



ARTIKEL ILMIAH

Analisis Persepsi Masyarakat Milenial Terhadap Kualitas Pelayanan Pasar Tradisional Dengan Infrastruktur Sebagai Variabel Intervening

Ria Manurung, Suyudi

Program Studi Komputerisasi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso
Purwokerto

Jln. SMP 5 Karangklesem, Banyumas Jawa Tengah 53144

* E-mail: stikomysudarso@gmail.com, stikomys@stikomys.ac.id

Abstract



Citation: R. Manurung and Suyudi,
"Analisis Persepsi Masyarakat Milenial
Terhadap Kualitas Pelayanan Pasar
Tradisional Dengan Infrastruktur
Sebagai Variabel Intervening" in *Jurnal
HUMMANSI*, Vol. 2 No. 1, Purwokerto
: STIKOM Yos Sudarso Publisher. 2019,
pp. 37-50.

Editor: Adhi Wibowo

Received: Februari, 2019

Accepted: Februari, 2019

Published: 01 Maret 2019

Funding: Mandiri

Copyright: ©2019
Ria Manurung, Suyudi



Banyumas Regency is supported by several business sectors and the largest contribution from the trade sector. To improve the trade sector, infrastructure improvements are carried out through market revitalization. Banyumas Regency has 92 modern markets and 26 traditional markets. The formulation of the problem is how the factors of the tendency of the millennial society towards the quality of traditional market services and how infrastructure can strengthen or weaken the tendency of millennial society towards the quality of traditional market services in improving the functioning of the market. The research method is descriptive qualitative analysis with the type of field research Primary data obtained from questionnaires as many as 310 respondents with purposive sampling as a sampling technique. Secondary data is obtained from the Central Bureau of Statistics, books, theses, theses, journals. Importance Performance Analysis (IPA), Coordinate Kartesius and Customer Satisfaction Index (CSI) as data analysis techniques. The results of the study are that service quality has an influence on the factors of the tendency of millennial society and infrastructure to strengthen the influence of the factors of millennial society's tendency towards service quality in improving market function. The results of this study were obtained from a survey analysis of millennial visitors in traditional markets in Banyumas, namely the perception of millennial society can change towards traditional markets if the quality of service for market managers and traders can be improved in a better direction. Thus it will encourage millennial communities to visit and shop in traditional markets.

Key Words: *Market Function; Customer Satisfaction Index; Importance Performance Analysis; Cartesian Coordinate; Market Revitalization.*

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Semua pemerintah daerah yang ada di seluruh nusantara sangat didukung oleh pemerintah pusat untuk menata, mengurus dan mengatur sendiri keseluruhan urusan daerahnya termasuk penataan ekonomi masyarakatnya. Dukungan ini dibuktikan dengan terbitnya UU tentang kebijakan otonomi daerah Nomor 32 yang ditetapkan pemerintah pada tahun 2004. Berbagai sektor usaha yang ada di Kabupaten Banyumas ikut



ambil bagian dalam menopang ekonominya. Salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar yakni dari sektor perdagangan, karena mampu meningkat setiap tahunnya. Oleh karena itu sektor perdagangan di Kabupaten Banyumas sangat diberi perhatian oleh Pemerintah melalui perbaikan infrastruktur dengan cara revitalisasi pasar. Pemerintah Daerah Kabupaten Banyumas mengeluarkan Peraturan Nomor 115 Tahun 2010 perihal petunjuk pelaksanaan peraturan nomor 4 tahun 2010 yang menetapkan perihal penataan, pengaturan dan pengawasan seluruh kegiatan dan pelayanan pasar bagi para pedagang yang menggunakan fasilitas pasar untuk tempat menjajakan dagangannya. Maksud dari peraturan tersebut yakni agar masyarakat dijamin kelangsungan pelayanan seperti tersedianya fasilitas pasar yang bisa mendukung terciptanya proses hubungan penjual dan pembeli secara aman dan nyaman.

Jumlah pasar menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Penanaman modal dan pelayanan perizinan sebanyak 92 untuk pasar moderen dan pasar tradisional sebanyak 26. Pasar tradisional memiliki jumlah yang lebih sedikit dari pada pasar moderen dan mengalami penyusutan sejak tahun 2013. Keadaan pasar tradisional sendiri memiliki banyak kekurangan seperti lorong penuh dengan dagangan, bau pengap, tempat kotor, bahkan harga yang ditawarkan sering lebih tinggi sehingga harus terjadi tawar menawar antara pembeli dengan penjual. Inilah sebagian pemicu ditinggalkannya pasar tradisional. Pada era teknologi canggih yang sangat populer saat ini yakni teknologi dengan kecerdasan buatan mempengaruhi perkembangan *starup e-comerrce* yang sangat cepat dan berdampak terhadap gaya hidup dan persepsi masyarakat terutama masyarakat milenial terhadap hal-hal yang bersifat tradisional tak terkecuali dengan pasar tradisional. Generasi Milenial sebagai salah satu target pasar yang potensial memiliki sifat yang serba cepat dan instan maka kondisi pasar tradisional yang masih buruk dalam infrastruktur, pelayanan, penataan, kurang bersih dan kelemahan lainnya dibanding pasar moderen menyebabkan ketertarikan yang kurang bagi generasi milenial untuk mengunjungi pasar tradisional. Pasar Tradisional mempunyai berbagai persoalan yakni:

1. Daya tampung pasar yang tidak seimbang dengan jumlah pedagang dan dagangan tidak tertata dengan baik.
2. Kondisi pasar Tradisional yang terkesan kumuh
3. Makanan siap saji yang diperjualbelikan terkesan kurang higienis
4. Pertumbuhan pasar moderen menjadi pesaing berat bagi pasar tradisional
5. Pedagang tradisional kurang memiliki kesadaran terhadap perkembangan usaha dagang yang sedang digeluti dan kurang tertib dengan tempat dasar yang telah ditetapkan dalam pasar tradisional.
6. Pemanfaatan lokasi pasar yang tidak efektif sehingga pasar tidak bisa berfungsi dan dioperasikan dengan maksimal.
7. Kesadaran para pedagang yang masih sangat minim untuk pembayaran retribusi
8. Beberapa pasar tradisional beroperasi untuk hari tertentu saja (tidak setiap hari) dan jam kegiatan pada pasar juga dilaksanakan pada jam tertentu saja.
9. Sarana dan Prasarana yang ada di Pasar Tradisional yang kurang memadai bahkan dapat dikatakan tidak layak.

Berbagai penjelasan di atas menjadi permasalahan yang bisa dirumuskan berikut ini:

1. Bagaimana faktor-faktor kecenderungan masyarakat milenial terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional dalam meningkatkan fungsi pasar di Kabupaten Banyumas?
2. Bagaimana faktor-faktor kecenderungan masyarakat milenial terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional dalam meningkatkan fungsi pasar di Kabupaten Banyumas dengan infrastruktur sebagai variabel intervening?

Penelitian ini akan menjelaskan tujuan berikut ini:

1. Menentukan dan menelaah faktor-faktor kecenderungan masyarakat milenial terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional dalam meningkatkan fungsi pasar di Kabupaten Banyumas.
2. Mengenali dan menelaah faktor-faktor kecenderungan masyarakat milenial terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional dalam meningkatkan fungsi pasar di Kabupaten Banyumas dengan infrastruktur sebagai variabel intervening.

Metode

1.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif yang merupakan penelitian ilmiah secara sistematis yang berhubungan dengan bagian-bagian dan fenomena yang menghubungkan penelitian (Sarwono, 2016). Sebagai data sumber yang dipakai pada penelitian yakni data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan dengan melakukan sebaran kuesioner di wilayah Kabupaten Banyumas dengan jumlah pasar sebanyak 26 yang masing-masing pasar diambil 10 responden milenial dan 50 responden milenial di luar dari pasar tradisional dengan batasan usia 17 tahun s/d 35 tahun. Data sekunder dikumpulkan melalui Badan Pusat Statistik (BPS), Tesis, Skripsi, Jurnal, buku, artikel dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan di Kabupaten Banyumas yang mempunyai luas sekitar 1.327,60 km², terdiri atas 27 Kecamatan dan memiliki 301 desa serta 30 kelurahan. Melihat luas Kabupaten Banyumas maka hasil kuesioner akan diuji bias karena memiliki perbedaan waktu pada saat pengumpulan data. Teknik penentuan sampel yang digunakan yakni *purposive sampling*. Berdasarkan uraian di atas maka jumlah pasar dan sampel responden milenial seperti tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Jumlah Pasar Tradisional dan Responden di Kabupaten Banyumas

No	Nama Pasar	Jumlah Sampel
1	Arcawinangun	10
2	Glempang	10
3	Cilongok	10
4	Cikebrok	10
5	Sokaraja	10
6	Kebondalem	10
7	Wangon	10
8	Ajibarang	10
9	Jatilawang	10
10	Kemranjen	10
11	Proliman	10
12	Banyumas	10
13	Sumpiuh	10
14	Karanglewas	10
15	Tambak	10
16	Wage	10
17	Pekuncen	10
18	Manis	10
19	Situmpur	10
20	Pon	10
21	Sumbang	10
22	Pahing	10
23	Cermai Puwosari	10
24	Sangkalputung	10
25	Kebanggan	10
26	Pembimbing	10
27	di Luar Pengunjung Pasar Tradisional	50
Jumlah Sampel		310

Sumber: Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Banyumas 2018

Pengukuran kuesioner yang dilakukan terhadap dependen dan independen variabel serta intervening variabel memakai skala *Likert* dengan standar penilaian 1 s/d 5 dengan ketentuan untuk nilai 1 = negatif dan jawaban dengan nilai 5 = positif. Skala *Likert* tersebut dapat dijabarkan dengan TP = Tidak Penting, KP = Kurang Penting, CP = Cukup Penting, P = Penting dan SP = Sangat Penting dengan maksud untuk menemukan dan mengetahui hubungan serta pengaruh variabel Kualitas Pelayanan, Persepsi Masyarakat Milenial dan Infrastruktur. Analisis deskriptif dilakukan dengan memberikan gambaran data tentang karakteristik responden.

Metode *Importance and Performance Analysis* (IPA) dilakukan untuk menganalisis Kualitas Pelayanan dengan pengukuran terhadap tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya untuk memperoleh tingkat kepuasan pelanggan (Hassanudin, 2017). Metode ini juga dipergunakan untuk mengukur pengaruh infrastruktur serta fasilitas yang diperoleh konsumen secara langsung dari pasar tradisional. Analisis IPA dilakukan dengan bantuan Diagram Kartesius yang mempunyai empat bagian dengan pembatas dua garis tegak lurus dan berpotongan pada sumbu X dan Y.



Sumbu X yaitu nilai rata-rata dari aspek fasilitas, sementara sumbu Y ialah nilai rata-rata dari faktor-faktor yang berkepentingan terhadap pengaruh Kualitas Pelayanan. Perhitungan dilakukan dengan rumus berikut:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \quad \text{serta} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

X_i = nilai rata-rata tingkat kepuasan

Y_i = nilai rata-rata tingkat kepentingan

$\sum X_i$ = total nilai tingkat kepuasan

$\sum Y_i$ = total nilai tingkat kepentingan

n = jumlah sampel

Perbandingan tingkat kepuasan konsumen terhadap dua produk maupun lebih dari waktu ke waktu dipergunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan cara sebagai berikut:

1. Pengukuran melalui skala untuk melihat jenjang kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap seluruh *item* yang memengaruhi.
2. Menghitung skor masing-masing *item* kepentingan dan kepuasan.
3. *Importance weighting factor* dihitung dengan nilai masing-masing *item* kemudian dibagi total *item* kepentingan.
4. *Weighted score* dihitung dengan mengalikan hasil *importance weighting factor* dan skor *item* kepuasan.
5. *Weighted average* dihitung dengan menjumlahkan hasil *weighted score* semua *item*.
6. CSI dihitung dengan hasil *weighted average* dibagi dengan nilai maksimum yakni nilai 5 pada skala *Likert*.

Customer Satisfaction Index (CSI) diperoleh dengan rumus:

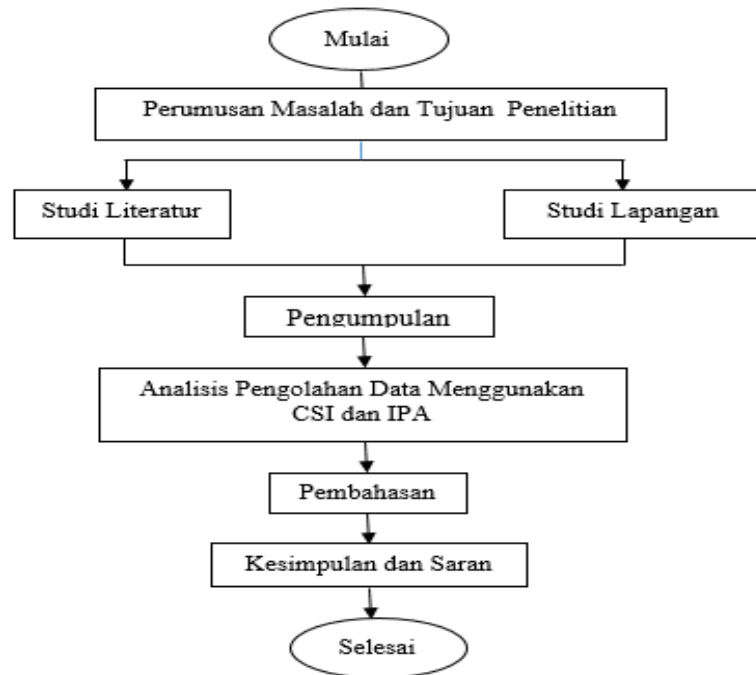
$$(T/5Y) \times 100\%$$

dimana:

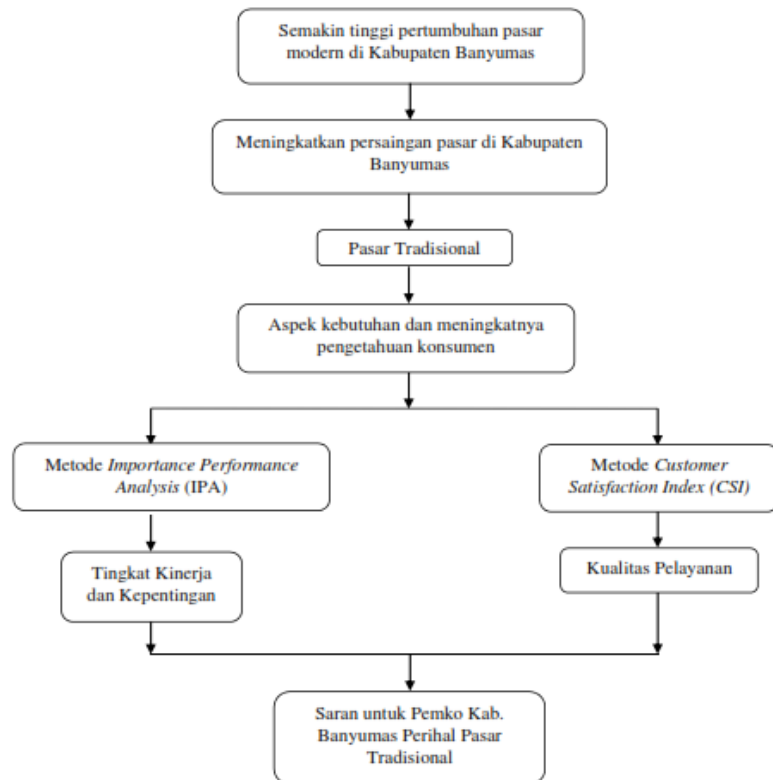
Angka 5 pada 5Y = nilai maksimal dalam skala *Likert*.

$T = S \times I \times P$; Total $I = Y$ = Kepentingan ; Nilai maksimum CSI adalah 100%

Diagram Alir Penelitian dan Kerangka Konseptual atau Pemikiran dari penelitian ini digambarkan seperti gambar 1 dan 2 yang tertera di bawah ini:



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian



Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis penelitian ini dapat dijelaskan seperti berikut:

1. H1 yaitu terdapat hubungan antara faktor-faktor kecenderungan masyarakat milenial terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional dalam meningkatkan fungsi pasar di Kabupaten Banyumas.
2. H2 yakni ada hubungan antara faktor-faktor kecenderungan masyarakat milenial terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional dalam meningkatkan fungsi pasar di Kabupaten Banyumas dengan infrastruktur sebagai variabel perantara.

Menurut Tjiptono (2016), instrumen penelitian yang dimanfaatkan yakni:

1. *Responsiveness*

Didefinisikan sebagai suatu reaksi, respon, inisiatif, tanggapan dan kesigapan dari para karyawan dalam memberikan layanan yang cepat, tepat kepada konsumen dan pelanggan.

2. *Reliability*

Didefinisikan sebagai suatu kemampuan dalam melayani pelanggan atau konsumen dengan cepat, akurat, tepat dan memuaskan sebagaimana yang dijanjikan kepada konsumen dan pelanggan. Sebagian pelanggan dan konsumen sangat mementingkan layanan yang cepat, akurat dan memuaskan oleh karena itu bersedia membayar biaya lebih untuk mendapatkan layanan tersebut.

3. *Assurance*

Didefinisikan sebagai ilmu pengetahuan, pemahaman, keterampilan, keahlian, kemampuan, kebaikan, kesopanan dan keramahan karyawan

sehingga berdampak pada kepercayaan konsumen dan pelanggan. Karyawan semestinya memiliki penampilan yang dapat memberikan *trust* kepada pelanggan dan konsumen terutama pada saat persaingan bisnis yang sangat kompetitif.

4. *Empathy*

Didefinisikan sebagai suatu bentuk perhatian, hubungan, komunikasi, pemahaman dan pemberian waktu secara personal terhadap kebutuhan, keinginan pelanggan dan konsumen yang dapat memberikan pelanggan dan konsumen rasa nyaman, dihargai, dipahami dan diprioritaskan.

5. *Tangible*

Didefinisikan sebagai sarana prasarana, fasilitas, peralatan, perlengkapan, penampilan karyawan, gedung, ruangan, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan yang semestinya diperhatikan dan disediakan pihak manajemen untuk kepentingan pelanggan dan konsumen. *Tangible* adalah salah satu faktor penting untuk menilai kualitas layanan terhadap pelanggan dan konsumen walaupun tidak dapat disentuh.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1) Uji Validitas

Masing-masing pertanyaan pada kuesioner diuji dengan pengujian validitas dengan cara melakukan korelasi skor setiap pertanyaan. Jika hasil yang diperoleh merupakan korelasi positif atau skor yang tinggi berarti pertanyaan tersebut mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya jika hasil yang didapatkan memiliki korelasi negatif maka butir pertanyaan tersebut merupakan validitas yang rendah. Pengujian validitas dilaksanakan untuk menentukan apakah masing-masing butir pertanyaan valid sehingga pertanyaan tersebut bisa digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian. Valid atau tidak valid dapat ditentukan dengan mencermati tabel kritis yakni pertanyaan akan disebut valid jika r hitung $>$ r tabel dengan persentase kepercayaan minimal sebesar 95% sementara $n = 50$ sama dengan 0,279. Butir pertanyaan yang valid akan dipakai untuk analisis dalam penelitian dan pertanyaan yang tidak valid akan dibuang. Hasil koefisien korelasi diperoleh dari perhitungan yang memanfaatkan korelasi *product moment* (Arikunto, 2016).

$$\text{Rumus : } r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(\sum X^2) - (\sum X)^2/n][(\sum Y^2) - (\sum Y)^2/n]}}$$

dimana:

X_i = nilai masing-masing butir pertanyaan

n = jumlah responden pada penelitian

Hasil pengujian kuesioner sebagai percobaan pada pasar tradisional Sidareja, Kecamatan Sidareja diperoleh hasil bahwa kuesioner untuk Kualitas Pelayanan yang berjumlah 37 butir didapatkan bahwa 37 butir ditetapkan valid dimana semua pertanyaan berada dalam posisi nilai di atas 0,279.

2) Pengujian Reliabilitas

Dilakukan dengan metode *internalconsistency* yakni melakukan uji coba terhadap instrumen lalu hasil pengujian dipergunakan untuk melakukan prediksi atau perkiraan terhadap reliabilitas instrumen. Arikunto (2016) menjelaskan pengujian reliabilitas instrumen dilaksanakan melalui cara yang dilakukan oleh Spearman Brown yaitu sistem belah dua dan rumusnya yakni:

$$ri = \frac{2rb}{1 + rb}$$

penjelasannya:

ri = reliabilitas sebuah butir secara internal

rb = hubungan antara belahan 1 dan 2 dari *product moment*.

Pengujian reliabilitas mempergunakan analisis yang dikembangkan oleh *Cronbach Alpha*. Dapat dinilai reliabel jika $> 0,6$ dengan syarat: $\alpha > 0,6$ maka atribut dapat disimpulkan reliabel dan $\alpha < 0,6$ maka atribut dapat disimpulkan tidak reliabel. Pemahaman terhadap tinggi rendahnya hasil perhitungan reliabilitas harus disesuaikan dengan nilai yang terdapat pada tabel interpretasi nilai r pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Interpretasi Nilai r

Nilai r	Interpretasi
0,80 – 1,00	Sangat Puas
0,60 – 0,79	Puas
0,40 – 0,59	Cukup Puas
0,20 – 0,39	Kurang Puas
0,00 – 0,19	Tidak Puas

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (data diolah)

Hasil penghitungan dengan rumus menunjukkan bahwa nilai r kuesioner pada kualitas layanan sebesar 0,787 dengan skala memuaskan. Kemudian disesuaikan terhadap tabel interpretasi nilai reliabilitas maka nilai r kuesioner pada kualitas layanan diperoleh sebesar 0,80 yang berarti kualitas pelayanan sangat memuaskan. Kuesioner yang bisa melengkapi persyaratan reliabilitas dengan standar baik maka akan bisa dipergunakan sebagai data penelitian.

3) Tingkat Kualitas Pelayanan Pasar Tradisional di Kabupaten Banyumas Menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Hasil penghitungan CSI kepuasan pemakai atau *user* pelayanan pasar tradisional di Kabupaten Banyumas dengan responden sebanyak 310 konsumen milenial dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini:

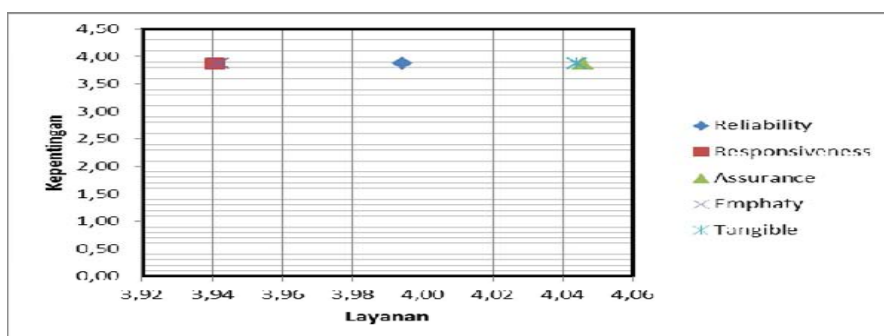
Tabel 3. CSI Seluruh Pasar Tradisional Kab. Banyumas

No	Instrumen	I range: 1 - 5	P range: 1 - 5	Nilai (I x P)
1	<i>Reliability</i>	3,97	4,02	15,96
2	<i>Responsiveness</i>	3,98	4,05	16,12
3	<i>Assurance</i>	3,98	4,01	15,96
4	<i>Emphaty</i>	3,97	4,03	16,00
5	<i>Tangible</i>	3,98	4,04	16,08
	Total	19,88		80,12
	CSI (Customer Satisfaction Index)		80%	

Hasil CSI pada tabel 3 menunjukkan sebesar 80,12% (pembulatan 80%). Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas Pelayanan yang dirasakan konsumen pasar tradisional ketika berbelanja di pasar tradisional Kabupaten Banyumas dapat disimpulkan baik karena konsumen merasa puas atas kualitas pelayanan yang diberikan baik itu dari kepentingan konsumen maupun dari penjual di pasar tradisional. Hal ini mesti dipertahankan dan ditingkatkan lagi untuk mendapatkan hasil kinerja pelayanan yang optimal secara menyeluruh. Pihak penanggungjawab pasar dan pedagang semestinya meningkatkan cara kerja dalam bidang pelayanan pasar sehingga bisa memenuhi kepuasan pelanggan dan konsumen dengan demikian akan bisa menarik minat masyarakat yang lebih banyak lagi berbelanja di pasar tradisional dan mempertahankan loyalitas konsumen terutama konsumen milenial. Untuk meningkatkan kinerja pelayanan terhadap konsumen pasar tradisional maka pengelola pasar juga harus melakukan revitalisasi pasar. Hal ini ditunjukkan oleh responden melalui jawaban terhadap kuesioner pasar yang sudah dikelola dengan baik seperti Pasar Manis, Pasar Wage, Pasar Banyumas, Pasar Ajibarang dan Pasar Sokaraja serta pasar lainnya.

4) Importance Performance Analysis (IPA) Pasar Tradisional Kabupaten Banyumas.

Hasil pengolahan data dengan metode IPA ditunjukkan pada tabel berikut di bawah ini:

**Gambar 3. Diagram IPA Pasar Tradisional Kabupaten Banyumas**

Kuadran A terdiri dari instrumen *Responsiveness* dan *Emphaty* dimana instrumen tersebut dapat dicermati pada tabel kuesioner penelitian. Instrumen-instrumen yang ada pada Kuadran A dianggap penting oleh pelanggan dan konsumen, walaupun dalam prakteknya tidak sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan dan

konsumen. Karena kepuasan pelanggan dan konsumen dikategorikan sangat rendah. Oleh karena itu instrumen yang terdapat pada Kuadran A mesti ditingkatkan. Kepentingan dengan kualitas yang tinggi dapat sebagai patokan terhadap keinginan dan harapan konsumen dan pelanggan yang tinggi, maka akan berdampak buruk bagi pengelola dan pedagang pasar bila memiliki *performance*, Kinerja Pelayanan dan jaminan Kualitas barang yang buruk untuk hal-hal yang penting bagi konsumen secara khusus konsumen milenial. Hal ini erat kaitannya dengan tersedianya Kinerja Pelayanan yang baik, barang yang dijual berkualitas dan terjamin baik dan sarana dan prasarana yang memadai dan layak.

Kuadran B terdiri dari *Reliability*, *Assurance*, dan *Tangible*. *Item-item* yang terdapat pada atribut *Reliability*, *Assurance* dan *Tangible* di Kuadran B dapat dijelaskan pada tabel kuesioner. Kuadran B ini adalah bagian yang menganalisis *item-item* yang sangat penting bagi konsumen dan pelanggan maupun pedagang dan hasilnya telah cocok dengan yang diinginkan dan dirasakan oleh konsumen dan pelanggan. Maka jenjang kepuasan yang didapatkan sangat tinggi dan memuaskan. Oleh karena itu *item-item* yang terdapat pada kuadran B mesti dipertahankan dan ditingkatkan, sehingga akan bisa menarik minat konsumen lebih banyak lagi berbelanja ke pasar tradisional ini secara khusus konsumen milenial. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada Kuadran B menjadikan pasar yang berkualitas dan unggul di mata konsumen, pelanggan dan masyarakat.

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian akan diuraikan berikut ini:

1. Berdasarkan hasil *survey* yang dilakukan terhadap seluruh pasar tradisional yang ada di Kabupaten Banyumas diperoleh nilai *Customer Satisfied Index* (CSI) sebesar 80,12%. Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas Pelayanan yang dirasakan konsumen sangat baik karena konsumen merasa puas atas kualitas pelayanan yang diberikan, walaupun masih harus ditingkatkan kinerja pelayanan pasar tradisional tersebut terutama pasar yang berada di luar kota Purwokerto. Pihak pengelola pasar dan para pedagang mesti meningkatkan sarana dan prasarana, kebersihan, ketertiban dan keteraturan pasar, kinerja pelayanan (keramahan, respon yang baik, kejujuran, ketulusan, kreatif dan inovatif), dan keterjaminan kualitas barang terhadap konsumen, pelanggan dan pengguna pasar tradisional tersebut bila ingin memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi. Berdasarkan *survey* pada penelitian ini menyatakan bahwa persepsi masyarakat milenial bisa berubah terhadap pasar tradisional bila kualitas pelayanan dari para pengelola pasar dan para pedagang dapat ditingkatkan ke arah yang lebih baik. Dengan demikian akan mendorong masyarakat milenial berkunjung dan berbelanja ke pasar tradisional. Maka H1 pada hipotesis penelitian ini yaitu terjadi hubungan antara faktor-faktor kecenderungan masyarakat milenial terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional dalam meningkatkan fungsi pasar di Kabupaten Banyumas dapat terbukti.
2. Jenjang kepuasan akan kualitas pelayanan yang didapatkan konsumen, pelanggan dan masyarakat yang berbelanja ke pasar tradisional dikategorikan sangat rendah. Atribut kinerja pada Kuadran A yaitu

Responsiveness, *Emphaty* dan *tangible* memiliki kualitas yang rendah. Padahal Kuadran A memiliki instrumen yang dinyatakan penting oleh pelanggan, konsumen dan masyarakat pengguna. Walaupun dalam prakteknya tidak sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan dan konsumen. Oleh karena itu instrumen yang terdapat pada Kuadran A mesti ditingkatkan. Kepentingan dengan kualitas yang tinggi dapat sebagai patokan terhadap keinginan dan harapan konsumen dan pelanggan yang tinggi pula. Maka akan berdampak buruk bagi pengelola dan pedagang pasar bila memiliki *performance*, Kinerja Pelayanan dan jaminan Kualitas barang yang buruk untuk hal-hal yang penting bagi konsumen secara khusus konsumen milenial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan yang baik bila didukung dengan penyediaan sarana dan prasarana pasar yang memadai dan baik (seperti yang tercantum dalam *item-item* indikator *Tangible* dan *Emphaty* pada kuesioner) dapat mengubah persepsi dan kecenderungan masyarakat milenial terhadap pasar tradisional. Sehingga berdampak pada minat masyarakat milenial untuk berbelanja ke pasar tradisional. Dengan demikian fungsi pasar dapat semakin meningkat. Meningkatnya fungsi pasar maka animo konsumen dan masyarakat pengguna pasar akan semakin tinggi untuk berkunjung dan berbelanja di pasar tradisional. Hal ini menjadi suatu rantai nilai bisnis yang tak terputuskan bagi pasar tradisional. Maka H2 pada hipotesis penelitian ini dapat dibuktikan yakni infrastruktur dapat memperkuat hubungan antara masyarakat milenial dengan kualitas pelayanan pasar tradisional dalam meningkatkan fungsi pasar di Kabupaten Banyumas.

Keterbatasan

Beberapa keterbatasan pada penelitian akan diuraikan berikut ini:

1. Penelitian ini terbatas hanya menggunakan variabel persepsi masyarakat milenial sebagai variabel independen yang dapat memengaruhi variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan peneliti berpendapat bahwa masih ada variabel lain yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan.
2. Objek penelitian ini terbatas meneliti 10 orang konsumen milenial pada masing-masing pasar tradisional di Kabupaten Banyumas, maka sangat dimungkinkan akan memperoleh hasil yang berbeda bila melakukan penelitian dengan banyak orang di masing-masing pasar tradisional di Kabupaten Banyumas dan tidak terbatas pada konsumen milenial saja.
3. Data primer penelitian yang dianalisis yaitu jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden. Jawaban-jawaban yang diperoleh bisa saja kurang akurat yang memungkinkan memiliki kelemahan karena responden asal-asalan dalam menjawab, kurang jujur, kurang cermat atau alasan lainnya. Hal ini tentu saja memengaruhi hasil analisis penelitian.

Saran

Saran terhadap penelitian dapat diuraikan berikut ini:

1. Peneliti berikut sebaiknya dapat menambah variabel lain yang mampu memengaruhi kualitas pelayanan sehingga bisa mendapatkan hasil penelitian yang bersifat empiris dan lebih kuat.
2. Peneliti berikut semestinya memperlebar objek penelitian dengan tidak memberi batasan usia, pekerjaan dan jumlah diperbanyak sehingga dimungkinkan akan mendapatkan hasil yang berbeda pula.



3. Metode pengumpulan data primer yang dipergunakan sebaiknya dikembangkan lagi oleh peneliti berikutnya, jadi tidak hanya melulu pada metode kuesioner saja.
4. Bagi Pemerintahan Kabupaten Banyumas: Penataan pasar tradisional sebaiknya dilakukan dengan menyerupai konsep pasar moderen sehingga mampu bersaing dan mempunyai keunggulan terhadap pasar moderen yang ada di Kabuapten Banyumas. Maka hal yang patut dicermati yaitu:
 - a. Pemerintah Kabupaten Banyumas semestinya membina dan membimbing para pedagang dalam meningkatkan kualitas pelayanan misalnya sebagai contoh bagaimana cara para pedagang ketika menawarkan barang dagangannya. Kualitas pelayanan ini adalah bagian dari *Responsiveness* dengan pertanyaan pada kuesioner yang dapat membuat konsumen terkesan dan kalau kesan para konsumen baik maka loyalitas konsumen dapat terjaga dan minat untuk berbelanja ke pasar dapat terus berkelanjutan sehingga fungsi pasar dapat ditingkatkan.
 - b. Pasar tradisional di wilayah Kabupaten Banyumas semestinya ditata dengan situasi dan kondisi masyarakat setempat, sebaiknya ditempatkan pada daerah yang strategis, mudah dijangkau masyarakat pengguna dan produk-produk yang diperjualbelikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Pemerintah Kabupaten Banyumas menata pasar dengan menciptakan layanan yang berkualitas sehingga mampu memuaskan para konsumen dan pelanggan di pasar tradisional.
 - c. Revitalisasi pasar tradisional penting dilakukan guna meningkatkan daya tarik konsumen dan sekaligus kemampuan bersaing dengan pasar modern untuk mengoptimalkan peran ekonomi kerakyatan karena pasar tradisional masih menjadi sektor penting dalam menggerakkan ekonomi, utamanya di pusat-pusat keramaian baru atau di dalam kota. Dengan revitalisasi pasar membuat kepercayaan masyarakat terhadap pasar tradisional meningkat sehingga akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan fungsi pasar pada masa mendatang. Melalui program revitalisasi tersebut diharapkan dapat membangkitkan kepercayaan masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional yang tentunya akan berdampak positif bagi kesejahteraan pedagang pasar dan dapat mewujudkan pasar yang bersih, sehat, tepercaya dan harga yang bersaing.

Ucapan Terma Kasih

Jika dianggap perlu dapat dituliskan di bagian akhir naskah, ditulis sebelum Daftar Pustaka.

Daftar Referensi

- [1] Arikunto, S. 2016. "Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik". Edisi Revisi VI. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [2] Hassanudin, A. (2017). "Generasi Millineal Indonesia: Tantangan dan Peluang Pemuda Indonesia". Retrieved from <https://www.hassanuddinali.com>.
- [3] Instruksi Presiden No. 10 Tahun 1999 tentang "Pemberdayaan Usaha Menengah".



- [4] Instruksi Bupati Banyumas Nomor 1 Tahun 2014 tentang “Penghentian Sementara Pemberian Izin Usaha Toko Modern di Kabupaten Banyumas”.
- [5] Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang “Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern”. Diakses dari <http://koperindag.karokab.go.id> pada tanggal 1 November Pebruari 2018
- [6] Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 1997 Tentang “Waralaba”
- [7] Peraturan Menteri Perdagangan No.12 Tahun 2006 Tentang “Waralaba”.
- [8] Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 4 Tahun 2010 tentang Pengelolaan Pasar.
- [9] Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang “Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional”.
- [10] Rencana Strategis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas Tahun 2013-2018.
- [11] Sarwono J., (2016). “Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif”. Yogyakarta :Graha Ilmu
- [12] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). “Pemasaran Strategik”. Yogyakarta: Andi Offset.
- [13] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah.
- [14] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan Diakses dari [<https://radarbanyumas.co.id/pasar-manis-purwokerto-menuju-pasar-bersertifikat-standar-nasional-indonesia/>] tanggal 23 November 2018