan internal berpengaruh besar terhadap eksistensi pasar tradisional.</li> <li>➤ Dari sisi eksternal pasar tradisional menghadapi kenyataan bahwa kebijakan saat ini tidak cukup mendukung potensi pasar tradisional untuk berkembang. Persaingan dengan ritel modern yang sangat ekspansif semakin menciptakan kondisi bahwa pasar tradisional semakin ditinggalkan konsumennya.</li> <li>➤ Di sisi internal, pasar tradisional menghadapi kenyataan bahwa fisik pasar yang tua tanpa renovasi, sementara manajemen pasar tidak mampu mengantisipasi perubahan dalam menata pasar tradisional yang bersih, nyaman dan aman.</li> </ul>
4.	Istijabatul Aliyah, Tri Joko Daryanto dan Murtanti Jani Rahayu/2006	Peran Pasar Tradisional dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta	Metode deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Strategi pengembangan pasar tradisional di Kota Surakarta meliputi : (1) fasilitas pendanaan dan kebijakan; (2) pemeliharaan pasar sebagai artefak dan turis; (3) integrasi dengan program turis lain; dan (4) optimalisasi manajemen sebagai tujuan wisata turis.</li> </ul>
5.	Victor M. Manek Kiiik/2006	Kajian Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tidak Optimalnya Fungsi Pasar Tradisional Lolowa dan Pasar Tradisional Fatubena Kecamatan Kota Atambua – Kabupaten Belu	Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Terdapat keterkaitan antara tidak optimalnya fungsi Pasar Lolowa dan Pasar Fatubena dengan aspek kebijakan pemerintah, aspek fisik keruangan dan aspek sosial ekonomi.</li> <li>➤ Aspek-aspek tersebut diuraikan dalam beberapa faktor : aksesibilitas (prasarana jalan dan moda transportasi), aglomerasi, sebaran fasilitas sosial dan ekonomi, internal pasar (fisik bangunan pasar, sarana pendukung dan utilitas), kebijakan keruangan, kebijakan partisipasi masyarakat, hubungan sosial pedagang dan konsumen serta faktor keberadaan pengungsi.</li> </ul>
6.	Kevin Zheng Zhou, James R Brown, Chekitan S. Dev dan	<i>The Effect of Customer and Competitor Orientation on Performance in Global Markets : a Contingency</i>	Metode deskriptif teori kontingency	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Industri hotel berorientasi terhadap pelanggan menjelaskan bahwa orientasi pelanggan dapat bekerja lebih baik di pasar ekonomi berkembang, serta di pasar dengan baik kondisi bisnis lokal, ketersediaan sumber daya yang lebih besar, dan tuntutan pelanggan.</li> </ul>

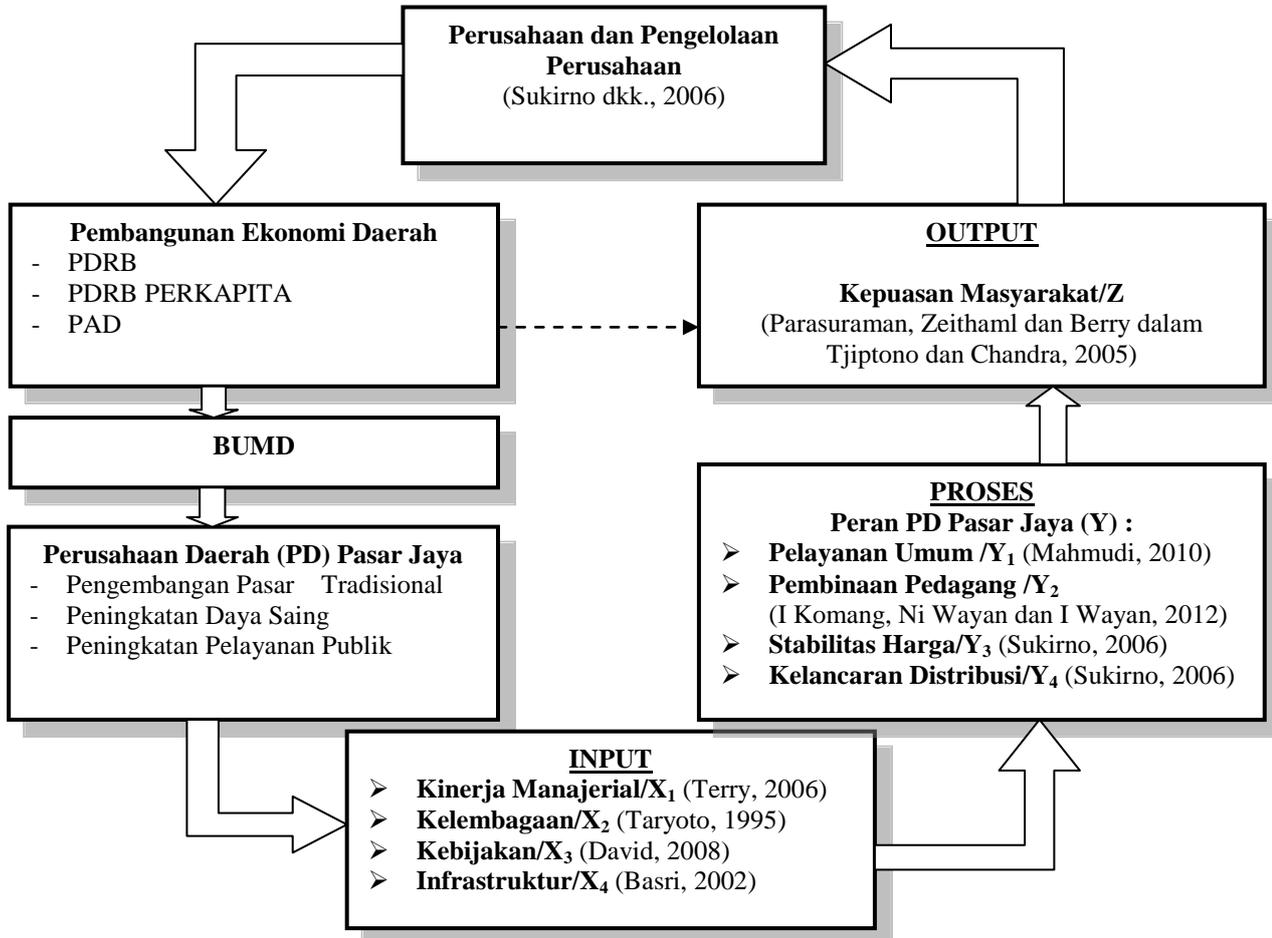
	Sanjeev Agarwal / 2007	<i>Analysis</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Orientasi pesaing yang lebih efektif di pasar yang berkembang secara ekonomi, memiliki kondisi bisnis yang buruk lokal, dan kelangkaan sumber daya.</li> </ul>
7.	Chrismardani dan Andriani / 2007	Pengaruh Kebijakan Pengembangan Pasar Tradisional terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah dan Penguatan Kelembagaan Ekonomi Usaha Kecil dan Mikro.	Metode penelitian studi kasus.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Faktor internal dan eksternal pasar tradisional mempengaruhi penyusunan dan implementasi kebijakan pengembangan pasar tradisional.</li> <li>➤ Faktor internal dan eksternal pasar tradisional menentukan penerimaan PAD terutama dari retribusi pasar.</li> <li>➤ Aturan dan layanan yang dituangkan dalam kebijakan pengembangan pasar tradisional menentukan perolehan peningkatan PAD.</li> <li>➤ Faktor internal, eksternal, formulasi dan implementasi kebijakan pengembangan pasar tradisional memotivasi pedagang membentuk penguatan lembaga ekonomi UKM.</li> </ul>
8.	Siti Maryam/ 2007	Pergeseran Kebijakan dalam Pelayanan Publik pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) (Dalam Perspektif Hukum dan Kebijakan Publik)	Metode penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma penelitian <i>Critical Legal Theory</i> dengan pendekatan <i>socio legal research</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Telah terjadi pergeseran kebijaksanaan pelayanan di sektor publik akibat privatisasi BUMN yang menyimpang dari ketentuan Pasal 33 UUD 1945. Pergeseran terjadi pada makna privatisasi oleh masyarakat, pemilikan saham dan tujuan perusahaan.</li> <li>➤ Dampak yang timbul akibat kebijaksanaan privatisasi BUMN terhadap pelayanan di sektor publik adalah adanya peningkatankinerja perusahaan dan pelayanan pada masyarakat yang semakin baik.</li> </ul>
9.	Daniel Suryadarma, dkk / 2007	Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia	Metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode <i>difference-in-difference</i> dan metode ekonometrik, serta kualitatif dengan wawancara mendalam.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kelesuan yang terjadi di pasar tradisional kebanyakan bersumber dari masalah internal pasar tradisional yang memberikan keuntungan pada supermarket.</li> <li>➤ Untuk menjamin keberlangsungan pasar tradisional diperlukan perbaikan sistem pengelolaan pasar tradisional yang memungkinkannya dapat bersaing dan tetap bertahan bersama kehadiran supermarket.</li> </ul>
10.	Een Herawati / 2008	Analisis Strategi Pengelolaan Perpasaran di DKI Jakarta.	Data primer dengan wawancara mendalam terhadap para pakar yang dianggap <i>expert</i> sebagai responden.	Strategi prioritas tertinggi dalam pengelolaan asset PD Pasar Jaya terkait dengan kontribusinya terhadap PAD sebagai pilihan strategi pengelolaan perpasaran adalah membangun pola kemitraan dalam rangka keunggulan bersaing ( <i>competitive advantage</i> ) pedagang pasar tradisional.
11.	Dyah Arum Istiningtyas/ 2008	Analisis Kebijakan dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Bogor	Metode analisis <i>stakeholders</i> , deskriptif dan PHA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Stakeholders</i> yang terkait dalam kebijakan pengembangan pasar tradisional yaitu Bapeda, Disperindagkop, masyarakat pedagang, UPTD, pengelola swasta, Dispenda, DLHK dan DTKP.</li> <li>➤ Kegagalan kebijakan disebabkan karena proses penyusunan dan perencanaan kebijakan yang kurang tepat sehingga</li> </ul>

				<p>menyebabkan penerapannya yang kurang tepat.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Aspek paling penting dalam kebijakan pengembangan pasar tradisional yaitu ekonomi, manajemen, sosial dan teknis.</li> </ul>
12.	Rini Indriani/2009	Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Camba Kabupaten Maros	Data primer dengan wawancara bersifat kualitatif	Peran Pasar Tradisional dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat telah berhasil meski belum optimal dengan hasil indikator-indikator yang ingin dicapai : (1) akomodasi pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional pelaksanaannya belum optimal dan masih banyak kekurangan dengan luas wilayah pasar yang sempit, transportasi antar desa aksesnya belum lancar, (2) fungsi pasar tradisional belum optimal karena fasilitas sarana dan prasarana masih kurang dalam memenuhi kebutuhan pedagang dan pembeli serta akomodasi pasar tradisional untuk pemerintah dalam memasukan APBD cukup tinggi dan (3) faktor yang mempengaruhi yaitu PDRB, gaya hidup dan fungsi aparat pemerintah memberikan pengaruh dalam pengembangan pasar tradisional.
13.	Endi Sutrisna dan Andi Jamjani/2010	Analisis Dampak Pembangunan Pasar Tradisional <i>Rau Trade Center</i> (RTC) terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Kota Serang	Metode Deskriptif	Untuk mempertahankan keberadaan pasar-pasar tradisional beberapa solusi alternatif yang ditawarkan adalah pembenahan kualitas pasar-pasar tradisional, terutama yang menyangkut kebersihan, keteraturan serta kenyamanan sehingga dapat memenuhi dan melayani kebutuhan masyarakat sehari-hari.
14.	Hadiwiyono/2011	Analisis Kinerja Pasar Tradisional di Era Persaingan Global di Kota Bogor	Metode Penelitian Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Sebanyak 67 persen responden mengalami penurunan omset dan keuntungan harian, yang diikuti oleh penurunan jumlah pembeli harian dan penurunan jam aktif transaksi pasar menjadi indikasi kelesuan pasar tradisional.</li> <li>➢ Teridentifikasi masalah di pasar tradisional dan modern yaitu infrastruktur, fluktuasi nilai barang konsumsi, persaingan tidak sehat dan struktural.</li> </ul>
15.	Rasidin Karo dan Karo Sitepu / 2011	Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Ekonomi Regional	Metode penelitian menggunakan metode two stages least squares	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Dampak keberadaan pasar modern signifikan negatif terhadap turnover usaha kecil dan menengah sektor perdagangan. Sebaliknya berdampak positif terhadap usaha kecil dan menengah sektor pertanian dan manufaktur.</li> <li>➢ Dampak keberadaan pasar modern adalah signifikan negatif terhadap pasar tradisional.</li> </ul>
16.	Syaeful Amri/2012	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Tradisional terhadap Perpindahan Berbelanja dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern di Kota Semarang	Metode Analisis Kuantitatif dan Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Melalui uji F diketahui bahwa variabel kualitas produk, kebersihan dan kenyamanan layak untuk menguji variabel perpindahan berbelanja.</li> <li>➢ <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> sebesar 0,425 menunjukkan bahwa 42,5% variasi perpindahan berbelanja dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 57,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian.</li> </ul>
17.	Damasus Ottis Widiandra dan Hadi Sasana	Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar	Metode analisis regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Pengaruh kenyamanan terhadap keuntungan usaha tidak signifikan.</li> <li>➢ Pengaruh jarak terhadap keuntungan adalah signifikan positif.</li> <li>➢ Pengaruh diversifikasi produk terhadap keuntungan usaha adalah signifikan positif.</li> <li>➢ Pengaruh harga terhadap keuntungan usaha adalah tidak</li> </ul>

	Tradisional Kecamatan Banyumanik Kota Semarang)		signifikan positif.
--	---	--	---------------------

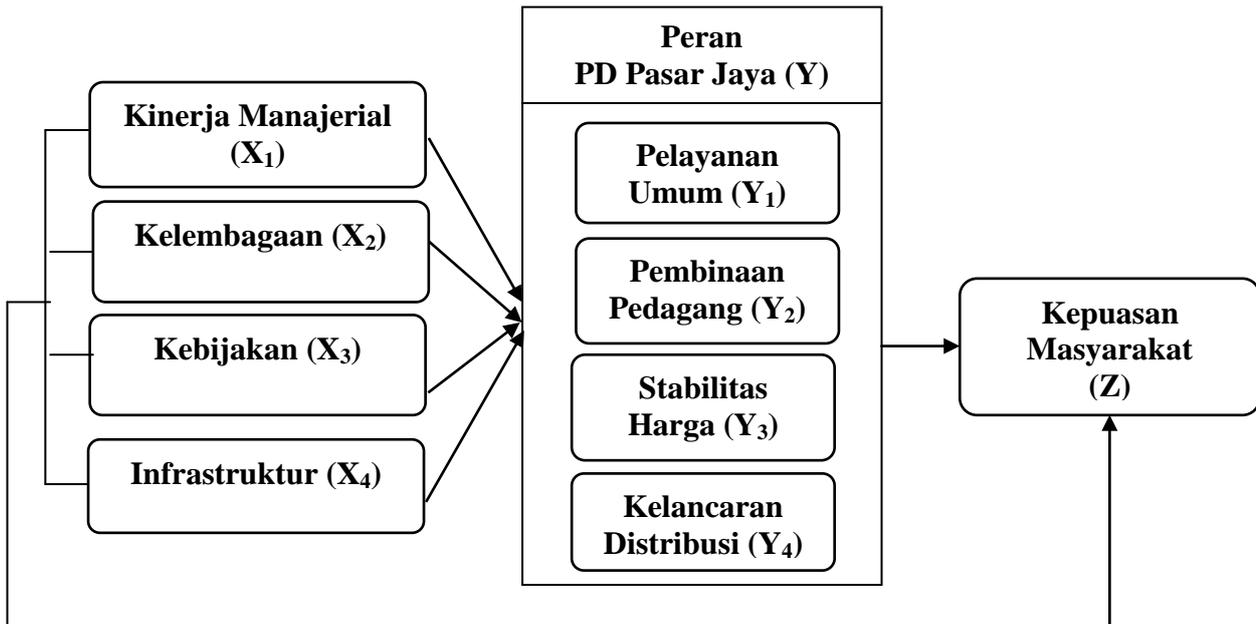
### Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini digambarkan pada Gambar 1. berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Model dalam penelitian ini dapat disajikan pada Gambar 2. berikut :



**Gambar 2. Model Penelitian**

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh langsung dan positif kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur terhadap pelayanan umum Perusahaan Daerah Pasar Jaya Provinsi DKI Jakarta.
2. Terdapat pengaruh langsung dan positif kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur terhadap pembinaan pedagang Perusahaan Daerah Pasar Jaya Provinsi DKI Jakarta.
3. Terdapat pengaruh langsung dan positif kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur terhadap stabilitas harga Perusahaan Daerah Pasar Jaya Provinsi DKI Jakarta.
4. Terdapat pengaruh langsung dan positif kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur terhadap kelancaran distribusi Perusahaan Daerah Pasar Jaya Provinsi DKI Jakarta.
5. Terdapat pengaruh langsung dan positif kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur terhadap

kepuasan masyarakat Provinsi DKI Jakarta.

6. Terdapat pengaruh langsung dan positif peran Perusahaan Daerah Pasar Jaya (pelayanan umum, pembinaan pedagang, stabilitas harga dan kelancaran distribusi) terhadap kepuasan masyarakat Provinsi DKI Jakarta.

### Metode Penelitian

#### Waktu dan Tempat Penelitian

Pelaksanaan penelitian memerlukan waktu selama 12 (dua belas) bulan. Penelitian ini dilakukan di PD Pasar Jaya di wilayah Provinsi DKI Jakarta yaitu di 5 (lima) wilayah administrasi kota Jakarta Pusat, Jakarta Timur, Jakarta Barat, Jakarta Utara dan Jakarta Selatan. Wilayah Kepulauan Seribu tidak termasuk di dalam objek atau tempat penelitian ini karena di wilayah Kepulauan Seribu tidak terdapat pasar yang dikelola oleh PD Pasar Jaya..

#### Populasi, Sampel dan Sampling

Populasi penelitian yaitu PD Pasar Jaya di Provinsi DKI Jakarta yang memiliki jumlah pasar sebanyak 153 unit pasar. Sampel penelitian menggunakan rumus Slovin dengan jumlah populasi sebanyak 153 pasar dan menggunakan tingkat kesalahan pengambilan sampel 5% diperoleh sampel sebanyak 111 unit pasar.

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 3 Tahun 2009 tentang Pengelolaan Area Pasar Bab III Pasal 5 menyatakan bahwa klasifikasi pasar yang dikelola PD. Pasar Jaya menurut ruang lingkup pelayanan terdiri dari : (1) Pasar

Reguler ; (b) Pasar Kota ; (c) Pasar Wilayah ; dan (d) Pasar Tradisional. Selain itu, penulis ingin mengetahui sampai sejauhmana faktor-faktor seperti kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur pada masing-masing ruang lingkup pasar dan kondisi pasar yang berbeda tersebut dalam mempengaruhi peran PD Pasar Jaya. Dengan demikian sampel penelitian ini ditentukan berdasarkan cluster pasar tersebut di 5 (lima) wilayah Provinsi DKI Jakarta. Jumlah sampel dari masing-masing ruang lingkup cluster pasar dapat dirinci pada Tabel 2. dibawah ini :

**Tabel 2. Klasifikasi Sampel Penelitian**

No.	Kota Administratif	Ruang Lingkup				Jumlah
		Reguler	Kota	Wilayah	Lingkungan	
1.	Jakarta Selatan	1	4	7	14	<b>26</b>
2.	Jakarta Timur	2	4	3	12	<b>21</b>
3.	Jakarta Pusat	2	1	6	12	<b>21</b>
4.	Jakarta Barat	0	2	9	13	<b>24</b>
5.	Jakarta Utara	0	5	5	9	<b>19</b>
<b>Jumlah</b>		<b>5</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>60</b>	<b>111</b>

Sampel dalam penelitian ini adalah para pedagang atau penyewa di 111 unit pasar PD Pasar Jaya dengan sampel sebanyak 3 responden dari setiap unit pasar. Jadi, jumlah sampel yaitu 111 unit pasar dikalikan 3 orang pedagang, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 333 responden.

Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling purposive* dan *cluster random sampling* atau sampling kluster acak. *Cluster random sampling* ini digunakan melalui beberapa tahap dengan perincian sebagai berikut :

1. Tahap Pertama : Menentukan Wilayah yang akan dijadikan sampel penelitian.
2. Tahap Kedua : Menentukan Pasar apa yang akan dijadikan sampel penelitian sesuai dengan jumlah sampel yang ditentukan.

3. Tahap Ketiga : Menentukan Lokasi yang akan dijadikan sampel penelitian.
4. Tahap Keempat : Menentukan pedagang yang akan dijadikan sampel penelitian secara random atau acak sehingga terpenuhi jumlahnya menjadi 333 responden.

### Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari Kinerja Manajerial ( $X_1$ ), Kelembagaan ( $X_2$ ), Kebijakan ( $X_3$ ) dan Infrastruktur ( $X_4$ ). Sedangkan variabel terikat terdiri dari Pelayanan Umum ( $Y_1$ ), Pembinaan Pedagang ( $Y_2$ ), Stabilitas Harga ( $Y_3$ ), Kelancaran Distribusi ( $Y_4$ ) dan Kepuasan Masyarakat ( $Z$ ).

## Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Kinerja Manajerial ( $X_1$ ) : kemampuan untuk mengelola usaha atau melaksanakan fungsi-fungsi manajemen. Indikator Kinerja Manajerial ( $X_1$ ) terdiri dari : (1) Perencanaan/Planning; (2) Pengorganisasian/*Orgnizing*; (3) Menggerakkan/ *Actuating* ; dan (4) Pengawasan/*Controlling*.
- b. Kelembagaan ( $X_2$ ) : kegiatan kolektif dalam suatu kontrol atau yurisdiksi, pembebasan/liberasi, dan perluasan atau ekspansi kegiatan PD Pasar Jaya. Indikator Kelembagaan ( $X_2$ ) terdiri dari : (1) Fungsi Transaksi; (2) Fungsi Fisik; dan (3) Fungsi Pelancar.
- c. Kebijakan ( $X_3$ ) : pedoman, peraturan dan prosedur yang dibuat untuk mendukung usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Indikator Kebijakan ( $X_3$ ) terdiri dari : (1) Pengambilan Keputusan; dan (2) Implementasi Strategi.
- d. Infrastruktur ( $X_4$ ) : instrumen untuk memperlancar berputarnya roda perekonomian sehingga bisa mempercepat akselerasi pembangunan. Indikator infrastruktur ( $X_4$ ) terdiri dari : (1) Kondisi Fisik; (2) Bangunan; (3) Sarana dan Prasarana Kondisi Fisik; (4) Bangunan; dan (5) Sarana dan Prasarana.
- e. Pelayanan Umum ( $Y_1$ ) : segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan publik dan pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Indikator Pelayanan Umum ( $Y_1$ ) terdiri dari : (1) Prosedur Pelayanan; (2) Waktu Penyelesaian Pelayanan; (3) Biaya Pelayanan; (4) Produk Pelayanan; dan (5) Kompetensi Petugas Pelayanan
- f. Pembinaan Pedagang ( $Y_2$ ) : pembaharuan, penyempurnaan atau usaha, tindakan atau kegiatan yang dilaksanakan secara berdaya guna dan berhasil guna terhadap pedagang. Indikator pembinaan Pedagang ( $Y_2$ ) terdiri dari : (1) Pembinaan Disiplin; (2) Pembinaan Loyalitas; (3) Pembinaan Hubungan Kerja; dan (4) Pembinaan Moral
- g. Stabilitas Harga ( $Y_3$ ) : menstabilkan harga suatu barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan maka dapat dikatakan bahwa penjualan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah hingga dapat menciptakan langganan. Indikator Stabilitas Harga ( $Y_3$ ) terdiri dari : (1) Keuntungan Perusahaan; (2) Volume Penjualan; (3) Persaingan Harga; (4) Pandangan Masyarakat; dan (5) Kedudukan Perusahaan dalam Pasar Keuntungan Perusahaan
- h. Kelancaran Distribusi ( $Y_4$ ) : proses membantu kelancaran dalam pengalihan hak atas barang atau jasa selama berpindah dari produsen ke konsumen proses membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa selama berpindah dari produsen ke konsumen. Indikator Kelancaran Distribusi ( $Y_4$ ) terdiri dari : (1) Saluran Distribusi; (2) Penggudangan; dan (3) Pengangkutan.
- i. Kepuasan Masyarakat ( $Z$ ) : hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. Dengan demikian kepuasan masyarakat adalah hasil akumulasi dari pedagang selaku pelanggan dalam menggunakan jasa PD Pasar Jaya. Indikator Kepuasan Masyarakat ( $Z$ ) terdiri dari : (1) *Tangible*; (2) *Emphaty*;

- (3) *Responsiveness*; (4) *Reliability*; dan  
(5) *Assurance*.

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu :

- a. Data Primer, diperoleh dari :
  - 1) Kuesioner, dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada beberapa responden yaitu para pedagang atau penyewa di PD Pasar Jaya Provinsi DKI Jakarta dengan menggunakan pertanyaan yang bersifat tertutup dengan pilihan jawaban yang sudah tersedia yaitu menggunakan skala Likert : (a) Sangat Tidak Setuju skor 1 ; (b) Tidak Setuju skor 2; (c) Cukup Setuju skor 3 ; (d) Setuju skor 4 ; dan (e) Sangat Setuju skor 5.
  - 2) Penelitian lapangan, dilakukan dengan observasi langsung pada obyek penelitian yaitu pasar-pasar dibawah naungan pengelolaan PD Pasar Jaya DKI sehingga diperoleh gambaran sesungguhnya mengenai pengelolaan organisasi dan kelembagaan pasar.
- b. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, dengan teknik pengumpulan data melalui buku-buku, literature ilmiah, laporan, jurnal dan referensi data dari obyek yang diteliti.

### Teknik Analisa Statistik

Teknik analisis statistik menggunakan analisis jalur dengan model jalur berikut :

$$\text{Model 1 : } Y_1 = P_{y1x1} X_1 + P_{y1x2} X_2 + P_{y1x3} X_3 + P_{y1x4} X_4 + \varepsilon_1$$

$$\text{Model 2 : } Y_2 = P_{y2x1} X_1 + P_{y2x2} X_2 + P_{y2x3} X_3 + P_{y2x4} X_4 + \varepsilon_2$$

$$\text{Model 3 : } Y_3 = P_{y3x1} X_1 + P_{y3x2} X_2 + P_{y3x3} X_3 + P_{y3x4} X_4 + \varepsilon_3$$

$$\text{Model 4 : } Y_4 = P_{y4x1} X_1 + P_{y4x2} X_2 + P_{y4x3} X_3 + P_{y4x4} X_4 + \varepsilon_4$$

$$\text{Model 5 : } Z = P_{y4x1} X_1 + P_{y4x2} X_2 + P_{y4x3} X_3 + P_{y4x4} X_4 + \varepsilon_5$$

$$\text{Model 6 : } Z = P_{zy1} Y_1 + P_{zy2} Y_2 + P_{zy3} Y_3 + P_{zy4} Y_4 + \varepsilon_6$$

$$\text{Model 7 : } Z = P_{zy} Y + \varepsilon_7$$

Hasil uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut :

- a. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai *Corrected Item-Total Correlation* Kinerja Manajerial ( $X_1$ ), Kelembagaan ( $X_2$ ), Kebijakan ( $X_3$ ), Infrastruktur ( $X_4$ ), Pelayanan Umum ( $Y_1$ ), Pembinaan Pedagang ( $Y_2$ ), Stabilitas Harga ( $Y_3$ ), Kelancaran Distribusi ( $Y_4$ ) dan Kepuasan Masyarakat ( $Z$ ) lebih besar dari  $r$  tabel dimana nilai  $r$  tabel *product moment* dengan  $n = 30$  pada  $\alpha = 0,05$  diperoleh sebesar 0,361. Dengan demikian pernyataan masing-masing variabel dinyatakan valid.
- b. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* Kinerja Manajerial ( $X_1$ ), Kelembagaan ( $X_2$ ), Kebijakan ( $X_3$ ), Infrastruktur ( $X_4$ ), Pelayanan Umum ( $Y_1$ ), Pembinaan Pedagang ( $Y_2$ ), Stabilitas Harga ( $Y_3$ ), Kelancaran Distribusi ( $Y_4$ ) dan Kepuasan Masyarakat ( $Z$ ) lebih besar dari  $r$  tabel *product moment* dimana nilai  $r$  tabel dengan  $n = 30$  pada  $\alpha = 0,05$  diperoleh sebesar 0,361. Dengan demikian butir-butir pernyataan kuesioner pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

Dalam penelitian ini juga menggunakan uji asumsi atau asumsi BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Persyaratan-persyaratan yang diperlukan untuk menghasilkan parameter BLUE adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Sedangkan uji hipotesis dilakukan dengan uji F dan uji t.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survey penyebaran kuesioner terhadap 333 responden maka secara deskriptif profil responden menunjukkan lebih dari separuh yaitu 69,07% adalah responden Laki-Laki dari kalangan usia antara 31 – 40 tahun yaitu sebanyak 33,63% dengan latar belakang pendidikan SLTA yaitu sebanyak 54,35% dan lama usaha diatas 20 tahun yaitu sebanyak 31,23% dengan jenis usaha sayur-mayur, buah-buahan dan daging sebanyak 19,52%.

Distribusi jawaban responden untuk Kinerja Manajerial ( $X_1$ ), Kelambagaan ( $X_2$ ), Kebijakan ( $X_3$ ), Infrastruktur ( $X_4$ ), Pelayanan Umum ( $Y_1$ ), Pembinaan Pedagang ( $Y_2$ ), Stabilitas Harga ( $Y_3$ ), Kelancaran Distribusi ( $Y_4$ ) dan Kepuasan Masyarakat ( $Z$ ) menunjukkan secara rata-rata responden menyatakan Setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menganggap kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan, infrastruktur, pelayanan umum, pembinaan pedagang, stabilitas harga, kelancaran distribusi dan kepuasan masyarakat pada PD Pasar Jaya sudah baik.

### Uji Regresi atau Asumsi Klasik

Hasil uji regresi atau asumsi Klasik dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Hasil uji normalitas pada Model 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7 pada pasar reguler, pasar

kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan menunjukkan sebaran data yang ada pada histogram dan P-P Plot menyebar merata ke semua daerah kurva normal dengan pola distribusi yang memusat di tengah dan memiliki titik-titik tersebar disekitar garis diagonal maka data pada Model 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7 berdistribusi normal.

- Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai VIF untuk prediktor pada Model 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7 pada pasar reguler, pasar kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan terbebas dari multikolinier adalah karena nilai VIF prediktor tidak melebihi nilai 10. Ini berarti model regresi dapat dikatakan terbebas dari multikolinier karena tidak adanya kemiripan antar variabel independen dalam model regresi.
- Hasil uji autokorelasi Model 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7 pada pasar reguler, pasar kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan menunjukkan bahwa Durbin Watson hitung mendekati atau disekitar angka 2 maka model tersebut terbebas dari asumsi klasik autokorelasi.
- Hasil uji heteroskedastisitas Model 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7 pada pasar reguler, pasar kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan menunjukkan bahwa plot data menyebar ke segala bidang. Dengan demikian, tidak terjadi persoalan atau gangguan heteroskedastisitas.

### Pengujian Hipotesis

#### a. Pasar Reguler

Hasil analisis pada Pasar Reguler dapat dilihat pada Tabel 3. sebagai berikut :

**Tabel 3. Hasil Analisis Pasar Reguler**

Model	Variabel Dependen	Variabel Independen	R	R <sup>2</sup>	Uji F			Uji t			Koefisien Jalur
					F hitung	F tabel	Kesimpulan	t hitung	t tabel	Kesimpulan	

1	Y <sub>1</sub>	❖ X <sub>1</sub> ❖ X <sub>2</sub> ❖ X <sub>3</sub> ❖ X <sub>4</sub>	0,878	0,771	8,405	3,48	Signifikan	4,369 1,034 -1,103 0,452	2,228	Signifikan Tidak Sig. Tidak Sig. Tidak Sig..	0,812 0,326 -0,369 0,102
2	Y <sub>2</sub>	❖ X <sub>1</sub> ❖ X <sub>2</sub> ❖ X <sub>3</sub> ❖ X <sub>4</sub>	0,757	0,573	3,359	3,48	Tidak Signifikan	3,460 0,164 -0,841 -0,556	2,228	Signifikan Tidak Sig. Tidak Sig. Tidak Sig.	0,877 0,070 -0,384 -0,171
3	Y <sub>3</sub>	❖ X <sub>1</sub> ❖ X <sub>2</sub> ❖ X <sub>3</sub> ❖ X <sub>4</sub>	0,573	0,288	1,013	3,48	Tidak Signifikan	1,264 -0,004 0,702 -0,811	2,228	Tidak Sig. Tidak Sig. Tidak Sig. Tidak Sig.	0,414 -0,002 0,414 -0,322
4	Y <sub>4</sub>	❖ X <sub>1</sub> ❖ X <sub>2</sub> ❖ X <sub>3</sub> ❖ X <sub>4</sub>	0,561	0,315	1,147	3,48	Tidak Signifikan	0,362 -0,427 1,341 -0,317	2,228	Tidak Sig.. Tidak Sig. Tidak Sig. Tidak Sig.	0,116 -0,233 0,775 -0,124
5	Z	❖ X <sub>1</sub> ❖ X <sub>2</sub> ❖ X <sub>3</sub> ❖ X <sub>4</sub>	0,781	0,610	3,906	3,48	Signifikan	3,866 -0,930 -0,078 -0,136	2,228	Signifikan Tidak Sig. Tidak Sig. Tidak Sig..	0,937 -0,382 -0,034 -0,040
6	Z	❖ Y <sub>1</sub> ❖ Y <sub>2</sub> ❖ Y <sub>3</sub> ❖ Y <sub>4</sub>	0,966	0,934	35,436	3,48	Signifikan	1,211 5,953 -1,721 1,729	2,228	Tidak Sig. Signifikan Tidak Sig. Tidak Sig.	0,175 0,908 -0,319 0,265
7	Z	Y	0,851	0,725	34,192	4,67	Signifikan	5,847	2,160	Signifikan	0,851

Sumber : Data diolah (2012)

**Tabel 4. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Pasar Reguler**

Model	Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh
1	X <sub>1</sub> → Y <sub>1</sub>	0,659344	0,038959	0,698302948
	X <sub>2</sub> → Y <sub>1</sub>	0,106276	0,062853	0,169129126
	X <sub>3</sub> → Y <sub>1</sub>	0,136161	-0,278422	-0,142260570
	X <sub>4</sub> → Y <sub>1</sub>	0,010404	0,035080	0,045484044
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,770655548</b>
2	X <sub>1</sub> → Y <sub>2</sub>	0,769129	-0,205434	0,563695258
	X <sub>2</sub> → Y <sub>2</sub>	0,004900	0,002683	0,007583380
	X <sub>3</sub> → Y <sub>2</sub>	0,147456	-0,141064	0,006392448
	X <sub>4</sub> → Y <sub>2</sub>	0,029241	-0,034012	-0,004770558
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,572900528</b>
3	X <sub>1</sub> → Y <sub>3</sub>	0,171396	0,018113	0,189509328
	X <sub>2</sub> → Y <sub>3</sub>	0,000004	-0,000753	-0,000748836
	X <sub>3</sub> → Y <sub>3</sub>	0,171396	-0,013076	0,158320224
	X <sub>4</sub> → Y <sub>3</sub>	0,103684	-0,161685	-0,058000572
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,289080144</b>
4	X <sub>1</sub> → Y <sub>4</sub>	0,013456	0,022226	0,035681600
	X <sub>2</sub> → Y <sub>4</sub>	0,054289	-0,152285	-0,097995839
	X <sub>3</sub> → Y <sub>4</sub>	0,600625	-0,181633	0,418992125
	X <sub>4</sub> → Y <sub>4</sub>	0,015376	-0,057902	-0,04252642
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,314151466</b>
5	X <sub>1</sub> → Z	0,877969	-0,230588	0,647380796

	$X_2 \rightarrow Z$	0,145924	-0,175354	-0,029430426
	$X_3 \rightarrow Z$	0,001156	-0,003423	-0,002267018
	$X_4 \rightarrow Z$	0,001600	-0,007539	-0,005938800
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,609744552</b>
6	$Y_1 \rightarrow Z$	0,030625	0,113889	0,144513775
	$Y_2 \rightarrow Z$	0,824464	0,039879	0,864343360
	$Y_3 \rightarrow Z$	0,101761	-0,290316	-0,188554520
	$Y_4 \rightarrow Z$	0,070225	0,043180	0,113404895
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,933707510</b>
7	$Y \rightarrow Z$	<b>Total Pengaruh</b>		<b>0,725000000</b>

Sumber : Data diolah (2012)

Pada Pasar Reguler menunjukkan bahwa pengaruh langsung yang dominan pada Model 1, 2 dan 5 adalah Kinerja Manajerial, Model 3 adalah Kinerja Manajerial dan Kebijakan, Model 4 adalah Kebijakan, Model 6 adalah Pembinaan Pedagang dan pada Model 7 menunjukkan bahwa peran PD Pasar berpengaruh langsung terhadap kepuasan masyarakat. Hasil penelitian ini menindaklanjuti penelitian terdahulu Lukman Muslimin, Fibria Indriati dan Tjahya Widayanti (2006) yang menjelaskan mengenai pengembangan sebuah pasar tradisional dari sisi internal pasar tradisional menghadapi kenyataan bahwa fisik pasar yang tua tanpa renovasi, sementara manajemen pasar tidak mampu mengantisipasi perubahan dalam menata pasar tradisional yang bersih, nyaman dan aman dan penelitian Suratno dan Waluyo (2003) menjelaskan bahwa salah satu upaya peningkatan kinerja Dinas Pengelolaan Pasar secara internal maka dilakukan strategi peningkatan kualitas SDM. Sehingga untuk mengelola pasar besar seperti pasar Reguler memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas yang memiliki kemampuan manajerial atau manajemen yang baik. Berdasarkan teori konsep manajemen diartikan Siswanto (2008, h. 1) bahwa pengelolaan, pembinaan, pengurusan, ketatalaksanaan, kepemimpinan, pemimpin, ketatapengurusan, administrasi dan sebagainya memerlukan seseorang yang

memiliki kemampuan dalam bidang manajemen atau kemampuan manajerial yaitu merupakan kemampuan dalam mengelola usaha seperti perencanaan, pengorganisasian, pemberian motivasi, pengawasan dan penilaian (Siagian, 1997, h. 107). Berdasarkan dan hasil penelitian juga menemukan bahwa faktor kinerja manajerial lebih dominan mempengaruhi PD Pasar Jaya dalam mengelola pasar khususnya pada pasar Reguler. Dengan demikian, kinerja manajerial merupakan faktor yang diperlukan dalam meningkatkan peran Perusahaan Daerah Pasar Jaya dalam mengelola pasar baik pasar modern maupun pasar tradisional. Selain faktor kinerja manajerial mempengaruhi peran PD Pasar Jaya, faktor kebijakan juga mempengaruhi peran PD Pasar Jaya karena kebijakan menurut Siswanto (2008, h. 6), kebijakan adalah pernyataan atau ketentuan umum yang menuntun atau menyalurkan pemikiran menjadi pengambilan keputusan oleh bawahan, serta memberikan arah kemana organisasi tersebut akan dikemudikan. Kemudian hal ini diperkuat Victor M. Manek (2006) dengan hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat keterkaitan antara tidak optimalnya fungsi pasar dan pasar dengan aspek kebijakan pemerintah khususnya aspek kebijakan keruangan dan kebijakan partisipasi masyarakat dan beberapa peneliti lain seperti Chrismardani (2007) menjelaskan bahwa faktor eksternal dan internal pasar

tradisional mempengaruhi penyusunan dan implementasi kebijakan pengembangan pasar tradisional dan Dyah Arum Istiningtyas (2008) menjelaskan bahwa kegagalan kebijakan disebabkan karena proses penyusunan dan perencanaan kebijakan yang kurang tepat sehingga penerapannya kurang tepat. Oleh karena itu

kebijakan merupakan salah satu faktor yang penting untuk meningkatkan peran PD Pasar Jaya dalam mengelola pasar. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa pada ruang lingkup pasar Reguler kebijakan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap peran PD Pasar Jaya.

**b. Pasar Kota**

Hasil analisis pada Pasar Kota dapat dilihat pada Tabel 5. sebagai berikut :

**Tabel 5. Hasil Analisis Pasar Kota**

Model	Variabel Dependen	Variabel Independen	R	R <sup>2</sup>	Uji F			Uji t			Koefisien Jalur
					F hitung	F tabel	Kesimpulan	t hitung	t tabel	Kesimpulan	
1	Y <sub>1</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,720	0,519	11,586	2,59	Signifikan	2,532	2,021	Signifikan	0,344
		❖ X <sub>2</sub>						0,093		Tidak Sig.	0,014
		❖ X <sub>3</sub>						1,613		Tidak Sig.	0,209
		❖ X <sub>4</sub>						3,530		Signifikan	0,411
2	Y <sub>2</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,622	0,439	8,397	2,59	Signifikan	2,986	2,021	Signifikan	0,438
		❖ X <sub>2</sub>						-0,429		Tidak Sig.	-0,068
		❖ X <sub>3</sub>						1,264		Tidak Sig.	0,177
		❖ X <sub>4</sub>						2,425		Signifikan	0,305
3	Y <sub>3</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,543	0,295	4,500	2,59	Signifikan	-1,458	2,021	Tidak Sig.	-0,240
		❖ X <sub>2</sub>						2,717		Signifikan	0,482
		❖ X <sub>3</sub>						1,250		Tidak Sig.	0,196
		❖ X <sub>4</sub>						-0,889		Tidak Sig.	-0,125
4	Y <sub>4</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,512	0,262	3,819	2,59	Signifikan	-1,288	2,021	Tidak Sig.	-0,217
		❖ X <sub>2</sub>						1,702		Tidak Sig.	0,309
		❖ X <sub>3</sub>						2,054		Signifikan	0,330
		❖ X <sub>4</sub>						-1,049		Tidak Sig.	-0,151
5	Z	❖ X <sub>1</sub>	0,735	0,540	12,632	2,59	Signifikan	2,242	2,021	Signifikan	0,298
		❖ X <sub>2</sub>						1,056		Tidak Sig.	0,151
		❖ X <sub>3</sub>						-1,505		Tidak Sig.	-0,191
		❖ X <sub>4</sub>						5,099		Signifikan	0,580
6	Z	❖ Y <sub>1</sub>	0,741	0,549	13,089	2,59	Signifikan	2,353	2,021	Signifikan	0,347
		❖ Y <sub>2</sub>						2,933		Signifikan	0,437
		❖ Y <sub>3</sub>						0,523		Tidak Sig.	0,082
		❖ Y <sub>4</sub>						-0,056		Tidak Sig.	-0,009
7	Z	Y	0,617	0,381	28,307	4,05	Signifikan	5,320	2,021	Signifikan	0,617

Sumber : Data diolah (2012)

**Tabel 6. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Pasar Kota**

Model	Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh
1	X <sub>1</sub> → Y <sub>1</sub>	0,118336	0,075073	0,193408840
	X <sub>2</sub> → Y <sub>1</sub>	0,000196	0,004460	0,004656400
	X <sub>3</sub> → Y <sub>1</sub>	0,043681	0,043773	0,087453751

	$X_4 \rightarrow Y_1$	0,168921	0,064375	0,233295519
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,518814510</b>
2	$X_1 \rightarrow Y_2$	0,191844	0,055658	0,247501974
	$X_2 \rightarrow Y_2$	0,004624	-0,023646	-0,019022184
	$X_3 \rightarrow Y_2$	0,031329	0,031203	0,062531799
	$X_4 \rightarrow Y_2$	0,093025	0,054425	0,147449505
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,438461094</b>
3	$X_1 \rightarrow Y_3$	0,057600	-0,069305	-0,011705280
	$X_2 \rightarrow Y_3$	0,232324	-0,013076	0,219248304
	$X_3 \rightarrow Y_3$	0,038416	0,030811	0,069227004
	$X_4 \rightarrow Y_3$	0,015625	0,002784	0,018408500
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,295178528</b>
4	$X_1 \rightarrow Y_4$	0,047089	-0,050601	-0,003511711
	$X_2 \rightarrow Y_4$	0,095481	0,018011	0,113492301
	$X_3 \rightarrow Y_4$	0,108900	0,021336	0,130235820
	$X_4 \rightarrow Y_4$	0,022801	-0,000739	0,022062308
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,262278718</b>
5	$X_1 \rightarrow Z$	0,088804	0,062184	0,150988256
	$X_2 \rightarrow Z$	0,022801	0,012017	0,034817882
	$X_3 \rightarrow Z$	0,036481	-0,057722	-0,021241110
	$X_4 \rightarrow Z$	0,336400	0,039408	0,375808100
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,540373128</b>
6	$Y_1 \rightarrow Z$	0,120409	0,112258	0,232666623
	$Y_2 \rightarrow Z$	0,190969	0,112711	0,303679603
	$Y_3 \rightarrow Z$	0,006724	0,007873	0,014597066
	$Y_4 \rightarrow Z$	0,000081	-0,002072	-0,001990674
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,548952618</b>
7	$Y \rightarrow Z$	<b>Total Pengaruh</b>		<b>0,381000000</b>

Sumber : Data diolah (2012)

Pada Pasar Kota menunjukkan bahwa pengaruh langsung yang dominan pada Model 1 adalah Infrastruktur, Model 2 adalah Kinerja Manajerial, Model 3 adalah Kelembagaan, Model 4 adalah Kebijakan, Model 5 adalah Infrastruktur, Model 6 adalah Pembinaan Pedagang dan pada Model 7 menunjukkan bahwa peran PD Pasar berpengaruh langsung terhadap kepuasan masyarakat. Hasil penelitian tersebut dilatarbelakangi penelitian terdahulu Endi Sutrisna dan Andi Jamjani (2010) yang menjelaskan bahwa untuk mempertahankan keberadaan pasar-pasar tradisional dengan beberapa solusi alternatif yang ditawarkan yakni pembenahan kualitas pasar, terutama menyangkut, kebersihan, keteraturan, kenyamanan sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari dan sesuai teori

Sugiarto, dkk, (2002, h. 35) yang menjelaskan bahwa pasar adalah suatu institusi yang pada umumnya tidak berwujud secara fisik yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu komoditas (barang atau jasa) dan Salvatore (2007, h. 2) menyatakan bahwa pasar adalah tempat atau keadaan dimana para pembeli dan penjual membeli serta menjual barang, jasa atau sumber daya. Lebih lanjut lagi ide dasar dari sebuah pasar adalah agar segala proses transaksi, pertukaran barang dan jasa berlangsung dengan biaya transaksi yang rendah dan efektif, adil dan secara sosial melibatkan banyak pelaku yang berkepentingan, secara ekonomi bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat maupun secara finansial menguntungkan bagi semua pelaku didalamnya, baik penjual, pembeli maupun pelaku pendukung dan pentingnya

peran otoritas pasar sekaligus sebagai pengelola pasar. Sejalan dengan ide dasarnya, peran dan fungsi pasar adalah sebagai *locus* transaksi untuk mengurangi ketidaksetaraan informasi (*asymetric information*), menekan biaya transaksi (*transaction cost*) dan meningkatkan kepercayaan (*trust*). (Leksono, 2009, h. 3). Sehingga untuk mendukung fungsi pasar

maka PD Pasar Jaya selaku Badan Usaha Milik Daerah yang berperan dalam pengelolaan pasar memerlukan faktor-faktor seperti kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur dan hasil penelitian pada ruang lingkup pasar Kota menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh langsung dan signifikan terhadap peran PD Pasar Jaya.

**c. Pasar Wilayah**

Hasil analisis pada Pasar Wilayah dapat dilihat pada Tabel 7. sebagai berikut :

**Tabel 7. Hasil Analisis Pasar Wilayah**

Model	Variabel Dependen	Variabel Independen	R	R <sup>2</sup>	Uji F			Uji t			Koefisien Jalur
					F hitung	F tabel	Kesimpulan	t hitung	t tabel	Kesimpulan	
1	Y <sub>1</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,640	0,410	14,782	2,48	Signifikan	2,495	2,000	Signifikan	0,269
		❖ X <sub>2</sub>						-0,586		Tidak Sig.	-0,077
		❖ X <sub>3</sub>						1,642		Tidak Sig.	0,190
		❖ X <sub>4</sub>						4,578		Signifikan	0,432
2	Y <sub>2</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,585	0,342	11,059	2,48	Signifikan	2,142	2,000	Signifikan	0,244
		❖ X <sub>2</sub>						-0,763		Tidak Sig.	-0,106
		❖ X <sub>3</sub>						-0,249		Tidak Sig.	-0,030
		❖ X <sub>4</sub>						4,772		Signifikan	0,476
3	Y <sub>3</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,733	0,538	24,721	2,48	Signifikan	-1,941	2,000	Tidak Sig.	-0,185
		❖ X <sub>2</sub>						1,675		Tidak Sig.	0,195
		❖ X <sub>3</sub>						6,138		Signifikan	0,634
		❖ X <sub>4</sub>						-2,517		Signifikan	-0,210
4	Y <sub>4</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,440	0,193	5,094	2,48	Signifikan	-0,158	2,000	Tidak Sig.	-0,020
		❖ X <sub>2</sub>						0,481		Tidak Sig.	0,074
		❖ X <sub>3</sub>						0,620		Tidak Sig.	0,084
		❖ X <sub>4</sub>						3,532		Signifikan	0,390
5	Z	❖ X <sub>1</sub>	0,505	0,255	7,263	2,48	Signifikan	2,423	2,000	Signifikan	0,294
		❖ X <sub>2</sub>						-0,904		Tidak Sig.	-0,134
		❖ X <sub>3</sub>						1,118		Tidak Sig.	0,146
		❖ X <sub>4</sub>						2,910		Signifikan	0,309
6	Z	❖ Y <sub>1</sub>	0,823	0,678	44,729	2,48	Signifikan	3,308	2,000	Signifikan	0,323
		❖ Y <sub>2</sub>						4,799		Signifikan	0,473
		❖ Y <sub>3</sub>						2,163		Signifikan	0,140
		❖ Y <sub>4</sub>						2,251		Signifikan	0,154
7	Z	Y	0,809	0,655	167,222	3,96	Signifikan	12,931	2,000	Signifikan	0,809

Sumber : Data diolah (2012)

**Tabel 8. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Pasar Wilayah**

Model	Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh
1	X <sub>1</sub> → Y <sub>1</sub>	0,072361	0,058978	0,131338981
	X <sub>2</sub> → Y <sub>1</sub>	0,005929	-0,031444	-0,025514643
	X <sub>3</sub> → Y <sub>1</sub>	0,036100	0,021319	0,057419140

	$X_4 \rightarrow Y_1$	0,186624	0,059654	0,246278448
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,409521926</b>
2	$X_1 \rightarrow Y_2$	0,059536	0,037852	0,097388208
	$X_2 \rightarrow Y_2$	0,011236	-0,027136	-0,015900212
	$X_3 \rightarrow Y_2$	0,000900	-0,002778	-0,001878420
	$X_4 \rightarrow Y_2$	0,226576	0,036317	0,262892896
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,342502472</b>
3	$X_1 \rightarrow Y_3$	0,034225	-0,038230	-0,004004695
	$X_2 \rightarrow Y_3$	0,038025	0,053401	0,091425555
	$X_3 \rightarrow Y_3$	0,401956	0,023686	0,425642240
	$X_4 \rightarrow Y_3$	0,044100	-0,019254	0,024845730
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,537908830</b>
4	$X_1 \rightarrow Y_4$	0,000400	-0,004975	-0,004575040
	$X_2 \rightarrow Y_4$	0,005476	0,012204	0,017680376
	$X_3 \rightarrow Y_4$	0,007056	0,009928	0,016984296
	$X_4 \rightarrow Y_4$	0,152100	0,011232	0,163332000
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,193421632</b>
5	$X_1 \rightarrow Z$	0,086436	0,034389	0,120825474
	$X_2 \rightarrow Z$	0,017956	-0,047494	-0,029538156
	$X_3 \rightarrow Z$	0,021316	0,008398	0,029713920
	$X_4 \rightarrow Z$	0,095481	0,038402	0,133882902
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,254884140</b>
6	$Y_1 \rightarrow Z$	0,104329	0,136396	0,240724794
	$Y_2 \rightarrow Z$	0,223729	0,131635	0,355363954
	$Y_3 \rightarrow Z$	0,019600	-0,010611	0,008988560
	$Y_4 \rightarrow Z$	0,023716	0,049222	0,072938404
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,678015712</b>
7	$Y \rightarrow Z$	<b>Total Pengaruh</b>		<b>0,655000000</b>

Sumber : Data diolah (2012)

Pada Pasar Wilayah menunjukkan bahwa pengaruh langsung yang dominan pada Model 1, 2, 4 dan 5 adalah Infrastruktur, Model 3 adalah Kebijakan, Model 6 adalah Pembinaan Pedagang dan pada Model 7 menunjukkan bahwa peran PD Pasar berpengaruh langsung terhadap kepuasan masyarakat. Infrastruktur berpengaruh langsung dominan terhadap peran PD Pasar Jaya karena infrastruktur secara teoritis merupakan instrumen untuk memperlancar berputarnya roda perekonomian sehingga bisa mempercepat akselerasi pembangunan. Semakin tersedianya infrastruktur, akan merangsang pembangunan di suatu daerah. Sebaliknya, pembangunan yang berjalan cepat akan menuntut tersedianya infrastruktur agar pembangunan tidak tersendat. Infrastruktur

berguna untuk memudahkan mobilitas faktor produksi, terutama penduduk, memperlancar mobilitas barang/jasa; dan tentunya memperlancar perdagangan antardaerah. Infrastruktur dalam artian luas juga meliputi infrastruktur lunak, seperti norma, nilai, keamanan dan perangkat hukum. (Basri, 2002, h. 300). Sedangkan Kodoatie (2003 : h. 2) mengatakan bahwa infrastruktur adalah aset fisik yang dirancang dalam sistem sehingga memberikan pelayanan publik yang penting. Kajian penelitian terdahulu Victor M. Manek (2006) yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tidak optimalnya fungsi pasar di antaranya adalah, internal pasar seperti fisik bangunan pasar, sarana pendukung dan utilitas) dan penelitian Rini Indriani (2009)

peran pasar tradisional telah berhasil meski belum optimal karena fasilitas sarana dan prasarana masih kurang dalam memenuhi kebutuhan pedagang dan pembeli serta Hadiwiyono (2011) mengidentifikasi bahwa masalah di pasar-pasar tradisional dan modern di antaranya adalah infrastruktur. Sehingga hasil penelitian

menemukan bahwa faktor yang dominan mempengaruhi peran PD Pasar Jaya dalam mengelola pasar dari tradisional sampai modern adalah infrastruktur yang terdapat pada ruang lingkup pasar wilayah dan pasar lingkungan.

**d. Pasar Lingkungan**

Hasil analisis pada Pasar Lingkungan dapat dilihat pada Tabel 9. sebagai berikut :

**Tabel 9. Hasil Analisis Pasar Lingkungan**

Model	Variabel Dependen	Variabel Independen	R	R <sup>2</sup>	Uji F			Uji t			Koefisien Jalur
					F hitung	F tabel	Kesimpulan	t hitung	t tabel	Kesimpulan	
1	Y <sub>1</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,524	0,275	16,559	2,43	Signifikan	0,161	1,960	Tidak Sig.	0,012
		❖ X <sub>2</sub>						1,489		Tidak Sig.	0,130
		❖ X <sub>3</sub>						3,513		Signifikan	0,273
		❖ X <sub>4</sub>						3,918		Signifikan	0,275
2	Y <sub>2</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,466	0,218	12,163	2,43	Signifikan	1,780	1,960	Tidak Sig.	0,132
		❖ X <sub>2</sub>						1,065		Tidak Sig.	0,097
		❖ X <sub>3</sub>						2,070		Signifikan	0,167
		❖ X <sub>4</sub>						3,561		Signifikan	0,260
3	Y <sub>3</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,387	0,150	7,694	2,43	Signifikan	-0,361	1,960	Tidak Sig.	-0,028
		❖ X <sub>2</sub>						3,772		Signifikan	0,357
		❖ X <sub>3</sub>						0,624		Tidak Sig.	0,053
		❖ X <sub>4</sub>						0,273		Tidak Sig.	0,021
4	Y <sub>4</sub>	❖ X <sub>1</sub>	0,379	0,143	7,319	2,43	Signifikan	-1,599	1,960	Tidak Sig.	-0,124
		❖ X <sub>2</sub>						2,553		Signifikan	0,243
		❖ X <sub>3</sub>						1,778		Tidak Sig.	0,150
		❖ X <sub>4</sub>						1,625		Tidak Sig.	0,124
5	Z	❖ X <sub>1</sub>	0,511	0,261	15,423	2,43	Signifikan	0,784	1,960	Tidak Sig.	0,057
		❖ X <sub>2</sub>						1,246		Tidak Sig.	0,110
		❖ X <sub>3</sub>						2,405		Signifikan	0,189
		❖ X <sub>4</sub>						4,673		Signifikan	0,331
6	Z	❖ Y <sub>1</sub>	0,830	0,690	97,222	2,43	Signifikan	5,651	1,960	Signifikan	0,357
		❖ Y <sub>2</sub>						8,583		Signifikan	0,526
		❖ Y <sub>3</sub>						-1,583		Tidak Sig.	-0,075
		❖ Y <sub>4</sub>						1,541		Tidak Sig.	0,075
7	Z	Y	0,607	0,368	103,793	3,91	Signifikan	10,188	1,960	Signifikan	0,607

Sumber : Data diolah (2012)

**Tabel 10. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Pasar Lingkungan**

Model	Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh
1	X <sub>1</sub> → Y <sub>1</sub>	0,000144	0,002228	0,002372028
	X <sub>2</sub> → Y <sub>1</sub>	0,016900	0,034854	0,051754300
	X <sub>3</sub> → Y <sub>1</sub>	0,074529	0,037830	0,112358883

	$X_4 \rightarrow Y_1$	0,075625	0,031976	0,107601175
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,274086386</b>
2	$X_1 \rightarrow Y_2$	0,017424	0,018457	0,035881296
	$X_2 \rightarrow Y_2$	0,009409	0,024733	0,034141963
	$X_3 \rightarrow Y_2$	0,027889	0,024852	0,052740771
	$X_4 \rightarrow Y_2$	0,067600	0,026886	0,094486080
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,217250110</b>
3	$X_1 \rightarrow Y_3$	0,000784	-0,004875	-0,004091332
	$X_2 \rightarrow Y_3$	0,127449	0,009248	0,136696728
	$X_3 \rightarrow Y_3$	0,002809	0,010470	0,013278620
	$X_4 \rightarrow Y_3$	0,000441	0,003125	0,003565590
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,149449606</b>
4	$X_1 \rightarrow Y_4$	0,015376	-0,021244	-0,005867680
	$X_2 \rightarrow Y_4$	0,059049	0,019334	0,078382566
	$X_3 \rightarrow Y_4$	0,022500	0,019686	0,042185850
	$X_4 \rightarrow Y_4$	0,015376	0,013124	0,028499540
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,143200276</b>
5	$X_1 \rightarrow Z$	0,003249	0,009451	0,012699885
	$X_2 \rightarrow Z$	0,012100	0,028925	0,041024500
	$X_3 \rightarrow Z$	0,035721	0,028751	0,064472247
	$X_4 \rightarrow Z$	0,109561	0,032558	0,142119484
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,260316116</b>
6	$Y_1 \rightarrow Z$	0,127449	0,137936	0,265384875
	$Y_2 \rightarrow Z$	0,276676	0,138114	0,414790450
	$Y_3 \rightarrow Z$	0,005625	-0,020403	-0,014777625
	$Y_4 \rightarrow Z$	0,005625	0,019444	0,025069050
	<b>Total Pengaruh</b>			<b>0,690466750</b>
7	$Y \rightarrow Z$	<b>Total Pengaruh</b>		<b>0,368000000</b>

Sumber : Data diolah (2012)

Pada Pasar Lingkungan menunjukkan bahwa pengaruh langsung yang dominan pada Model 1, 2 dan 5 adalah Infrastruktur, Model 3 dan 4 adalah Kelembagaan, Model 6 adalah Pembinaan Pedagang dan pada Model 7 menunjukkan bahwa peran PD Pasar berpengaruh langsung terhadap kepuasan masyarakat. Dalam ruang lingkup pasar lingkungan hasil penelitian menemukan bahwa faktor yang dominan mempengaruhi peran PD Pasar Jaya dalam mengelola pasar dari tradisional sampai modern adalah infrastruktur. Selain itu faktor kelembagaan juga mempengaruhi peran PD Pasar Jaya karena kelembagaan menurut Taryoto (1995, h. 7) merupakan fenomena sosial ekonomi yang berkaitan dengan hubungan antara dua atau lebih pelaku interaksi sosial

ekonomi mencakup dinamika aturan-aturan yang berlaku dan disepakati bersama oleh para pelaku interaksi, disertai dengan analisis mengenai hasil akhir yang diperoleh dari interaksi yang terjadi dan kelembagaan pasar merupakan suatu tatanan dan pola hubungan antara anggota masyarakat atau organisasi yang saling mengikat yang dapat menentukan bentuk hubungan antar manusia atau antara organisasi yang diwadahi dalam suatu organisasi atau jaringan dan ditentukan oleh faktor-faktor pembatas dan pengikat berupa norma, kode etik aturan formal maupun informal untuk pengendalian perilaku sosial serta insentif untuk bekerjasama dan mencapai tujuan bersama. (USDRP, 2012, h. III-1). Hal ini diperkuat dengan penelitian Siti Maryam (2007) yang

menjelaskan bahwa dampak yang timbul dari privatisasi BUMN terhadap pelayanan publik adalah adanya peningkatan kinerja perusahaan dan pelayanan pada masyarakat yang semakin. Dengan demikian kelembagaan juga merupakan faktor yang diperlukan dalam meningkatkan peran Perusahaan Daerah Pasar Jaya dalam meningkatkan fungsi pasar guna meningkatkan kepuasan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian pada 4 ruang lingkup penelitian menjelaskan bahwa pembinaan pedagang berpengaruh langsung dan signifikan terhadap peran PD Pasar Jaya dan peran PD Pasar berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat selaku pelanggan. Penelitian terdahulu Daniel Suryadarma (2007) menjelaskan bahwa kelesuan yang terjadi di pasar tradisional kebanyakan bersumber dari masalah internal pasar tradisional dan kajian penelitian terdahulu Victor M. Manek (2006) yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tidak optimalnya fungsi pasar di antaranya adalah hubungan sosial pedagang dan konsumen. Hal ini yang melatarbelakangi bahwa pasar tradisional dapat bersaing dengan pasar modern di lihat dari faktor pembinaan pedagang. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Dengan demikian

untuk meningkatkan kepuasan masyarakat memerlukan peningkatan pembinaan pedagang, di mana pedagang dapat memberikan pelayanan sesuai yang diinginkan masyarakat selaku pelanggan.

Secara teoritis kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. (Kotler, 2002, h. 42) selanjutnya Sukirno, dkk (2006, h. 211) menjelaskan bahwa para konsumen yaitu masyarakat yang membeli barang yang dihasilkan. Dalam teori ekonomi kegiatan pemasaran akan mewujudkan tambahan utilitas yang berikut : (1) Utilitas waktu : kepuasan konsumen bertambah oleh karena dapat membeli barang pada waktu yang sesuai (2) utilitas tempat : tambahan kepuasan konsumen karena dapat memperoleh barang pada tempat yang dekat dengannya dan (3) utilitas pemilikan : tambahan kepuasan konsumen karena dapat memperoleh barang yang diinginkan. Dengan hasil penelitian menjelaskan bahwa peran PD Pasar Jaya berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat selaku pelanggan.

Selanjutnya berdasarkan hasil pembahasan di atas maka spesifikasi dan pemberdayaan pasar reguler, kota, wilayah dan lingkungan dapat ditunjukkan pada Tabel 11. berikut :

**Tabel 11. Spesifikasi dan Pemberdayaan Pasar Reguler, Kota, Wilayah dan Lingkungan**

Uraian	Pasar Reguler	Pasar Kota	Pasar Wilayah	Pasar Lingkungan
Ruang Lingkup	Kawasan Jakarta dan sekitarnya	Wilayah Kota	Beberapa Lingkungan Permukiman	Satu Lingkungan Permukiman
Sifat Kegiatan dan Jenis Dagangan	Induk dan Grosir	Grosir dan Khusus	Grosir dan Eceran	Eceran
Tingkat Potensi	Maju	Maju	Berkembang	Tumbuh
Penggolongan Pasar	Modern	Semi Modern	Semi Modern	Tradisional
Waktu Kegiatan	Siang dan Malam	Siang dan Malam	Siang	Pagi dan Siang
Kelengkapan Barang	Sangat Lengkap	Lengkap	Lengkap	Cukup Lengkap

<b>Dagangan</b>				
<b>Mayoritas Barang Dagangan</b>	Pakaian dan Elektronik	Pakaian dan Elektronik	Pakaian dan Bahan Makanan Pokok	Kebutuhan Sehari-hari (sayuran)
<b>Pemberdayaan</b>	Kerjasama dan Kemitraan Pihak Ketiga	Pemeliharaan Infrastruktur	Pemeliharaan Infrastruktur dan Revitalisasi Pasar	Revitalisasi Pasar dan Pembangunan Pasar dengan Lokasi yang Baru
<b>Kinerja Manajerial</b>	Profesional dan Kemitraan	Profesional	Cukup Profesional	Kurang Profesional
<b>Kelembagaan</b>	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik
<b>Kebijakan</b>	Sangat Jelas	Jelas	Cukup Jelas	Kurang Jelas
<b>Infrastruktur</b>	Sangat Lengkap	Lengkap	Cukup Memadai	Kurang Memadai
<b>Pelayanan</b>	Sangat Baik	Baik	Baik	Cukup Baik
<b>Pembinaan Pedagang</b>	Sangat Disiplin	Disiplin	Disiplin	Cukup Disiplin
<b>Stabilitas Harga</b>	Harga Pasti dan Tidak Mudah Ditawar	Harga Pasti dan Tidak Mudah Ditawar	Fleksibel (Mudah Ditawar)	Fleksibel (Mudah Ditawar)
<b>Kelancaran Distribusi</b>	Parkir dan Bongkar Muat Barang Luas	Parkir dan Bongkar Muat Barang Cukup Luas	Parkir dan Bongkar Muat Barang Cukup Luas	Parkir dan Bongkar Muat Barang Kurang Luas
<b>Kepuasan Masyarakat</b>	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Cukup Puas

Sumber : Hasil Pengamatan (2012)

Spesifikasi dan pemberdayaan masing-masing pasar tersebut di atas menjelaskan bahwa ruang lingkup pasar dan pelayanan untuk pasar reguler lebih besar dibandingkan pasar kota, wilayah dan lingkungan sehingga sifat dan kegiatan jenis dagangan juga berbeda pula. Untuk pasar Reguler yang merupakan jenis pasar induk dan grosir dengan tingkat potensi maju dan modern sehingga memerlukan pemberdayaan dari pihak ketiga seperti kemitraan dalam rangka keunggulan bersaing (*competitive advantage*) pedagang pasar tradisional seperti penelitian Een Herawati (2008) menjelaskan bahwa strategi pengelolaan perpasaran adalah membangun kemitraan dalam rangka keunggulan bersaing pedagang pasar tradisional. Namun dalam penelitian ini kinerja manajerial lebih dominan mempengaruhi peran PD Pasar Jaya dalam mengelola pasar. Oleh karena itu, apabila pengelolaan pasar reguler dapat dilakukan oleh manajemen PD Pasar Jaya dengan kinerja manajerial yang profesional tanpa

dibantu oleh kemitraan diharapkan lebih baik dibandingkan dengan kemitraan.

Untuk pasar Kota yang merupakan jenis pasar grosir dan khusus dengan tingkat potensi maju dan semi modern sehingga memerlukan pemberdayaan pemeliharaan infrastruktur. Namun demikian, hasil penelitian pada pasar Kota menunjukkan bahwa keempat faktor yaitu kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur mempengaruhi peran PD Pasar Jaya dalam pengelolaan pasar seperti yang dikemukakan Dyah Arum Istiningtyas (2008) dalam penelitiannya aspek-aspek penting dalam pengembangan pasar adalah ekonomi, manajemen, sosial dan teknis. Untuk pasar wilayah dengan ruang lingkup pelayanan beberapa lingkungan pemukiman dengan jenis dagangan grosir dan eceran serta tingkat potensi pasar berkembang dan semi modern memiliki temuan hasil penelitian yang sama dengan pasar lingkungan dengan ruang lingkup pelayanan satu lingkungan pemukiman dengan jenis dagangan eceran serta tingkat potensi pasar tumbuh dan tradisional

menunjukkan bahwa infrastruktur berpengaruh langsung dominan terhadap peran PD Pasar Jaya dalam pengelolaan pasar sehingga pemeliharaan infrastruktur dan revitalisasi pasar sangat diperlukan dalam meningkatkan kepuasan masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori menurut Kodoatie (2003 : h. 2) yang menjelaskan bahwa infrastruktur adalah aset fisik yang dirancang dalam sistem sehingga memberikan pelayanan publik yang penting dan kajian penelitian terdahulu Victor M. Manek (2006) yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tidak optimalnya fungsi pasar di antaranya adalah, internal pasar seperti fisik bangunan pasar, sarana pendukung dan utilitas) dan penelitian Rini Indriani (2009) peran pasar tradisional telah berhasil meski belum optimal karena fasilitas sarana dan prasarana masih kurang dalam memenuhi kebutuhan pedagang dan pembeli serta Hadiwiyono (2011) mengidentifikasi bahwa masalah di pasar-pasar tradisional dan modern di antaranya adalah infrastruktur.

Dengan demikian peran sektor publik dalam perekonomian berinteraksi dengan sektor swasta. Perusahaan Daerah Pasar Daerah Khusus Ibukota Jakarta merupakan salah satu BUMD memiliki peranan strategis berdampak cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Peran PD Pasar Jaya didasarkan pada tugas pokok PD Pasar Jaya yaitu melaksanakan pelayanan umum dalam bidang pemasaran; membina pedagang pasar; dan ikut membantu menciptakan stabilitas harga dan kelancaran distribusi di pasar. Sedangkan fungsi PD Pasar Jaya yaitu merencanakan, membangun, memelihara bangunan pasar; mengelola pasar beserta sarana kelengkapannya; melakukan pembinaan pedagang pasar; dan membantu menciptakan stabilitas harga dan kelancaran distribusi barang dan jasa pasar. Untuk dapat melaksanakan tugas pokok tersebut

maka visi PD Pasar Jaya adalah “Menjadikan pasar tradisional dan modern sebagai sarana unggulan dalam penggerak perekonomian daerah Provinsi DKI Jakarta”. Sedangkan misi PD Pasar Jaya adalah “Menyediakan pasar tradisional dan modern yang bersih, aman, nyaman, dan berwawasan lingkungan serta memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang lengkap, segar, murah dan bersaing”. Untuk mewujudkan visi dan misi dari PD Pasar Jaya tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja manajerial, kelembagaan, kebijakan dan infrastruktur berpengaruh langsung terhadap peran PD Pasar Jaya sehingga peningkatan peran PD Pasar Jaya berpengaruh langsung terhadap kepuasan masyarakat selaku pelanggan. Oleh karena itu sebaiknya implementasi pengembangan pasar modern maupun tradisional lebih lanjut sebaiknya memperhatikan keempat faktor tersebut.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Pengaruh kinerja manajerial terhadap pelayanan umum pada pasar reguler, pasar kota dan pasar wilayah signifikan. Sedangkan pada pasar lingkungan tidak signifikan. Peningkatan kinerja manajerial akan meningkatkan pelayanan umum, namun demikian hal ini tidak terjadi pada pasar lingkungan karena ruang lingkup pasar yang kecil dan tradisional sehingga kinerja manajerial tidak diprioritaskan oleh PD Pasar Jaya. Selanjutnya infrastruktur terhadap pelayanan umum berpengaruh signifikan pada pasar kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan, tetapi tidak signifikan pada pasar reguler karena kondisi tata letak dan keruangan bangunan pasar Reguler masih terlihat belum tertata rapi dan teratur. Sementara untuk variabel lain kelembagaan dan kebijakan tidak berpengaruh signifikan pada keempat pasar karena perhatian terhadap kelembagaan

masih minim dan kebijakan pemerintah terhadap pasar cenderung tidak konsisten selalu berubah dan sulit dilaksanakan secara utuh.

Pengaruh kinerja manajerial terhadap pembinaan pedagang pada pasar reguler, pasar kota dan pasar wilayah signifikan. Sedangkan pada pasar lingkungan tidak signifikan karena masih kurang disiplin dalam hal penataan kios dagang. Selanjutnya kebijakan terhadap pembinaan pedagang berpengaruh signifikan pada pasar lingkungan, tetapi tidak signifikan pada pasar reguler, pasar kota dan pasar wilayah karena kebijakan pada ketiga pasar tersebut sulit di laksanakan. Kemudian infrastruktur terhadap pembinaan pedagang berpengaruh signifikan pada pasar kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan, tetapi tidak signifikan pada pasar reguler karena masih terlihat ketidakrapihan pada tata letak dan keruangan dari bangunan pasar. Sementara untuk variabel kelembagaan tidak berpengaruh signifikan pada keempat pasar karena masih minimnya perhatian pemerintah terhadap kelembagaan sehingga kelembagaan pada pasar-pasar yang dikelola PD Pasar Jaya sulit dipahami oleh pedagang dan pembeli di keempat pasar tersebut.

Pengaruh kelembagaan terhadap stabilitas harga pada pasar kota dan pasar lingkungan signifikan. Sedangkan pada pasar reguler dan pasar wilayah tidak signifikan karena kelembagaan pada pasar reguler dan pasar wilayah dalam hal stabilitas harga kurang diperhatikan. Selanjutnya kebijakan dan infrastruktur terhadap stabilitas harga berpengaruh signifikan pada pasar wilayah, tetapi tidak signifikan pada ketiga pasar karena kebijakan dan infrastruktur terhadap stabilitas pada pasar tersebut belum dapat dilaksanakan. Sementara untuk variabel kinerja manajerial tidak berpengaruh signifikan pada keempat pasar karena masih

optimalnya kinerja manajerial terhadap stabilitas harga.

Pengaruh kelembagaan terhadap kelancaran distribusi pada pasar lingkungan signifikan. Sedangkan pada ketiga pasar lainnya tidak signifikan karena pasar lingkungan merupakan pasar tradisional yang memerlukan kelembagaan dalam hal kelancaran distribusi. Adapun pengaruh kebijakan terhadap kelancaran distribusi pada pasar kota signifikan. Sedangkan pada ketiga pasar lainnya tidak signifikan karena belum optimalnya kebijakan dalam kelancaran distribusi pada ketiga pasar tersebut. Selanjutnya infrastruktur berpengaruh signifikan pada pasar wilayah, tetapi tidak signifikan pada ketiga pasar lainnya karena infrastruktur pada pada ketiga pasar tersebut masih belum teratur. Sementara untuk variabel lain kinerja manajerial tidak berpengaruh signifikan pada keempat pasar karena belum optimalnya kinerja manajerial terhadap kelancaran distribusi.

Pengaruh kinerja manajerial terhadap kepuasan masyarakat pada pasar reguler, pasar kota dan pasar wilayah signifikan. Sedangkan tidak signifikan pada pasar lingkungan karena pasar lingkungan merupakan pasar tradisional dengan kondisi yang tidak beraturan. Selanjutnya kebijakan terhadap kepuasan masyarakat berpengaruh signifikan pada pasar lingkungan, tetapi tidak signifikan pada ketiga pasar lainnya karena kebijakan belum dapat dilaksanakan secara optimal. Adapun infrastruktur terhadap kepuasan masyarakat berpengaruh signifikan pada pasar kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan, sedangkan tidak signifikan pada pasar reguler. Sementara untuk variabel lain kelembagaan tidak berpengaruh signifikan pada keempat pasar karena kelembagaan terhadap kepuasan masyarakat kurang diperhatikan oleh pemerintah dalam hal ini PD Pasar Jaya.

Pengaruh pembinaan pedagang terhadap kepuasan masyarakat pada keempat pasar signifikan. Selanjutnya pelayanan umum terhadap kepuasan masyarakat berpengaruh signifikan pada pasar kota, pasar wilayah dan pada pasar lingkungan, tetapi tidak signifikan pada pasar reguler karena pelayanan umum pada pasar reguler hanya bersifat bisnis. Sementara untuk variabel stabilitas harga dan kelancaran distribusi terhadap kepuasan masyarakat berpengaruh signifikan pada pasar wilayah, tetapi tidak signifikan pada ketiga pasar lainnya karena stabilitas harga dan kelancaran distribusi pada ketiga pasar tersebut tidak berjalan efektif seperti pada pasar wilayah.

Pengaruh peran PD Pasar Jaya terhadap kepuasan masyarakat pada pasar reguler, pasar kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan adalah signifikan.

Sedangkan saran yang diperlukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

PD Pasar Jaya perlu meningkatkan kinerja manajerial yang transparan dan profesional dalam pengelolaan pasar dengan meningkatkan kemampuan manajerial meliputi teknis, konseptual dan hubungan antar pribadi di bidang perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan serta pengawasan pasar secara intensif.

PD Pasar Jaya perlu meningkatkan fungsi kelembagaan sehingga menciptakan model pasar yang sesuai dengan perubahan pasar dan tuntutan masyarakat selaku pelanggan.

Perlu adanya harmonisasi dari setiap kebijakan baik dari pemerintah maupun dari PD Pasar dan menerapkan kebijakan atau peraturan-peraturan yang berlaku lebih jelas dan efektif, misalnya kebijakan atau peraturan-peraturan yang berkaitan hak guna pakai kios sehingga dapat menguntungkan kedua belah pihak yaitu PD Pasar Jaya dan pedagang.

PD Pasar Jaya perlu menyediakan fasilitas yang cukup dan memenuhi syarat pasar yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yakni dengan pengelolaan tata ruang pasar, pemugaran bangunan yang menarik, pemeliharaan pasar secara berkala, sarana tempat parkir yang memadai, ketersediaan listrik dan air bersih dan lain sebagainya. Selain itu pembangunan pasar yang baru sebaiknya diletakkan dengan lokasi pasar yang strategis dengan lingkungan masyarakat sekitar dan antara pasar satu dengan pasar yang lainnya tidak saling berdekatan.

PD Pasar Jaya perlu meningkatkan pelayanannya melalui perencanaan, pembangunan, pemeliharaan dan perawatan area serta sarana kelengkapan pasar serta melakukan pengendalian keamanan dan ketertiban dalam area pasar.

PD Pasar Jaya perlu melaksanakan kegiatan pembinaan pedagang secara lebih aktif dan berkelanjutan misalnya dengan memfasilitasi peningkatan kualitas sumber daya manusia pedagang baik melalui pendidikan, pelatihan dan penyuluhan terutama tentang manajemen dan teknik berdagang sehingga dapat memberikan pelayanan kepada konsumen yang berkualitas baik mengenai kualitas produk, higienitas, takaran, kemasan, penyajian/penataan barang maupun dalam pemanfaatan fasilitas pasar sehingga dapat bersaing dengan pasar modern.

PD Pasar Jaya perlu memberikan bantuan dan pembinaan terhadap kestabilan harga barang dagangan melalui pemberian informasi harga-harga barang dagangan yang berlaku pada saat ini sehingga masyarakat mendapatkan jaminan harga yang lebih terjangkau.

PD Pasar Jaya perlu membangun sistem jaringan distribusi melalui penyediaan ruang yang mampu menampung persediaan barang yang akan dipasok dan diperjualbelikan atau didistribusikan,

penyediaan gudang/ruang dengan kapasitas dan jumlah yang cukup serta penyediaan alat angkut barang yang lengkap dan memadai.

PD Pasar Jaya perlu melakukan pengembangan pasar melalui model pengembangan pasar tradisional yang ideal dengan menciptakan kondisi fisik yang menarik dan memadai misalnya arsitektur bangunan yang menarik, perencanaan tata ruang bagi pedagang dan pengunjung yang *accessible*, infrastruktur yang memadai dan manajemen pengelola pasar yang transparan dan profesional.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, I., Daryanto, T.J., dan Rahayu, M.J. 2007. *Peran Pasar Tradisional dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta*. Gema Teknik. Nomor 2/Tahun X Juli 2007.
- Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Al Rasyid, Harun. 1994. *Statistika Sosial*. Bandung : Program Pascasarjana Universitas Padjajaran.
- Amri, Syaeful. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Tradisional terhadap Perpindahan Berbelanja dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern di Kota Semarang*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik. 2001 – 2010. *Jakarta Dalam Angka*. Jakarta : BPS Propinsi DKI Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2001 – 2010. *Statistik Keuangan Pemerintah Provinsi*. Jakarta : BPS.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Statistik Indonesia 2005/2006*. Jakarta : BPS.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Statistik Indonesia*. Jakarta : BPS.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Jakarta Dalam Angka 2011*. Jakarta : BPS.
- Baldwin, John R. dan Dixon, J. 2008. *Infrastructure Capital : What it is ? Where is it ? How Much of it is There ?*. March 12, 2008. anadian Productivity Review Research Paper.
- Basri, Faisal. 2002. *Perekonomian Indonesia. Tantangan dan Harapan bagi Kebangkitan Indonesia*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Boediono. 2002. *Ekonomi Mikro*. Cetakan Keduapuluh Tiga. Yogyakarta : BPFE.
- Budiarjo, Miriam. 2008. *Pengantar Teori Politik*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Bulkis. 2005. *Manajemen Pembangunan*. Makasar : Universitas Hasanudin.
- Chrismardani, Yustina dan Andriani, Nurita. 2007. *Pengaruh Kebijakan Pengembangan Pasar Tradisional terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah dan Penguatan Kelembagaan Ekonomi Usaha Kecil dan Mikro*. Jurnal Ekonomi. Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo.
- David, Fred R. 2008. *Strategic Management. Manajemen Strategis. Konsep*. Edisi 10. Penerjemah : Ichsan Setiyo Budi. Jakarta : Salemba Empat.
- Dumairy. 1996. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Dunn, William N. 2003. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta : Gadjadara University Press.
- Ghozali, Imam, 2008. *Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 16.0*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grigg, Neil dan Fontane G. Darrel, 2000. *Infrastructure System Management*

- & *Optimization*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hadiwiyono. 2011. *Analisis Kinerja Pasar Tradisional di Era Persaingan Global di Kota Bogor*. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- I Komang Ardana, Ni Wayan Mujiati dan I Wayan Mudiarta Utama. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu.
- Indriani, Rini. 2009. Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Camba Kabupaten Maros.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Istiningtyas, Dyah Arum. 2008. *Analisis Kebijakan dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Bogor*. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Karo, Rasidin dan Sitepu, Karo. 2011. *Dampak Keberadaan Pasar Moderen terhadap Kinerja Ekonomi Regional*. Medan : Universitas Islam Sumatera Utara. Q Journal Vol. 01 – No. 01 -1.
- Kementerian Perdagangan dan Perindustrian. 2004. *Pasar Tradisional yang Modern (Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Pasar Tradisional)*. Jakarta.
- Khalil, Elias L. 1995. Organization Versus Institutions. *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE)*. [www.jstor.org](http://www.jstor.org).
- Kiik, Victor, M. Manek. 2006. *Kajian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tidak Optimalnya fungsi Pasar Tradisional Lolowa dan Pasar Tradisional Fatubenao Kecamatan Kota Atambua – Kabupaten Belu*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kodoatie, Robert J, 2003. *Pengantar Manajemen Infrastruktur*. Semarang.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium 2. Alih bahasa : Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benjamin Molan. Jakarta : PT Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Cetakan Pertama. Edisi 12. Jilid 1. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Jakarta : PT. Indeks.
- Lamb, Hair and McDaniel. *Pemasaran*. Buku 2. Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Leksono. S. 2009. *Runtuhnya Modal Sosial Pasar Tradisional*. Malang : CV Citra.
- Lester, J. P. dan Stewart J. 2000. *Public Policy : An Evaluationary Approach*. The University of California. Wadsworth Thomson Learning.
- Mahmudi. 2010. *Manajemen Keuangan Daerah*. Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Martin, William B. 2001. *Quality Customer Service*. Jakarta : Penerbit PPM.
- Maryam, Siti. 2007. *Pergeseran Kebijakan dalam Pelayanan Publik pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) (Dalam Perspektif Hukum dan Kebijaksanaan Publik)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Muslimin, Lukman, Indriati, Fibria dan Widayanti, Tjahya. 2006. *Kajian Model Pengembangan Pasar Tradisional*. Buletin Ilmiah

- Penelitian dan Pengembangan Perdagangan.
- Nasir, Moh. 1999. *Metode Penelitian*. Cetakan Keempat. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nielsen, C. 2003. *Modern Supermarket*. Terjemahan A.W. Mulyana. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Nisjar, Karhi dan Winardi. 1997. *Manajemen Strategik*. Cetakan Pertama. Bandung : Penerbit Mandar Maju.
- Nugroho Bhuono A. 2005. *Strategi Jitu (Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS)*. Yogyakarta : Andi.
- Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 2 Tahun 2009. *Tentang Perusahaan Daerah Pasar Jaya*.
- Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 3 Tahun 2009. *Tentang Pengelolaan Area Pasar*.
- Poerwadarminta, W.J.S. 1985. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta : PN. Balai Pustaka.
- Pratisto, Arif. 2004. *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Prawirosentono, S. 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Kebijakan Kinerja Karyawan. Kiat Membangun Organisasi Kompetitif Menjelang Perdagangan Bebas Dunia*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPF.
- Priadana, S., dan Muis, S., 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Reardon, et al. 2003. *The Rise of Supermarket in Africa, Asia and Latin America*. American Journal of Agricultural Economics, 85.
- Robbins Stephen P. dan Coulter, Mary. 2007. *Manajemen*. Edisi Kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa : Harry Slamet. Jakarta : PT. Indeks.
- Salvatore, Dominick. 2007. *Mikroekonomi*. Edisi Keempat. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Samsudin, S. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Kedua. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Saydam, Gouzali. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Human Resources Management)*. Jakarta : Penerbit Djambatan.
- Schermerhorn, John R. Jr. 1997. *Manajemen*. Buku 1. Penerjemah : M. Parnawa Putranta, dkk. Yogyakarta : Andi.
- Sinaga, Pariaman. 2008. *Menuju Pasar yang Berorientasi Pada Perilaku Konsumen*. Artikel
- Siswanto, H.B. 2008. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Sugiarto, dkk. 2002. *Ekonomi Mikro. Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketigabelas. Bandung : Alfabeta.
- Sukirno, Sadono, dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. Edisi Pertama. Jakarta : Kencana.
- Suratno dan Waluyo. 2003. *Pengembangan Kinerja Dinas Pengelolaan Pasar dan Kontribusinya terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Surakarta*. Jurnal

- Ekonomi. Surakarta : Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret.
- Suryadarma dkk. 2007. *Laporan Penelitian: Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*. Jakarta : Lembaga Penelitian SMERU.
- Suryana. 2000. *Ekonomi Pembangunan. Problematika dan Pendekatan*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Sutrisna, Endi dan Jamjani, Andi. 2010. *Analisis Dampak Pembangunan Pasar Tradisional Rau Trade Center (RTC) Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Kota Serang*. Banten : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Syahyuti. 2009. *Tinjauan Sosiologis terhadap Konsep Kelembagaan dan Upaya Membangun Rumusan yang Lebih Operasional*. Bogor : Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Taryoto, A H. 1995. *Analisis Kelembagaan Dalam Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*. Prosiding Pengembangan Hasil Penelitian. Kelembagaan dan Prospek Pengembangan Beberapa Komoditas Pertanian. Penyunting Andin H Taryoto, dkk. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian.
- Terry, George R. 2006. *Asas-Asas Manajemen*. Edisi Kedelapan. Alih Bahasa : Winardi. Bandung : PT. Alumni.
- Tika, Tjiptono, F. dan Chandra G., 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1962. *Tentang Perusahaan Daerah*.
- Uphoff, Norman. 1986. *Local Institutional Development : An Analytical Sourcebook with Cases*. USA : Kumarian Press.
- Urban Sector Development Reform Project. 2012. *Pedoman Umum Manajemen Pasar Profesionalisasi Manajemen Aset Pasar dan Terminal*.
- Wahana Komputer. 2005. *Pengembangan Analisis Multivariate dengan SPSS 12*. Jakarta : Penerbit Salemba Infotek.
- Winarno, Budi. 2002. *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Yustika, A. E. 2007. *Perekonomian Indonesia. Satu Dekade Pascakrisis Ekonomi*. Malang : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Wibowo, Arief. 2006. *Analisis Regresi Linier Sederhana*. Surabaya : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Airlangga.
- Widiandra, Damasus Ottis dan Sasana, Hadi. 2013. *Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tradisional Kecamatan Banyumanik Kota Semarang)*. Diponegoro Journal of Economics. Volume 2, Nomor 1. Halaman 1-6.
- Winarno, Budi. 2008. *Kebijakan Publik : Teori dan Proses*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Wirasasmita, Yuyun. 2010. *Ekonomi Publik*. Jakarta : Universitas Borobudur.
- [www.pdpasarjaya.com](http://www.pdpasarjaya.com)
- [www.detikfinance.com](http://www.detikfinance.com).
- Zheng Zhou, K., Brown, J.R., Dev, C,S., dan Agarwal, S. 2007. *The Effect of Customer and Competitor Orientation on Performance in Global Markets : a Contingency Analysis*. Journal of International Business Studies. [www.jstor.org](http://www.jstor.org).

