

**Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan  
Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar  
Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

**Oleh :**

**Asep Kusdana**

**NPM 193401012**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
pada Program Studi Ekonomi Pembangunan**



**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SILIWANGI  
TASIKMALAYA**

**2023**

**Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan  
Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar  
Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

**Oleh :**

**Asep Kusdana**

**NPM 193401012**

**Pembimbing:**

**Dwi Hastuti Lestari Komarlina, S.E., M.Si.**

**Ignatia Bintang Filia Dei Susilo, S.Si., M.Sc., CSBA.**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
pada Program Studi Ekonomi Pembangunan**

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS SILIWANGI**

**TASIKMALAYA**

**2023**

# **Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

Oleh :

Asep Kusdana

NPM 193401012

## **SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan disetujui tim pembimbing untuk diseminarkan dan diuji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

**Tasikmalaya, 22 Desember 2023**

Menyetujui

**Pembimbing I**



**Dwi Hastuti L.K., S.E., M.Si.  
NIDN. 0426026301**

**Pembimbing II**



**Ignatia Bintang F.D.S., S.Si., M.Sc., CSBA.  
NIDN. 0024119103**

Mengetahui

**Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. H. Ade Komaludin, S.E., M.Sc.  
NIDN. 0420096201**

**Ketua Jurusan  
Ekonomi Pembangunan**



**Dwi Hastuti L.K., S.E., M.Si.  
NIDN. 0426026301**

## **MOTTO**

Siapa yang bersungguh-sungguh maka akan mendapatkannya dan garis  
akhir yang ku pandang.

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asep Kusdana

NIM : 193401012

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Siliwangi maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama penulis dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Tasikmalaya, 22 Desember 2023  
Yang membuat pernyataan



**Asep Kusdana**  
**NPM 193401012**

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

Oleh :

**Asep Kusdana**

**NPM 193401012**

Pembimbing I : Dwi Hastuti Lestari Komarlina, S.E., M.Si.

Pembimbing II : Ignatia Bintang Filia Dei Susilo, S.Si., M.Sc., CSBA.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tanggapan masyarakat serta pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Model penelitian yang digunakan adalah model analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan data primer berupa survei serta penyebaran kuesioner pada 100 orang kepala keluarga Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya yang dijadikan sebagai sampel. Penelitian Pasar Rakyat Cibeureum dilaksanakan pada tahun 2023. Uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kondisi potensi Pasar Rakyat Cibeureum dalam kategori baik, variabel lokasi berada dalam kategori sangat baik, sedangkan pada variabel lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berada dalam kategori baik. (2) model penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar ( $\alpha = 5\%$ ) secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan, lingkungan berpengaruh positif dan tidak signifikan, peluang usaha berpengaruh positif dan signifikan, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan. (3) secara simultan variabel lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

Kata Kunci: Potensi Pasar Rakyat, Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat.

## **ABSTRACT**

***The Influence of Location, Environment, Business Opportunities, and  
Community Welfare on the Potential of Cibeureum Traditional Market,  
Tasikmalaya City***

By:

**Asep Kusdana  
NPM 193401012**

Supervised by:

Dwi Hastuti Lestari Komarlina, S.E., M.Si.

Ignatia Bintang Filia Dei Susilo, S.Si., M.Sc., CSBA.

*The purpose of this study was to determine the community's response and the influence of location, environment, business opportunities, and community welfare on the potential of the Cibeureum Traditional Market, Tasikmalaya City. The research model used is a multiple linear regression analysis model. This research used primary data in the form of a survey and distributed questionnaires to 100 heads of families in Cibeureum District, Tasikmalaya City who were used as samples. The Cibeureum Traditional Market research carried out in 2023. Hypothesis testing using partial test (t test) and simultaneous test (F test). The results showed that: (1) the potential condition of the Cibeureum Traditional Market was in the good category, the location variable was in the very good category, while the environmental variables, business opportunities, and community welfare were in the good category. (2) This research model uses a significance level of ( $\alpha = 5\%$ ), partially the location variable has a positive and significant influence, the environment has a positive and insignificant influence, business opportunities have a positive and significant influence, and community welfare has a positive and significant influence. (3) simultaneously the variables of location, environment, business customers, and community welfare have a positive and significant effect on the potential of the Cibeureum Traditional Market, Tasikmalaya City.*

**Keywords:** *Traditional Market Potential, Location, Environment, Business Opportunities, and Community Welfare.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya” dapat diselesaikan dengan baik.

Pada penyusunan Skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan berupa saran dan masukan serta semangat dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Atang Suryana. S. Pd. dan Ibunda Enur Nurjanah. Terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, dan dorongan. Serta doa, cinta, dan kasih sayang yang tak terhingga dengan penuh ketulusan dan pengorbanan, sehingga penulis bisa mencapai titik seperti sekarang.
2. Adik penulis tercinta, Neneng Indah Sri Rahayu yang selalu mendukung penulis dalam mencari ilmu.
3. Rektor Universitas Siliwangi bapak Dr. Ir. Nundang Busaeri, M.T., IPU., ASEAN Eng.
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi bapak Dr. Ade Komaludin, S.E., M.Sc.
5. Ibu Dwi Hastuti Lestari Komarlina, S.E., M.Si. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.



6. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi bapak Dr. Apip Supriyadi, S.E., M.Si., CRA., CRP., CSBA.
7. Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi ibu Dr. Iis Surgawati, Dra., M.Si., CRA., CRP.
8. Ibu Dwi Hastuti Lestari Komarlina, S.E., M.Si. Selaku pembimbing I dan Ibu Ignatia Bintang Filia Dei Susilo, S.Si., M.Sc., CSBA. Selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan saran dan bimbingannya selama penyusunan Skripsi ini.
9. Bapak Dr. H. Asep Yusup Hanapia, S.E., M.P. Selaku dosen penguji I yang telah memberikan masukan serta saran kepada penulis dalam penyusunan Skripsi.
10. Bapak H. Aso Sukarso, S.E., M.E. Selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan serta saran kepada penulis dalam penyusunan Skripsi.
11. Bapak Encang Kadarisman, S.E., M.M. Selaku Wali Dosen Ekonomi Pembangunan Kelas A Angkatan 2019.
12. Seluruh dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.
13. Semua pihak yang telah mendukung dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan Skripsi.

14. Rekan *Sevensoon* +1, Emih *Crew*, Dep. Sosro *Aggrandizze* , Germades, serta kawan Rumah Singgah Wa Asep yang saling membantu dan peduli selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih ada kekurangan. Dengan demikian penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki setiap kekurangan yang ada demi kemajuan di masa yang akan datang. Demikian Skripsi ini dibuat, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Tasikmalaya, 22 Desember 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Asep Kusunda', with a stylized, cursive script.

**Asep Kusunda**

**NPM. 193401012**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR SIMBOL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian .....	11
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	13
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.5.2 Jadwal Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	14
2.1.1 Pasar Secara Umum .....	14
2.1.2 Pasar Tradisional.....	18
2.1.3 Aspek Potensi .....	22
2.1.4 Aspek Lokasi .....	25
2.1.5 Aspek Lingkungan.....	27
2.1.6 Aspek Peluang Usaha .....	36
2.1.7 Aspek Kesejahteraan Masyarakat.....	38
2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	39
2.2 Kerangka Pemikiran.....	45

2.2.1	Hubungan Lokasi dengan Potensi Pasar Tradisional.....	45
2.2.2	Hubungan Lingkungan Dengan Potensi Pasar Tradisional .....	46
2.2.3	Hubungan Peluang Usaha dengan Potensi Pasar Tradisional.....	47
2.2.4	Hubungan Kesejahteraan Masyarakat Dengan Potensi Pasar Tradisional.....	48
2.3	Hipotesis.....	50
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>		<b>51</b>
3.1	Objek Penelitian .....	51
3.2	Metode Penelitian.....	51
3.2.1	Operasionalisasi Variabel .....	52
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.2.2.1	Jenis Data dan Sumber Data .....	56
3.2.2.2	Populasi Sasaran .....	56
3.2.2.3	Sampel.....	56
3.2.2.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	57
3.2.2.5	Prosedur Pengumpulan Data .....	58
3.3	Model Penelitian .....	60
3.3.1	Metode Analisis Data.....	61
3.3.2	Rancangan Analisis Data .....	62
3.3.2.1	Pengukuran Instrumen Penelitian ( <i>Skala Likert</i> ) .....	62
3.3.2.2	Analisis Deskriptif .....	63
3.3.2.3	Nilai Jenjang Interval (NJI).....	63
3.3.2.4	Alat Analisis Penelitian.....	64
3.4	Teknik Analisis Data.....	64
3.4.1	Uji Instrumen Penelitian .....	65
3.4.1.1	Uji Validitas .....	65
3.4.1.2	Uji Reliabilitas .....	66
3.4.2	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	66
3.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	67
3.4.4	Uji Asumsi Klasik.....	68
3.4.4.1	Uji Normalitas .....	68
3.4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	69

3.4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	70
3.4.5	Uji Hipotesis .....	70
3.4.5.1	Uji t .....	71
3.4.5.2	Uji F .....	72
3.4.5.3	Koefisien Determinasi $R^2$ ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	73
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>75</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	75
4.1.1	Analisis Deskriptif .....	75
4.1.1.1	Analisis Deskriptif Responden.....	75
4.1.1.2	Pembahasan Variabel (NJI) .....	78
4.1.2	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	104
4.1.2.1	Hasil Uji Validitas.....	104
4.1.2.2	Uji Reliabilitas .....	106
4.1.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	107
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	109
4.1.3.1	Uji Normalitas .....	109
4.1.3.2	Uji Multikolinearitas .....	110
4.1.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	110
4.1.5	Uji Hipotesis .....	111
4.1.5.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	111
4.1.5.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	112
4.1.5.3	Koefisien Determinasi <i>Adjusted</i> ( $R^2$ ) .....	113
4.2	Pembahasan.....	113
4.2.1	Pengaruh Lokasi terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.....	114
4.2.2	Pengaruh Lingkungan terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.....	115
4.2.3	Pengaruh Peluang Usaha terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.....	117
4.2.4	Pengaruh Kesejahteraan Masyarakat terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya .....	119
4.2.5	Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha dan Kesejahteraan Masyarakat secara Bersama-sama (Simultan) terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya .....	121

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>122</b>
5.1 Simpulan .....	122
5.2 Saran.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>129</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>160</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1. 1	Data Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya .....	8
Tabel 1. 2	Jadwal Matriks Penelitian .....	13
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3. 1	Operasional Variabel.....	53
Tabel 3. 2	<i>Skala Likert</i> .....	62
Tabel 3. 3	Kategori skala dalam klasifikasi setiap indikator variabel X dan Y ....	64
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden .....	75
Tabel 4. 2	Usia Responden.....	76
Tabel 4. 3	Pekerjaan Responden .....	76
Tabel 4. 4	Pernah Atau Tidak Berkunjung Ke Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya .....	77
Tabel 4. 5	Klasifikasi Nilai Indikator Pernyataan Variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.....	79
Tabel 4. 6	Pernyataan Pasar Rakyat Cibeureum Dapat Merangsang Laju Ekonomi Masyarakat .....	79
Tabel 4. 7	Pernyataan Dapat Meningkatkan Aktifitas Jual-beli .....	80
Tabel 4. 8	Pernyataan Dapat Meningkatkan Produk-Produk Lokal .....	81
Tabel 4. 9	Pernyataan Dapat Menjadi Pusat Pembelanjaan .....	81
Tabel 4. 10	Pernyataan Minat Berkunjung Kembali.....	82
Tabel 4. 11	Pernyataan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya Masih Terdapat Pungli .....	83
Tabel 4. 12	Pernyataan Kejahatan Dalam Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya .....	83
Tabel 4. 13	Pernyataan Kualitas Produk dan Pelayanan.....	84
Tabel 4. 14	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya .....	85
Tabel 4. 15	Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.....	85
Tabel 4. 16	Klasifikasi Nilai Indikator Pernyataan Variabel Lokasi .....	86
Tabel 4. 17	Pernyataan Mudah Dijangkau .....	87
Tabel 4. 18	Pernyataan Aksesibilitas Arus Kendaraan Pasar.....	87
Tabel 4. 19	Pernyataan Nyaman Dijadikan Tempat Berbelanja .....	88
Tabel 4. 20	Pernyataan Luas Lokasi Mudah di <i>Eksplor</i> .....	89
Tabel 4. 21	Pernyataan Visabilitas Kemudahan Dilihat .....	89
Tabel 4. 22	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Lokasi .....	90
Tabel 4. 23	Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Lokasi .....	90
Tabel 4. 24	Klasifikasi Nilai Indikator Pernyataan Variabel Lingkungan.....	91
Tabel 4. 25	Pernyataan Sirkulasi dan Suhu Udara Ruangan.....	91
Tabel 4. 26	Pernyataan Kebersihan Lingkungan .....	92

Tabel 4. 27 Pernyataan Kenyamanan dan Keamanan Lingkungan.....	92
Tabel 4. 28 Pernyataan Fasilitas Umum Bersih dan Higienis.....	93
Tabel 4. 29 Pernyataan Kesopanan Lingkungan Pasar .....	93
Tabel 4. 30 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Lingkungan...	94
Tabel 4. 31 Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Lingkungan.....	94
Tabel 4. 32 Klasifikasi Nilai Indikator Pernyataan Variabel Peluang Usaha .....	95
Tabel 4. 33 Pernyataan Kondisi Pasar.....	96
Tabel 4. 34 Pernyataan Target Konsumen .....	96
Tabel 4. 35 Pernyataan Ide Kreatif .....	97
Tabel 4. 36 Pernyataan Membuka Usaha Baru.....	97
Tabel 4. 37 Pernyataan Menjual Produk-produk Lokal .....	98
Tabel 4. 38 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Peluang Usaha.....	98
Tabel 4. 39 Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Peluang Usaha .....	99
Tabel 4. 40 Klasifikasi Nilai Indikator Pernyataan Variabel Kesejahteraan Masyarakat .....	100
Tabel 4. 41 Pernyataan Harga Relatif Terjangkau .....	100
Tabel 4. 42 Produk Yang Dijual Bervariasi .....	101
Tabel 4. 43 Kemudahan Dalam Pemenuhan Kebutuhan Primer.....	101
Tabel 4. 44 Pernyataan Terjadinya <i>Multiefect</i> .....	102
Tabel 4. 45 Pernyataan Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat.....	102
Tabel 4. 46 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kesejahteraan Masyarakat .....	103
Tabel 4. 47 Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Kesejahteraan Masyarakat .....	104
Tabel 4. 48 Hasil Uji Validitas Variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum .....	105
Tabel 4. 49 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi .....	105
Tabel 4. 50 Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan .....	105
Tabel 4. 51 Hasil Uji Validitas Variabel Peluang Usaha .....	106
Tabel 4. 52 Hasil Uji Validitas Variabel Kesejahteraan Masyarakat.....	106
Tabel 4. 53 Hasil Uji Reliabilitas .....	107
Tabel 4. 54 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	107
Tabel 4. 55 Hasil Uji Normalitas .....	109
Tabel 4. 56 Hasil Uji Multikolinearitas .....	110
Tabel 4. 57 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	110
Tabel 4. 58 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	111
Tabel 4. 59 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	112
Tabel 4. 60 Koefisien Determinasi <i>Adjusted (R<sup>2</sup>)</i> .....	113



## DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 4. 1	Lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya .....	77

## DAFTAR SIMBOL

Nomor	Simbol	Istilah
1	$\alpha$	Alpha
2	$\beta$	Beta
3	$\neq$	Tidak sama dengan
4	$E/e$	<i>Error term</i>
5	$Y$	Variabel dependen
6	$X$	Variabel Independen
7	$R^2$	<i>R-Square</i>
8	$\%$	Persen

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian.....	129
Lampiran 2	: Hasil Kuesioner Penelitian .....	133
Lampiran 3	: Uji Validitas dan Reliabilitas.....	140
Lampiran 4	: Hasil <i>Method Succesive Interval</i> (MSI) .....	145
Lampiran 5	: Hasil Uji Regresi Menggunakan SPSS.....	154
Lampiran 6	: Lembar Revisi Seminar Proposal Skripsi.....	156
Lampiran 7	: Lembar Revisi Sidang Naskah Skripsi .....	157
Lampiran 8	: Gambar Lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya .....	158
Lampiran 9	: Jadwal Matriks Penelitian.....	159

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan dunia telah membawa perubahan pola hidup manusia pada kebutuhan masyarakat. Bertambahnya jumlah penduduk akan berpengaruh pada jumlah sarana perekonomian bangsa, terlebih dalam mencukupi kebutuhan rumah tangga/keluarga untuk terpenuhinya akan keperluan kebutuhan masyarakat. Pasar merupakan sarana/tempat sebagai salah satu fasilitas untuk bertemunya penjual dan pembeli. Bagi masyarakat pasar merupakan tempat/wadah untuk para bertemunya antara manusia dengan manusia lainnya untuk melakukan interaksi jual beli (Angkasawati, 2021).

Pembangunan nasional merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan terciptanya kesejahteraan masyarakat sesuai dengan Undang-Undang Dasar dan Pancasila pada sila kelima. Pemanfaatan sumber daya yang dimiliki untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat baik dalam aspek pendapatan, kesempatan kerja, lapangan berusaha, akses terhadap pengambilan kebijakan, berdaya saing, maupun peningkatan indeks pembangunan manusia, sesuai dengan harapan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur (Prasetya, 2019).

Negara berkembang seperti Indonesia pastinya melaksanakan usaha-usaha pembangunan, pembangunan tersebut dilakukan di berbagai sektor diantaranya sektor ekonomi, sektor politik, sektor sosial budaya dan lain-lain, upaya pembangunan tersebut dilakukan untuk mengembangkan perekonomian Indonesia dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat, berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, pada pasal 1 ayat 36 berbunyi “barang kebutuhan pokok adalah barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak dengan skala pemenuhan kebutuhan yang tinggi serta menjadi faktor kesejahteraan masyarakat”.

Pasar tradisional merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli antara produsen dengan konsumen dan merupakan salah satu sumber penggerak perekonomian. Pasar tradisional dibedakan menjadi pasar eceran, pasar grosir, pasar induk dan pasar khusus. Sedangkan dilihat dari ruang lingkup pelayanan dan tingkat potensi pasar disebut pasar lingkungan, pasar wilayah, pasar kota, dan pasar regional, dengan macam-macam waktu kegiatan pasar yang terdapat pada jam operasional siang hari, pasar malam hari, pasar siang malam, dan pasar kaget/pekan (Mahendra, 2007).

Pasar tradisional berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah (Aliyah, 2020:3). Keberadaan pasar tradisional sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya di dalam pasar. Pasar tradisional terdapat banyak aktor yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja dan sebagainya, sehingga pasar tradisional dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia (Toni, 2013).

Pasar tradisional dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, sebagai muara produk-produk rakyat, pasar juga berfungsi sebagai tempat untuk bekerja yang sangat berarti bagi masyarakat. Sejak zaman penjajahan kegiatan pasar beserta para pedagangannya berkembang secara alamiah. Pasar adalah tempat dimana terjadi interaksi antara penjual dan pembeli, pasar didalamnya terdapat tiga unsur, yaitu: penjual, pembeli dan barang atau jasa yang keberadaannya tidak dapat dipisahkan, pertemuan antara penjual dan pembeli menimbulkan transaksi jual-beli (Majid, 1988).

Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia, dalam pasar tradisional terdapat banyak interaksi yang tidak ditemukan dalam pasar modern, dimana para pedagang pasar tradisional tidak membeli suatu barang dagangan yang akan mereka jajakan di tokonya dalam jumlah yang besar dari agen (Wahdania, 2020).

Menurut Muslihat (2016) potensi pasar tradisional adalah ungkapan mengenai peluang mengenai penjualan maksimum untuk produk jasa tertentu yang ditemukan misalnya satu tahun. Estimasi potensi pasar melibatkan permintaan sekarang terhadap produk dan proyeksi kecenderungan dimasa yang akan datang. Potensi dapat dianalisis melalui penataan pasar, penetapan harga, serta sarana dan prasarana yang ada di pasar tersebut. Kotler dan Amstrong (2014) potensi pasar merupakan seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu produk atau jasa. Berdasarkan laporan BAPPEDA dan PM Kabupaten Jembrana Bali (badan perencanaan pembangunan daerah, dan penanaman modal, 2022) Pengkajian terhadap pengembangan potensi sumber daya pasar tradisional yang dikaitkan dengan pengembangan peluang-peluang kegiatan usaha dengan lokasi yang strategis.

Menurut Suryani (2015) lokasi sangat memegang peranan penting dalam percepatan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, demikian juga dengan lokasi pasar sebagai pusat pembelanjaan bagi masyarakat. Salah satu teori lokasi yang ada adalah teori lokasi yang dikembangkan oleh Losch (1954) adalah pasar membutuhkan lahan dan lokasi yang strategis, mengingat aktivitas yang terjadi di pasar tersebut dan pentingnya peran pasar sebagai salah satu komponen pelayanan kota, daerah dan wilayah yang mengakibatkan kaitan dan pengaruh dari masing-masing unsur penunjang kegiatan perekonomian kota, dengan letak yang strategis, akan lebih terjamin proses transaksi jual-belinya daripada pasar yang letaknya kurang strategis.

Lokasi pasar yang strategis dengan penduduk maka akan memberikan kemudahan masyarakat untuk datang berbelanja dipasar, maka dari itu kebersihan lingkungan pasar menjadi faktor penting untuk menentukan kepuasan konsumen khususnya mengenai tempat, karena para pembeli menginginkan tempat yang sehat, bersih dan bebas dari penyakit dalam mendapatkan kebutuhan. Menurut Nuraini (2019) pasar tradisional yang selama ini dikenal dengan tempat yang kumuh, becek, semrawut, bau, dan sumpek. Bukan hanya itu pasar tradisional juga diwarnai dengan kemacetan dan juga terkadang berdesak-desakan.

Menurut Kuncoro (2008) permasalahan umum yang dihadapi pasar tradisional adalah lingkungan yang memiliki kesan kumuh, dagangan makanan siap saji mempunyai kesan yang kurang higienis. Menurut Reto (2022) Jika lingkungan pasar tersebut terlihat kotor dan tidak terawat maka ini akan sangat berdampak pada kesehatan pembeli maupun pedagang yang berada di sekitar lingkungan tersebut dan akan menimbulkan bau serta penyakit, bukan hanya akan berdampak pada manusia namun juga akan berdampak pada makanan ataupun jualan yang ada di sekitarnya.

Kebersihan lingkungan pasar menjadi faktor penting yang harus dijaga untuk mewujudkan lingkungan pasar rakyat yang sehat, telah diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Pasar Sehat, menyangkup pada standar baku mutu kesehatan lingkungan, persyaratan kesehatan, dan kesehatan lingkungan di pasar rakyat sehat.



Mulai dari kenyamanan tempat perbelanjaan, keamanan, suasana, dan juga keramahan penjual, dengan terciptanya kenyamanan lingkungan pasar yang sehat sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Pasar Sehat. Untuk menghindari kesan kumuh, becek, kotor, bau dengan sampah yang menggunung maka diperlukan kesadaran untuk selalu menjaga kebersihan lingkungan pasar dan sekitar tempat pembuangan sampah, maka para pembeli dan masyarakat sekitar memiliki inisiatif untuk mencoba menyalurkan hasil usahanya dengan mencari peluang usaha di pasar tradisional.

Penciptaan lapangan berusaha atau peluang usaha masyarakat terdapat di pasar. Pasar sudah menjadi bagian yang melekat dari kehidupan bermasyarakat. Sebagian orang bahkan menggantungkan pekerjaan sehari-hari dari pasar. keberadaan pasar sangatlah vital bagi masyarakat serta bagi perekonomian. Pada lingkungan pasar yang sehat dan lokasi yang strategis maka peluang hampir ada di setiap saat dalam kehidupan sehari-hari dalam pasar tradisional.

Menurut Ambadar (2005) peluang (*opportunity*) adalah pintu menuju sukses atau gagal. Menurut Hendro (2005) peluang itu muncul karena kita berbeda dengan yang lain, berusaha untuk berpikir beda dan melihat secara berbeda. Menurut Ambadar (2005) ada beberapa tips dalam mengelola peluang usaha yaitu dengan melakukan pendekatan analisis SWOT. Dengan SWOT maka sasaran strategi dapat terukur baik dalam tercapainya peluang usaha maupun dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat sehingga dapat mengembangkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Menurut Muhamad (2014) dalam memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat. Dengan adanya peluang usaha tersebut, diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik sehingga mampu mengurangi tingkat urbanisasi yang tinggi. Selain itu, dengan adanya usaha yang menitikberatkan pada peluang yang ada di daerah sekitar, diharapkan mampu menjadi ikon atau ciri khas dari daerah tersebut.

Menurut Fahrudin (2014) kesejahteraan masyarakat juga bermakna kondisi dimana kebutuhan dasar dapat terpenuhi yang dapat tercermin dari keadaan rumah yang layak huni, kebutuhan sandang dan pangan yang mencukupi rumah yang layak tercukupinya kebutuhan sandang pangan, biaya pendidikan dan kesehatan yang terjangkau, serta berkulitas atau dimana individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batasan tertentu atau kondisi dimana seseorang dapat memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani.

Kesejahteraan tersebut tidak hanya ditinjau dari unsur terpenuhinya kebutuhan dasar jasmani seperti makan, tempat tinggal namun termasuk kebutuhan rohani seperti ketenangan, kenyamanan, penghormatan, perlindungan dan lainnya. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, barang kebutuhan pokok adalah barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak dengan skala pemenuhan kebutuhan yang tinggi serta menjadi faktor kesejahteraan masyarakat.

Fenomena terkait potensi yang dimiliki oleh pasar adalah tempat yang strategis, karena dikelingi beberapa desa ataupun dekat dengan pemukiman dan menjadikan pasar sebagai pusat pembelanjaannya. Pasar ini juga merupakan calon pusat kegiatan jual beli masyarakat sekitarnya, tidak sedikit pula para pedagang yang berasal dari luar daerah yang mencoba mencari peluang usaha pada pasar tradisional. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi, Industri dan Perdagangan Kota Tasikmalaya, ada total 10 pasar tradisional yang aktif dan ditunjukkan pada tabel 1.1.

**Tabel 1. 1 Data Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya**

No	Nama Pasar	Kecamatan	Alamat	Tahun
1.	Pasar Cibeuti	Kawalu	Jalan Raya Cibeuti, Kelurahan Cibeuti	1990
2.	Pasar Cikurubuk	Mangkubumi	Jalam Residen Ardiwinagun, Kelurahan Linggajaya	1994
3.	Pasar Pancasila	Tawang	Jalan Pancasila, Kelurahan Lengkongsari	1995
4.	Pasar Padayungan	Cihideung	Jalan Perintis Kemerdekaan, Kelurahan Tugujaya	1995
5.	Pasar Burung Besi	Mangkubumi	Jalan KH. EZ. Mutaqien, kelurahan Linggajaya	1997
6.	Pasar Indihiang	Indihiang	Jalan Letnan Harun, Kelurahan Sukamaju Kidul	1997
7.	Pasar Gegernoong	Tamansari	Jalan Raya Tamansari, Kelurahan, Tamanjaya	1999
8.	Pasar Nyemplong/Sindang Hayu	Tamansari	Jalan Setiawargi, Kelurahan Setiawargi	2016
9.	Pasar Cibeureum	Cibeureum	Jalan KH. Khoer Affandi, Kelurahan Margabakti	2018
10.	Pasar Rakyat Kecamatan Purbaratu	Purbaratu	Kampung Ciwasmandi, Kelurahan Singkup	2019

Sumber: Dinas UMKM Kota Tasikmalaya (data diolah peneliti)

Tabel 1.1 merupakan data jumlah pasar tradisional yang ada di Kota Tasikmalaya, kota yang terdapat di Provinsi Jawa Barat. Daerah ini terus berkembang di bidang ekonomi, terutama di bidang pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat melalui pembangunan pasar tradisional, karena pada dasarnya semua manusia membutuhkan konsumsi untuk dapat melanjutkan hidup. Pasar Rakyat Cibeureum dibangun bertujuan mensejahterakan masyarakat melalui pemenuhan kebutuhan pokok. Dengan pembangunan pasar yang baru diharapkan masyarakat Kecamatan Cibeureum untuk ikut andil dalam memanfaatkan potensi pasar.

Penulis telah mewawancarai UPTD pengelola Pasar Rakyat Cibeureum menurutnya Kota Tasikmalaya telah meresmikan Pasar Rakyat Cibeureum di Jalan KH Khoer Affandi, Kecamatan Cibeureum, Kota Tasikmalaya. Pada hari senin bulan agustus tahun 2022. Pasar yang berada di belakang terminal Awipari itu diyakini dapat menjadi pendorong ekonomi baru dan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi baru di Kota Tasikmalaya serta menjadi pasar terbesar kedua daerah Kota Tasikmalaya setelah adanya pasar induk Pasar Cikurubuk.

Lokasi Pasar Rakyat Cibeureum yang berada di tepi jalan Provinsi Tasikmalaya-Banjar via Manonjaya memiliki halaman parkir yang cukup, Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya terdapat 78 kios dan 128 los. Selain itu, pasar tersebut juga dilengkapi dengan empat kamar mandi, satu ruang laktasi, satu *cool storage*, satu tempat pembuangan sampah sementara, ruang pengelola, ruang metrologi, dan fasilitas antisipasi kebakaran.

Dengan adanya Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya, di harapkan masyarakat dapat menjaga kebersihan lingkungan agar dapat terjaga sehingga dapat memberikan kenyamanan pada konsumen serta ikut berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi pasar melalui berbagai inovasi untuk memanfaatkan peluang usaha pasar tradisional sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat dan merangsang laju pertumbuhan ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tersebut berada di kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya dengan jumlah penduduk sebanyak 69.379 jiwa orang, dengan jumlah 23.106 kepala keluarga.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, alasan mendasar penulis melakukan penelitian pada Pasar Rakyat Cibeureum adalah berangkat dari anak daerah yang ingin mengetahui perkembangan daerahnya, karena keberadaan lokasi pasar yang baru diresmikan pada tanggal 15 Agustus 2022.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti fenomena tersebut dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka masalah pokok yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

2. Bagaimana pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat secara parsial terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.
3. Bagaimana pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat secara bersama-sama terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap lokasi, lingkungan, peluang usaha dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat secara parsial terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat secara bersama-sama terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

1. Kegunaan secara ilmiah
  - a. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan potensi pasar rakyat (tradisional).

- b. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Pembangunan khususnya konsentrasi kebijakan Publik dan ekonomi mikro.
  - c. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan informasi serta dapat menjadi pelengkap atau penambah, dan sekaligus pembanding dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai topik yang sama terkait potensi pasar tradisional. Hal yang baru dalam penelitian ini yaitu terkait hubungan variabel lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap variabel potensi pasar rakyat (tradisional).
2. Kegunaan secara praktis
- a. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat bermanfaat sebagai rujukan informasi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.
  - b. Bagi dosen, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dorongan untuk dosen dalam mengajar agar terus memberikan pemahaman mengenai potensi pasar rakyat (tradisional).
  - c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan memberikan informasi bagi masyarakat mengenai pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

- d. Bagi pengelola pasar rakyat, hasil penelitian ini di harapkan menjadi bahan acuan yang layak untuk dikembangkan, dibenahi, serta dapat menjadi bahan evaluasi dalam mensejahterakan masyarakat sekitar dengan pemanfaatan ruang peluang usaha serta pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat.

## 1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

### 1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi kegiatan penelitian ini dilaksanakan di Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

### 1.5.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 1. 2 Jadwal Matriks Penelitian**

<b>Keterangan</b>	<b>Bulan</b>							
<i>Timeline</i>	<b>Januari - Juni</b>				<b>Juli – Desember</b>			
Pengajuan Judul Skripsi dan ACC Pembimbing								
Penyusunan Draft Usulan Penelitian								
Seminar Usulan Penelitian								
Revisi Draft Usulan Penelitian								
Pencarian Data								
Penyusunan Draft Naskah Skripsi								
Sidang Naskah Skripsi								
Revisi Draft Naskah Skripsi								

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Jadwal penelitian ini dibuat dengan matriks yang dibuat oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya”.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini akan disajikan tinjauan pustaka dalam pelaksanaan penelitian yang melandasi kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis. Supaya penelitian berjalan dengan baik, maka pemahaman mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian sangat penting. Oleh karena itu dalam membahas pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya, ada beberapa teori yang relevan.

##### **2.1.1 Pasar Secara Umum**

Menurut Algifari (2022:92) pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Pindyck (2012:8) pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu, serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Menurut Aliyah (2020:2) istilah pasar menunjukkan tempat di mana penjual dan pembeli berkumpul untuk bertukar barang-barang mereka di ruang-ruang terbuka, misalnya di alun-alun, lapangan, dan jalan serta situasinya tidak jauh dari permukiman.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 1 Tahun 2015 berbunyi “Pasar adalah area tempat jual-beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan pasar tradisional pertokoan, mall, plasa pusat perdagangan maupun sebutan lainnya” dalam hal ini pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal, dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa.

Menurut Prasetya (2019) pasar memegang peranan penting dalam kegiatan ekonomi dan pembangunan perekonomian suatu negara, melalui pasarlah kegiatan perdagangan itu dapat berjalan. Menurut Mankiw (2009) keberadaan pasar juga membantu rumah tangga (rumah tangga konsumen, rumah tangga produsen, dan pemerintah) memperoleh kebutuhan dan atau juga pendapatan, pasar juga dapat membuat peluang dalam kesempatan kerja, banyak masyarakat menggantungkan hidupnya dari kegiatan ekonomi di pasar, baik untuk mencari pendapatan maupun memenuhi kebutuhan.

Menurut Kasmir (2007:69) pasar merupakan fasilitas pelayanan umum dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan pasar dapat dijadikan sebagai pusat ekonomi masyarakat. Mujahidin (2007:144) terjadinya transaksi jual beli di pasar merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah, sebagai urat nadi yang dapat mendorong tingkat laju pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Menurut Reofita dalam karyanya strategi pemasaran (2015:44) pasar berfungsi sebagai stabilitas harga, dimana harga pasar dijadikan salah satu tolak ukur pengukuran inflasi dan juga penentu kebijakan pemerintah. Suprayitno (2008:205) adanya interaksi antara penjual dan pembeli yang terjadi di dalam pasar dengan jangka panjang pada akhirnya dapat dijadikan sebagai penetapan harga keseimbangan harga pasar dan jumlah yang diperdagangkan. Menurut Sudarman (2004:8) pasar mempunyai lima fungsi utama, yaitu:

1. Pasar menetapkan nilai, permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar menentukan tingkat harga barang.
2. Pasar mengorganisir produksi, mendorong produsen untuk produksi barang yang efisien.
3. Pasar mendistribusikan barang, mendorong pola distribusi barang dalam suatu masyarakat.
4. Pasar berfungsi sebagai penjatahan, manajemen suatu produk agar dapat dijual dan tersedia dalam masyarakat untuk jangka waktu tak terbatas.
5. Pasar mempertahankan dan mempersiapkan keperluan di masa yang akan datang.

Menurut Gilarso (2004:109) pasar terdapat beberapa aspek, yaitu:

1. Suatu pertemuan
2. Orang yang menjual
3. Orang yang membeli
4. Suatu barang atau jasa tertentu
5. Dengan harga tertentu

Menurut Aliyah (2020:3) syarat utama terbentuknya pasar yaitu dengan adanya pertemuan antara penjual dan pembeli, dan pasar dapat menjadi elemen dalam mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia. Sudarsono (1996:210) dalam karyanya pengantar ilmu ekonomi perusahaan, pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya, dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yakni:

1. Keinginan manusia
2. Tingkah laku dalam pembelian
3. Daya beli

Menurut Gilarso (2004:111) pasar tentunya akan terdapat interaksi antara perantara-perantara yang mendukung terjadinya kegiatan pada aktivitas pasar, perantara-perantara tersebut diantaranya:

1. Pedagang (besar/grosir (*wholesale*) maupun kecil/pengecer atau disebut ritel.
2. Perantara khusus (Agen, Makelar, Komisioner, Pialang)
3. Eksportir dan importer
4. Lembaga-lembaga pembantu, seperti : Bank, Asuransi, Perusahaan pengangkutan, pengepakan, pergudangan, konsultan, kamar dagang dan lain sebagainya.

### 2.1.2 Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 berbunyi “Pasar Rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan atau badan usaha milik daerah, dapat berupa toko/kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMKM dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar”. Menurut menteri perdagangan Republik Indonesia, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Salah satu pelaku di pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengrajin dan *home industry* (rumah produksi). Pasar tradisional merupakan tempat dimana masyarakat berbagai lapisan memperoleh barang-barang kebutuhan harian dengan harga yang relatif terjangkau, karena memang seringkali relatif lebih murah. Dengan kata lain pasar tradisional merupakan pilar penyangga ekonomi masyarakat kecil.

Menurut Feriyanto (2006), pasar tradisional tersebut sebagian besar muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang dihasilkan serta konsumen yang membutuhkan barang-barang tertentu untuk kebutuhan hidup sehari-hari.

Menurut Widiyanto (2009) pasar tradisional mempunyai fungsi yang positif bagi peningkatan perekonomian daerah yaitu:

1. Pasar sebagai pusat pengembangan ekonomi rakyat.
2. Pasar sebagai sumber retribusi daerah.
3. Pasar sebagai tempat pertukaran barang.
4. Pasar sebagai pusat perputaran uang daerah.
5. Pasar sebagai alternatif peluang lapangan pekerjaan.

Menurut Widiyanto (2009) pasar tradisional merupakan pasar yang berkembang di masyarakat dengan pedagang asli pribumi, dan pasar tradisional digolongkan menurut beberapa kategori, yaitu:

1. Pasar eceran
2. Pasar grosir
3. Pasar induk Pasar

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2021 Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana perdagangan, jenis pasar dibedakan menjadi dua yaitu Pasar Rakyat utama dan Pasar Rakyat pilihan.

1. Pasar Rakyat utama merupakan purwarupa Pasar Rakyat yang memiliki kriteria:

- 1) Beroperasi setiap hari
- 2) Memiliki jumlah pedagang paling sedikit 300 (tiga ratus) orang
- 3) Luas bangunan paling sedikit 4.400 m<sup>2</sup> (empat ribu empat ratus meter persegi);
- 4) Luas lahan paling sedikit 10.000 m<sup>2</sup> (sepuluh ribu meter persegi).

2. Pasar Rakyat pilihan merupakan purwarupa Pasar Rakyat yang diklasifikasikan atas 4 tipe Pasar Rakyat dengan memiliki kriteria:

1) Pasar Rakyat tipe A

- a) Beroperasi setiap hari.
- b) Memiliki jumlah pedagang paling sedikit 400 (empat ratus) orang.
- c) Memiliki luas lahan paling sedikit 5.000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter persegi).

2) Pasar Rakyat tipe B

- a) Beroperasi paling sedikit 3 (tiga) hari dalam 1 (satu) pekan
- b) Memiliki jumlah pedagang paling sedikit 275 (dua ratus tujuh puluh lima) orang
- c) Memiliki luas lahan paling sedikit 4.000 m<sup>2</sup> (empat ribu meter persegi).

### 3) Pasar Rakyat tipe C

- a) Beroperasi paling sedikit 2 (dua) kali dalam 1 (satu) pekan.
- b) Memiliki jumlah pedagang paling sedikit 200 (dua ratus) orang.
- c) Memiliki luas lahan paling sedikit 3.000 m<sup>2</sup> (tiga ribu meter persegi).

### 4) Pasar Rakyat tipe D

- a) Beroperasi paling sedikit 1 (satu) kali dalam 1 (satu) pekan.
- b) Memiliki jumlah pedagang paling sedikit 100 (seratus) orang.
- c) Memiliki luas lahan paling sedikit 2.000 m<sup>2</sup> (dua ribu meter persegi).

Menurut Malano (2011:11) kriteria pasar tradisional adalah:

1. Adanya sistem tawar menawar.
2. Pedagang di pasar tradisional berjumlah lebih dari satu, dan pedagang tersebut memiliki hak atas stan yang telah dimiliki, dan memiliki hak penuh atas barang dagangannya.
3. Berdasarkan pengelompokan dan jenis barang pasar
  - a. Kelompok bersih (jasa, warung, dan toko)
  - b. Kelompok kotor dan tidak bau (hasil buah-buahan)
  - c. Kelompok kotor yang bau dan basah (sayuran dan bumbu)
  - d. Kelompok bau, basah, kotor, dan busuk (ikan basah, dan daging)



4. Berdasarkan tempat berjualan, atau yang disebut dengan stan, dipilih dengan cara di undi oleh pengelola pasar

Menurut Peraturan Kementrian Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012, Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, Pasal (empat) 4, pasar rakyat (tradisional) memiliki kriteria, yaitu:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah
2. Transaksi dilakukan secara tawar menawar antara penjual dan pembeli
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan baku lokal

### **2.1.3 Aspek Potensi**

Menurut Pamungkas (1997:358) bahwa potensi berasal dari bahasa latin yaitu *potentia* yang artinya kemampuan, potensi pasar kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan dan perlu digali. Menurut Hafiz (2017) potensi adalah sumber yang sangat besar yang belum diketahui dan yang belum diberikan pada waktu manusia lahir di dunia ini. Potensi adalah kemampuan yang belum dibukakan, kuasa yang tersimpan, kekuatan yang belum tersentuh, keberhasilan yang belum digunakan, karunia yang tersembunyi atau dengan kata lain potensi adalah kemampuan atau kekuatan atau daya, potensi dapat merupakan bawaan atau bakat dan hasil latihan.

Berdasarkan kajian Dewan UKM Sumatrea Utara (2021) terdapat beberapa cara untuk menentukan potensi pasar, yaitu :

1. Pendekatan permintaan
2. Pendekatan penawaran
3. Mengamati kebutuhan masyarakat
4. Mencari momen yang tepat
5. Sesuai dengan keinginan konsumen

Berdasarkan kajian BAPPEDA dan PM (badan perencanaan pembangunan daerah, dan penanaman modal, 2022) tentang pengkajian terhadap pengembangan potensi sumber daya pasar tradisional yang dikaitkan dengan pengembangan peluang-peluang kegiatan usaha meliputi antara lain:

1. Jenis kegiatan usaha yang ada.
2. Jenis kegiatan usaha yang berpeluang untuk dikembangkan.
3. Jenis kegiatan usaha yang sangat dibutuhkan untuk segera dikembangkan berdasarkan potensi yang dimiliki.
4. Kendala yang dapat ditanggulangi dalam pengembangan kegiatan usaha.

Menurut Natalia (2021) indikator potensi pasar tradisional tergantung pada jumlah pembeli yang berada dalam pasar tersebut, pembeli potensial biasanya memiliki tiga karakteristik pokok yaitu memiliki minat, penghasilan, dan akses, berdasarkan ketiga karakteristik tersebut, terdapat lima jenis pasar, yaitu:

1. Pasar potensial (*potential market*) merupakan sekumpulan konsumen yang memiliki tingkat tertentu terhadap penawaran pasar tertentu. Misalnya, semua orang yang menyatakan berminat untuk membeli sebuah daging sapi.
2. Pasar yang tersedia (*available market*) yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, dan akses pada penawaran pasar tertentu. Dalam pasar yang tersedia, konsumen juga memiliki kemampuan daya beli untuk membeli suatu barang yang diinginkan dan hambatan akses pun juga teratasi. Misalnya, konsumen yang membeli daging sapi dan daging sapi tersebut memang tersedia di wilayah tersebut berada.
3. Pasar tersedia yang memenuhi syarat (*qualified available market*) ialah sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, akses, dan kualifikasi untuk penawaran pasar tertentu. Misalnya pemerintah melarang penjualan rokok kepada orang yang belum berusia 17 tahun. Dengan demikian, meskipun ada konsumen yang memiliki minat, daya beli, dan akses pasar, tetapi belum berusia 17 tahun, maka ia bukanlah pasar tersedia yang memenuhi syarat.
4. Pasar yang dilayani (*served market* atau target pasar) merupakan bagian dari *qualified available market* yang ingin dimasuki perusahaan. Misalnya, produsen motor memutuskan untuk memusatkan perhatian pemasaran dan distribusinya di Pulau Jawa, maka Pulau Jawa menjadi pasar yang dilayani.

5. Pasar penetrasi (*penetrated market*) merupakan sekumpulan konsumen yang benar-benar telah membeli produk. Jadi, yang termasuk dalam pasar penetrasi adalah mereka yang sungguh-sungguh telah membeli produknya pada produsen tersebut.

#### **2.1.4 Aspek Lokasi**

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2007 Tentang Penataan Ruang. Penyelenggaraa penataan ruang bertujuan untuk mewujudkan ruang wilayah nasional yang aman, nyaman, produktif, dan berkelanjutan berlandaskan wawasan nusantara dan ketahanan nasional dengan terwujudnya keharmonisan antara lingkungan alam dan lingkungan buatan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Suryani (2015) teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki geografis dari sumber-sumber yang potensial, lokasi memegang peranan yang penting dalam melakukan usaha, dekatnya lokasi usaha ataupun pusat keramaian, mudah dijangkau, aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas pada umumnya lebih disukai konsumen, lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin.

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, menyebutkan:

1. Mengacu pada RT/RW Kabupaten/Kota.
2. Dekat dengan pemukiman penduduk atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat.
3. Memiliki sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan ibu kota kabupaten/kota dan ibu kota kecamatan dengan lokasi pasar.

Menurut Miles (1999) hal-hal yang harus diperhatikan dalam penentuan lokasi pasar tradisional yaitu:

1. Populasi yang terdapat pada daerah perdagangan, meliputi komposisi dan pertumbuhannya.
2. Perkembangan wilayah dengan perubahan sosial ekonomi.
3. Kebiasaan belanja penduduk.
4. Daya beli penduduk.
5. Jumlah, luas, tipe dan lokasi pasar.
6. Aksesibilitas berupa fasilitas transportasi umum.
7. Kondisi fisik alam

Menurut Tjiptono (2006) pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan dan memperhatikan beberapa faktor berikut:

1. Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau.
2. Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat.
3. Lalulintas ada dua hal yang diperhatikan:

- a. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya keinginan membeli.
- b. Kepadatan dan kemacetan bisa menjadi hambatan.
- 4. Tempat parkir yang luas dan aman.
- 5. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan kajian BAPPEDA dan PM (badan perencanaan pembangunan daerah, dan penanaman modal, 2022) karakteristik lokasi pembangunan pasar harus sesuai peruntukannya dengan kawasan peruntukan perdagangan dan jasa, yang meliputi:

- 1. Tidak terletak pada kawasan lindung dan kawasan bencana alam.
- 2. Lokasinya strategis dan mudah dicapai dari seluruh penjuru kota.
- 3. Dilengkapi dengan sarana antara lain tempat parkir umum, bank/ATM, pos polisi, pos pemadam kebakaran, tempat ibadah, dan sarana penunjang kegiatan komersial serta kegiatan pengunjung.
- 4. Terdiri dari perdagangan lokal, regional, dan antar regional.

#### **2.1.5 Aspek Lingkungan**

Menurut amsyari (1989) pengertian lingkungan dibagi ke dalam tiga kelompok yaitu:

- 1. Lingkungan fisik, suatu hal yang terdapat di sekitar manusia. Seperti udara, air, cahaya, batu, dan rumah.
- 2. Lingkungan biologis, semua unsur yang ada di sekitar hidup manusia, menyerupai organisme hidup. Seperti tumbuhan, dan hewan.

3. Lingkungan sosial, kehidupan sekumpulan manusia yang ada di suatu lingkungan masyarakat.

Menurut Djafri (2014) kesehatan lingkungan merupakan ilmu yang mempelajari hubungan timbal balik antara faktor kesehatan dan lingkungan. Kesehatan lingkungan merupakan suatu keseimbangan ekologi yang harus ada antara manusia dan lingkungan agar dapat menjamin keadaan sehat dari manusia.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Pasar Sehat, menyangkup pada standar baku mutu kesehatan lingkungan, persyaratan kesehatan, dan kesehatan lingkungan di Pasar Rakyat sehat. Untuk terselenggaranya pasar sehat, maka setiap pihak baik dari masyarakat dan pengelola serta pengunjung dan penjual di Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya harus selalu menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan pasar.

Pengunjung atau penjual memiliki kewajiban dalam menjaga pasar sehat yakni Pasar Rakyat yang telah memenuhi standar baku mutu kesehatan lingkungan dan persyaratan kesehatan serta upaya kesehatan lingkungan standar baku mutu kesehatan lingkungan dan persyaratan kesehatan serta upaya kesehatan lingkungan dilakukan dalam berbagai media, sebagaimana berikut:

1. Media air
  - a. Standar baku mutu media air meliputi kualitas fisik, biologi, kimia dan radio aktivitas sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

b. Persyaratan media air bersih.

- 1) Tersedia air untuk keperluan higiene sanitasi dengan jumlah yang cukup setiap hari secara berkesinambungan, minimal 15 liter per pedagang
- 2) Kualitas air harus dicek secara berkala dan, jarak sumber air untuk keperluan higiene sanitasi yang berupa air tanah minimal 10 meter dari sumber pencemar (pembuangan limbah dan tempat penampungan sampah sementara)

2. Media udara (sirkulasi udara yang baik)

- a. Standar baku mutu udara meliputi kualitas fisik, biologi, kimia sesuai dengan ketentuan peraturan.
- b. Persyaratan kesehatan media udara.
  - 1) Tidak ada asap rokok.
  - 2) Tidak ada aktifitas pembakaran sampah di Pasar Rakyat

3. Media tanah

- a. Standar baku mutu media tanah meliputi kualitas fisik, biologi, kimia dan radioaktifitas sesuai dengan ketentuan peraturan.
- b. Persyaratan kesehatan media tanah
  - 1) Tanah harus sudah dilakukan pemulihan bila lahan yang akan dibangun pasar adalah bekas galian tambang, tempat pembuangan akhir sampah.
  - 2) Limbah padat dan limbah cair dikelola dengan baik.



#### 4. Pangan

- a. Standar baku mutu konsumsi pangan meliputi kualitas fisik, biologi, dan kimia sesuai dengan ketentuan peraturan.
- b. Persyaratan kesehatan pangan.
  - 1) Produk pangan masih segar
  - 2) Bahan olahan dalam kemasan telah terdaftar oleh BPOM, tidak kadaluarsa, dan cacat atau rusak
  - 3) Barang siap saji dengan yang mudah busuk harus dipisah
  - 4) Makanan jajanan yang disajikan di tempat yang aman dan bersih bagi kesehatan
  - 5) Makanan jajanan disajikan dalam kemasan yang tidak mencemari jajanan
  - 6) Makanan jajanan siap saji dan telah melewati lebih dari 6 jam apabila masih dalam keadaan baik harus diolah kembali sebelum disajikan
- c. Kualitas pangan mikro biologi dan kimia (kuman dominan)
  - 1) Tidak mengandung bahan berbahaya sesuai dengan ketentuan peraturan.
  - 2) Tidak mengandung residu pestisida di atas ambang batas.
  - 3) Makanan dalam kemasan tertutup harus disimpan dalam suhu rendah (4 – 100C), tidak kadaluarsa dan berlabel jelas.
  - 4) Sayur, buah dan minuman disimpan dalam suhu 100C.

- 5) Produk hewan dan olahan beku harus disimpan di sarana penyimpanan beku dengan suhu maksimum minus 180C dan produk hewan dan olahan dingin harus disimpan di sarana penyimpanan dingin dengan suhu maksimum 40 C
- 6) Penyimpanan bahan makanan harus ada jarak dengan lantai, dinding dan langit-langit: jarak dengan lantai 15 cm, dengan dinding 5 cm, dengan langit-langit 60 cm.
- 7) Kebersihan peralatan makanan ditentukan dengan angka total kuman maksimal 100 kuman per cm<sup>2</sup> permukaan dan kuman *Eschericiacoli* nol.

d. Pengamanan higienes dan sanitasi pangan di pasar.

Pemenuhan sarana dan fasilitas penjualan dan penyimpanan bahan pangan yang memenuhi persyaratan sesuai area/zona jenis pangan.

5. Sarana dan bangunan

a. Umum

- 1) Mempunyai batas wilayah yang jelas, antara pasar dan lingkungannya. Tidak terletak pada daerah rawan bencana alam seperti: bantaran sungai, aliran lahar, rawan longsor, banjir, dan sebagainya.
- 2) Tidak terletak pada daerah rawan kecelakaan atau daerah jalur pendaratan penerbangan, termasuk sempadan jalan.
- 3) Tidak terletak pada daerah bekas tempat pembuangan akhir sampah atau bekas lokasi pertambangan.

b. Ruangan

- 1) Ruangan memiliki ventilasi minimal 20 % dari luas lantai.
- 2) Ruangan tingkat pencahayaan ruangan 100 lux.
- 3) Tersedia ruangan dengan tinggi langit-langit dari lantai sesuai ketentuan yang berlaku.
- 4) Tersedia toilet terpisah bagi laki-laki dan perempuan.
- 5) Tersedia tempat cuci tangan dilengkapi sabun dan air yang mengalir.

c. Penataan ruangan dagang

- 1) Pembagian area/zoning sesuai dengan jenis komoditas, sesuai dengan sifat dan klasifikasinya seperti: basah, kering, dan lebar los minimal 1,5 meter.
- 2) Tempat penjualan daging, karkas unggas, ikan ditempatkan di tempat khusus.
- 3) Penjualan serta pemotongan unggas dan ruminisia di Pasar Rakyat diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4) Bahan berbahaya dan beracun ( $B^3$ ) dan bahan berbahaya lainnya ditempatkan terpisah dan tidak berdampingan dengan zona makanan dan bahan pangan

d. Tempat penjualan bahan pangan dan makanan

1) Tempat penjual makanan basah

- a) Tidak menimbulkan genangan air dan tersedia lubang pembuangan air, setiap sisi memiliki sekat pembatas dan mudah dibersihkan.
- b) Memiliki sarana penyimpanan beku dengan suhu maksimum minus 18°C dan sarana penyimpanan dingin dengan suhu maksimum 40°C.
- c) Alas pemotong (talenan) tidak mengandung bahan beracun, kedap air, dan mudah dibersihkan, dan tersedianya tempat pencucian peralatan.
- d) Saluran pembuangan limbah tertutup, dengan kemiringan sesuai ketentuan yang berlaku sehingga memudahkan aliran limbah, serta tidak melewati area penjualan, tempat sampah kering dan basah, kedap air, tertutup dan mudah diangkat dan bebas vektor penular penyakit dan tempat perindukannya, seperti lalat, kecoa, tikus, nyamuk.

2) Tempat penjual makanan kering

- a) Tersedia tempat sampah kering dan basah, kedap air, tertutup dan mudah diangkat.

b) Tersedia tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir, dan tempat penjualan bebas binatang penular penyakit (vektor) dan tempat perindukannya (tempat berkembang biak), seperti lalat, kecoa, tikus, nyamuk.

3) Tempat makanan siap saji atau makanan jadi

a) Tersedia tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir, dan tersedia tempat cuci peralatan dari bahan yang kuat, aman, tidak mudah berkarat dan mudah dibersihkan dengan air yang mengalir.

b) Tersedia tempat sampah kering dan basah yang kedap air, tertutup dan mudah diangkat, dan saluran pada pembuangan air limbah dari tempat pencucian harus tertutup, landai sehingga memudahkan aliran limbah.

c) Tempat penjualan bebas vektor penular penyakit dan tempat perindukannya, seperti : lalat, kecoa, tikus, nyamuk.

e. Area parkir

1) Kendaraan pengangkut hewan hidup tidak boleh masuk area parkir pasar dan memiliki area parkir sendiri.

2) Tidak ada genangan air.

- 3) Tersedia tempat sampah yang terpisah antara sampah kering dan basah yang kedap air, tertutup dan mudah diangkat, dalam jumlah yang cukup minimal setiap 10 meter.
- 4) Adanya tanaman penghijauan

f. Konstruksi

- 1) Atap harus kuat, tidak bocor, dan tidak menjadi tempat berkembang biaknya binatang penular penyakit.
- 2) Lantai terbuat dari bahan yang kedap air, permukaan rata, tidak licin, tidak retak, dan mudah dibersihkan.
- 3) Ventilasi dalam ruangan ataupun lingkungan pasar sirkulasi udaranya baik dan tidak berbau.
- 4) Drainase selokan sekitar pasar tertutup dengan kisi yang terbuat dari logam sehingga mudah dibersihkan.
- 5) Tempat cuci tangan harus ditempatkan di lokasi yang mudah dijangkau. Fasilitas cuci tangan dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir dan limbahnya dialirkan ke saluran pembuangan yang tertutup.
- 6) Keamanan tersedia pemadam kebakaran yang cukup dan berfungsi seperti tersedia hydran air dengan jumlah cukup, dan adanya pos keamanan
- 7) Fasilitas lain seperti tempat ibadah yang bersih dan nyaman.

6. Pengendalian vektor dan binatang pembawa penyakit. Untuk mewujudkan pasar sehat, pengelola Pasar Rakyat harus melakukan pengendalian vektor dan binatang pembawa penyakit secara berkala.

#### **2.1.6 Aspek Peluang Usaha**

Peluang berasal dari kata bahasa inggris yaitu *Opportunity* yang berarti sebuah kesempatan yang muncul dari kejadian, peluang usaha adalah kesempatan yang dimiliki oleh semua orang yang mempunyai jiwa kreatifitas dalam dirinya untuk memulai usaha.

Menurut Bygrave and Zacharakis (2011) peluang usaha adalah kombinasi dari pemikiran dan aksi untuk mengembangkan ide berdasarkan iklim pasar dari daerah/lingkungan konsumen. Menurut Mariotti (2013:147) peluang usaha adalah bentuk dari ide bisnis yang potensial bagi para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya.

Faktor yang perlu dianalisis oleh setiap pedagang adalah kemampuannya untuk mengetahui peluang atau potensi pasar. Apabila sebagai calon pedagang kurang mampu dalam menganalisis potensi pasar, maka kemungkinan besar potensi yang ada akan dimanfaatkan pihak pesaing atau pedagang yang lain, hal tersebut tentu saja dapat mengakibatkan kegiatan usaha yang dijalankan akan banyak mengalami hambatan. Peluang pasar dapat dianalisis melalui dua pendekatan, yaitu pendekatan permintaan dan penawaran. Menurut Bygrave dan Zacharakis (2011) ada lima faktor munculnya peluang usaha yaitu:

1. Pelanggan
2. Kompetitor
3. Pemasok dan perantara pemasaran
4. Kondisi pemerintah
5. Lingkungan

Peluang hampir ada di setiap saat dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Ambadar (2005) peluang (*opportunity*) adalah pintu menuju sukses atau gagal. Ada dua format yang mungkin dilakukan seseorang dalam usahanya mengenali peluang usaha, yaitu :

1. *See – Do – Get*, dimana seseorang yang melihat (*see*) peluang untuk dilaksanakan (*do*) menjadi bisnis (*get*) yang menguntungkan (*profit/sukses*).
2. *Do – See – Get*, dimana seseorang terlibat (*do*) dalam suatu bisnis, kemudian menemukan (*see*) peluang bisnis baru (*get*) yang menguntungkan.

Menurut Ambadar (2005), Peluang akan menjadi “peluang emas” (*prospektif*) bila mengandung unsur-unsur sebagai berikut :

1. Sedang dibutuhkan oleh pasar.
2. Memecahkan kesulitan atau masalah yang sedang dihadapi pasar.
3. Menyempurnakan yang sebelumnya.
4. Benar-benar ada dan memiliki nilai tambah, Ada unsur yang dibanggakan.
5. Temuan yang orisinal (*inovatif*).
6. Memberi keuntungan yang nyata.



### 2.1.7 Aspek Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan berasal dari kata “sejahtera”. Sejahtera ini mengandung pengertian dari bahasa Sansekreta “*catera*” yang berarti Payung. Dalam konteks ini, kesejahteraan yang terkandung dalam arti “*catera*” (payung) adalah orang yang dalam hidupnya bebas dari kemiskinan, kebodohan, ketakutan atau kekhawatiran sehingga hidupnya aman, tenteram, baik lahir maupun batin. Kesejahteraan dapat diukur berdasarkan ketahanan pangan seperti ketersediaan pangan, ketercukupan gizi, ketersediaan akses terhadap bahan pangan hingga pada perilaku rumah tangga (Andersen 2009). Secara definitif, kesejahteraan sosial merupakan suatu kondisi atau keadaan sejahtera, baik fisik, mental maupun sosial, dan tidak hanya perbaikan terhadap penyakit sosial tertentu saja (Chalid 2014).

Berdasarkan Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial, Pada BAB 1 Pasal 1 berbunyi “Kesejahteraan masyarakat atau sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya”.

Menurut Fahrudin (2014) kesejahteraan masyarakat juga bermakna kondisi dimana kebutuhan dasar dapat terpenuhi yang dapat tercemin dari keadaan rumah yang layak huni, kebutuhan sandang dan pangan yang mencukupi, biaya pendidikan dan kesehatan yang terjangkau, serta berkualitas atau dimana individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batasan tertentu atau kondisi seseorang dapat memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, berbunyi “barang kebutuhan pokok adalah barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak dengan skala pemenuhan kebutuhan yang tinggi menjadi faktor kesejahteraan masyarakat. Banyak teori untuk menilai kesejahteraan rakyat”. Nasikun (2006) merumuskan konsep kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dari empat indikator, yaitu:

1. Rasa aman (*security*)
2. Kesejahteraan (*welfare*)
3. Kebebasan (*freedom*)
4. Jati diri (*identity*)

#### **2.1.8 Penelitian Terdahulu**

Pada tabel 2.1 akan diuraikan mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini. Melalui penelitian terdahulu dapat diketahui pengaruh antar variabel X dan Y yang telah diuji pada penelitian sebelumnya dan dapat mendukung penelitian yang akan dilaksanakan.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Penulis, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Hera Wahdania, 2020, Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Islam (Studi Kasus Pasar Cekkeng Di Kab. Bulukumba)	Meneliti Potensi Pasar Tradisional	Menggunakan Perspektif Islam Dalam Penelitiannya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi Pasar Tradisional Meningkatkan Ekonomi Pedagang</li> <li>• Produk Yang Berfariasi</li> <li>• Lokasi Strategis</li> </ul>	Jurnal Ekonomi Islam, Volume 13, Nomor 1, Tahun 2014, E-ISSN 2714-6316
2.	Susanto R.Y, (2018) Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang	Meneliti Potensi Pasar Tradisional	Menggunakan Metode Penelitian Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi Pasar Tradisional Membuka Lapangan Pekerjaan</li> <li>• Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Wilayah Pasar Blimbing</li> </ul>	Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi, Volume 6, Nomor 2, Tahun 2018, E-ISSN 2548-6152
3.	Siti Jubaidah, (2020), Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Kota Jambi	Meneliti Potensi Pasar Tradisional	Penelitian Ini Menggunakan Variabel Pendapatan Dan Harga, Penelitian Menggunakan Metode Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasar Tradisional Kurang Berpotensi Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Karena Harga Yang Tinggi, Sarana Prasarana Yang Kurang Standar</li> </ul>	Repository. uinjambi.Ac .Id

No	Penulis, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
4.	Arta, A (2013) Analisa Potensi Bersaing Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern Di Kota Denpasar	Meneliti Potensi Pasar Tradisional	Menggunakan Teknik Penelitian Kualitatif, Serta Menambahk an Variabel Harga, dan Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasar Tradisional di Kota Denpasar Mengalami Pennurunan Dalam Minat Berbelanja Yang Dikarenakan Beberapa Faktor Seperti Harga, Kenyamanan, dan Keragaman Produk</li> </ul>	e-Jurnal Manajemen, Volume 2, Nomor 7, Tahun 2013, e-ISSN 2302-8912
5.	Pasarela (2021) Analisis Pengaruh Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Islam (Pasar Paya Llang)	Meneliti Potensi Pasar Tradisional, Dan Terdapat Variabel Yang Sama Yaitu Variabel Lokasi	Penelitian Menggunakan an Perpektif Ekonomi Islam, Dan Metode Penelitian Menggunakan an Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasar Paya Ilyang Telah Membantu Peningkatan Taraf Hidup Masyarakat Disekitar Kawasan Pasar, Dengan Terciptanya Lapangan Kerja</li> <li>• Bertambahnya Minat Berkunjung</li> </ul>	JISS, Volume 2, Nomor 7, Tahun 2021, e-ISSN 2723-6595
6.	Mustafa, A (2015) Potensi Pasar Tradisional Simabur Bagi Masyarakat Di Nagari Sinabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar	Meneliti Potensi Pasar Tradisional, dan Terdapat Variabel Yang Sama Yaitu Peluang Usaha	Menggunakan an Metode Penelitian Kualitatif, Serta Perbedaan Variabel Pendapatan dan Sewa Lahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi Pasar Tradisional Berpotensi Untuk Membuka Peluang Usaha</li> <li>• Meningkatnya Pendapatan Masyarakat</li> </ul>	Jurnal Upgrisba, Volume 2, Nomor 1, Tahun 2015, DOI 10.22202/js. v2i1.1584

No	Penulis, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
7.	Setiawan,(2020), Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Pedagang (Studi Di Pasar Gayam, Sidomulyo, Pacitan)	Meneliti Potensi Pasar Tradisional, Dan Kesamaan Dalam Variabel Lokasi	Penelitian Menggunakan Metode Kualitatif Serta Terdapat Perbedaann ya Variabel Harga Dan Kualitas Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasar Tradisional Berpotensi Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat</li> <li>• Produk Yang Dijual Lebih Berfariasi</li> </ul>	etheses.iain ponogoro.ac.id
8.	Riky S, (2022), Analisis Potensi Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Tompaso	Meneliti Potensi Pasar Tradisional, dan Persamaan Variabel Lokasi	Penelitian Ini Menggunakan Metode Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasar Tradisional Berpotensi Meningkatkan Perekonomian Masyarakat dan Pedagang</li> <li>• Harga Yang Terjangkau Serta Kualitas Produk Yang Baik Memmbuat Pengunjung Minat Berkunjung Kembali</li> </ul>	Jurnal Equilibrium , volume 3, nomor 1, tahun 2022, e-ISSN 2774-9665
9.	Zahrul, B (2014) Penataan Kawasan Pasar Tradisional Kenanga Anggrek	Persamaan Variabel Lokasi Dan Lingkungan	Penelitian Ini Menggunakan Metode Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keberadaan Pasar Yang Strategis, dan Sangat Dibutuhkan Oleh Penduduk Sekitar</li> </ul>	Jurnal Mosaik, Volume 2, Nomor 2, Tahun 2014, e-ISSN: 2746-5896
10.	Nurani, S (2019) Revitalisasi Pasar Tradisional Cuplik Sukoharjo	Pasar Tradisional, Lokasi, Lingkungan	Potensi, Peluang Usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Pasar Yang Mudah Dijangkau Sehingga Berpotensi Minat Berkunjung Kembali Ke Pasar Tradisional</li> </ul>	Jurnal Grid, Volume 1, Nomor 2, Tahun 2019, e-ISSN: 2685-0400

No	Penulis, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
11.	Rina (2018) Analisis Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Usaha Yang Dinamis Di Kota Bandung	Lokasi, Lingkungan	Potensi, Peluang Usaha, Kesejahteraan Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasar Tradisional Dapat Berkembang Berdampingan Dengan Pasar Modern (<i>Co-Exist</i>)</li> </ul>	Jurnal Sosiohumaniora, Volume 10, Nomor 2, Tahun 2018
12	Yosi Suryani (2015) Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional	Potensi, Lokasi	Lingkungan , Peluang Usaha, Kesejahteraan Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Berperan Penting Dalam Pertumbuhan Ekonomi Suatu Daerah, Demikian Dengan Lokasi Pasar Yang Strategis Dapat Dijadikan Sebagai Pusat Pembelanjaan Bagi Masyarakat</li> </ul>	Jurnal Ekonomi Snema, Volume 1, Nomor 2, Tahun 2015
13	Alfi Syukria (2023) Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat	Potensi, Lingkungan ,Kesejahteraan Masyarakat, Peluang Usaha	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi Pasar Yang Dapat Mendorong Perekonomian Masyarakat</li> <li>• Dapat Membuka Peluang Usaha Baru Masyarakat</li> </ul>	Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2023, e-ISSN: 2714-8491

No	Penulis, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
14	Patrisia (2023) Potensi Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Pendapatan Pedagang Dan Masyarakat (Studi Kasus Pasar Noemuti)	Potensi Lingkungan Peluangusaha Kesejahteraan Masyarakat	Harga Lokasi Komunikasi Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi Pasar Noemuti Dapat Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat</li> <li>• Faktor Pendukung Dalam Meningkatkan Potensi Pasar Noemuti Terdapat Pada Lingkungan Yang Bersih</li> </ul>	<i>Journal Of Management Small And Medium Enterprises</i> , Volume 16, Nomor 2, Tahun 2023, Doi: 10.35508/Jo m.V16i2. 11323
15	Sambuaga (2022) Analisis Potensi Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Kecamatan Tompaso	Potensi Lokasi Kesejahteraan Masyarakat	Harga Kualitas Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasar Tradisional Tompaso Berpotensi Meningkatkan Perekonomian Masyarakat</li> <li>• Perekonomian Masyarakat Meningkat Karena Lokasi Pasar Tradisional Tompaso Yang Strategis</li> </ul>	Jurnal Equilibrium , Volume 3, Nomor 1, Tahun 2022, e-ISSN: 2774-9665

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini memuat penjelasan hubungan antara variabel terkait dan variabel bebas.

### 2.2.1 Hubungan Lokasi dengan Potensi Pasar Tradisional

Lokasi sangat memegang peranan penting dalam percepatan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, dengan demikian juga lokasi pasar yang strategis dapat dijadikan sebagai pusat pembelanjaan bagi masyarakat.

Salah satu teori lokasi yang ada adalah teori lokasi yang dikembangkan oleh Losch (1954) serta pencetus teori lokasi *market area* menerbitkan karya tulisnya dalam sebuah buku *Economic of Location* mendasarkan analisis pemilihan lokasi pasar membutuhkan lahan dan lokasi yang strategis, mengingat aktivitas yang terjadi di pasar merupakan fasilitas yang vital dalam ekonomi masyarakat dan pentingnya peran pasar sebagai salah satu komponen pelayanan kota, daerah dan wilayah yang mengakibatkan kaitan dan pengaruh dari masing-masing unsur penunjang kegiatan perekonomian kota. Menurut (Sjarfizar 2008) dengan letak yang strategis akan lebih terjamin proses transaksi jual-belinya daripada pasar yang letaknya kurang strategis. Teori *market area* ini adalah:

1. Konsumen tersebar secara relatif merata antar tempat.
2. Produk homogen.
3. Ongkos angkut per satuan jarak (ton/km).
4. Konsumen bersifat rasional, yaitu melakukan pembelian pada lokasi pasar yang dekat dengan tempat tinggal.



Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Pasal 7, menyangkup pada pemilihan lokasi pasar tradisional.

Dalam penelitian Suryani (2015) menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap potensi pasar tradisional. Hasil penelitian Afrianita (2022) menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap potensi pasar tradisional untuk menjadi pusat pelayanan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhannya. Hasil penelitian Ria (2022) menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap potensi pasar tradisional dalam keputusan konsumen untuk memiliki minat berkunjung kembali dalam pemenuhan kebutuhannya.

### **2.2.2 Hubungan Lingkungan Dengan Potensi Pasar Tradisional**

Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan yang dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat, lingkungan yang sehat dapat merangsang penduduk untuk datang kembali. Pendekatan Pasar Sehat merupakan suatu upaya yang bersifat integratif dan sinergi dengan berbagai upaya lainnya yang mampu menjamin kondisi pasar yang bersih, aman, nyaman dan sehat sehingga seluruh aktivitas di dalam pasar dapat berjalan sesuai dengan tujuan dan peruntukannya. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Pasar Sehat, menyangkup pada standar baku mutu kesehatan lingkungan, persyaratan kesehatan, dan kesehatan lingkungan di Pasar Rakyat.

Dalam penelitian Sulisty (2010) kondisi lingkungan pasar sehat berpengaruh terhadap potensi pasar tradisional sehingga memiliki daya saing dengan pasar modern. Dalam penelitian Wijayati (2013) menyimpulkan bahwa lingkungan yang bersih dan tidak kumuh serta becek dapat meningkatkan transaksi jual beli di dalam pasar. Dalam penelitian Sawitri (2017) menyimpulkan kebersihan lingkungan pasar dapat mempengaruhi potensi pasar tradisional. Dalam penelitian Arrazy (2020) menyimpulkan bahwa lingkungan pasar dalam higiene sanitasi pasar berpengaruh terhadap potensi pasar tradisional yang dapat memberikan kenyamanan dalam aktifitas jual beli. Dalam penelitian Dyah (2020) kondisi kebersihan lingkungan pasar tradisional berpengaruh terhadap potensi pasar tradisional, kondisi lingkungan pasar yang kotor dapat menyebabkan paparan penyakit *Leptospirosis*.

### **2.2.3 Hubungan Peluang Usaha dengan Potensi Pasar Tradisional**

Peluang usaha menjadi potensi ekonomi suatu daerah wilayah pedesaan maupun perkotaan. Melalui peluang usaha lapangan pekerjaan yang ada dan peluang usaha dari berbagai ide dan keadaan lapangan yang ada. Penciptaan lapangan usaha bagi masyarakat salah satunya adalah pasar, faktor yang perlu dianalisis oleh setiap calon pedagang adalah kemampuannya untuk mengetahui peluang atau potensi pasar. peluang usaha adalah kombinasi dari pemikiran dan aksi untuk mengembangkan ide berdasarkan iklim pasar dari daerah/lingkungan konsumen. (Bygrave dan Zacharakis 2011).

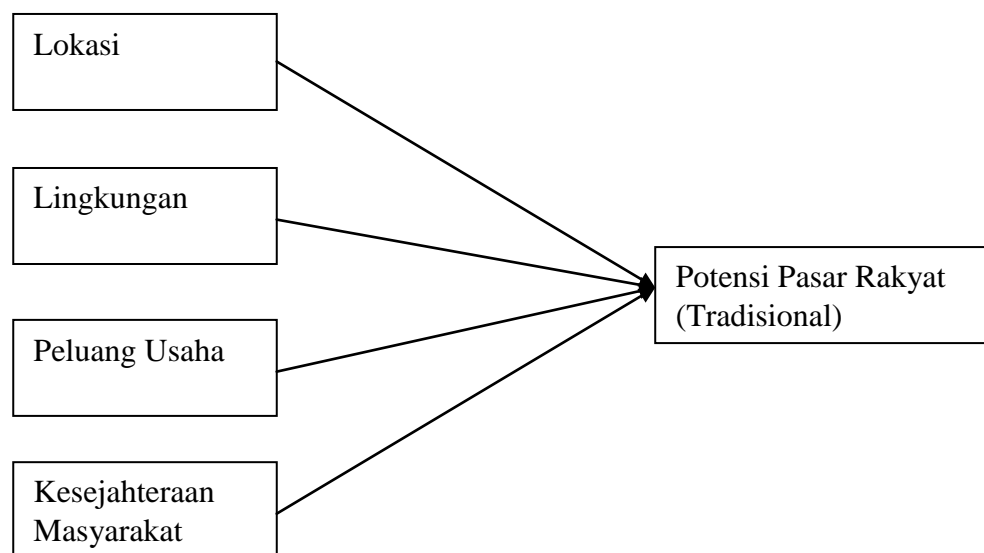
Menurut Mariotti (2013:147) peluang usaha adalah bentuk dari ide bisnis yang potensial bagi para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Dalam penelitian Susanto (2018) menyimpulkan bahwa pasar tradisional memiliki potensi untuk membuka peluang usaha masyarakat yang tinggi. Dalam penelitian Mustafa (2017) menyimpulkan bahwa potensi pasar tradisional dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat untuk dapat bekerja di pasar. Dalam penelitian Prastyaningtyas (2019) menyimpulkan bahwa pasar tradisional memiliki pengaruh positif terhadap perekonomian masyarakat lokal dengan terbukanya peluang usaha masyarakat.

#### **2.2.4 Hubungan Kesejahteraan Masyarakat Dengan Potensi Pasar Tradisional**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, dalam pasal 1 ayat 36 berbunyi “barang kebutuhan pokok adalah barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak dengan skala pemenuhan kebutuhan yang tinggi serta menjadi faktor pendukung kesejahteraan masyarakat”. Maka dari itu barang kebutuhan Pokok merupakan barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak dengan skala pemenuhan kebutuhan yang tinggi serta menjadi faktor kesejahteraan masyarakat. Dalam penelitian Wahdania (2020) potensi pasar tradisional dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Dalam penelitian Pasarela (2021) menyimpulkan bahwa keberadaan pasar tradisional berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar pasar yang dapat terbentuknya kesejahteraan masyarakat.

Dalam penelitian Sudarmi (2022) menyimpulkan bahwa potensi pasar tradisional dapat mendorong kemandirian ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Dalam penelitian Dima (2023) menyimpulkan bahwa potensi pasar tradisional dapat meningkatkan ekonomi masyarakat dan kesejahteraan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan hidup. Dalam penelitian Triyana (2023) pasar tradisional berpotensi memegang peran penting dalam meningkatkan pembangunan ekonomi dalam pasar yang dapat mensejahterakan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan pangan.

Berdasarkan sumber pustaka yang ada dan kajian, maka penulis dalam penelitian ini diilustrasikan kerangka pemikiran di dalam gambar 2.1



Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

### 2.3 Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan juga sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian yang belum terjawab secara empirik. Hipotesis penelitian menurut Sugiyono (2009:96), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Suatu hipotesis harus dapat diuji berdasarkan data empiris, yakni berdasarkan apa yang pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan indentifikasi masalah dan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis atau dugaan sementara dalam penelitian ini penulisan merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga secara parsial lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berpegaruh terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.
2. Diduga secara bersama-sama lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dan sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban yang akan dibuktikan secara subjektif. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya. Penelitian ini akan dilakukan dengan mengambil data secara langsung ke lapangan yaitu di Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen

1. Variabel dependen pada penelitian ini adalah potensi pasar tradisional
2. Variabel independen pada penelitian ini adalah lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu apabila datanya sudah terkumpul maka akan diklasifikasikan dalam dua data, yaitu data kuantitatif yang dinyatakan oleh angka dan data kualitatif yang dinyatakan dengan kata-kata. Metode deskriptif adalah pengumpulan informasi mengenai suatu gejala yang ada yaitu keadaan menurut apa adanya pada saat penelitian dilaksanakan.

Menurut Sugiyono (2013) metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada fenomena, gejala, realitas itu dapat diklasifikasikan, teramati, konkrit, teratur, dan ada hubungan gejala sebab akibat yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, sampel pada umumnya dilakukan secara random yaitu pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Data penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang diperoleh secara langsung dari sumber penelitian, yakni berupa penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

### **3.2.1 Operasionalisasi Variabel**

Menurut Sugiyono (2013) variabel penelitian adalah segala sesuatu berbentuk apa saja yang ditentukan peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan judul penelitian ini yaitu “Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya” maka dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel yaitu:

#### **1. Variabel bebas (*independent variable*)**

Menurut Sugiyono (2013) “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat, Y)”.

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen adalah lokasi ( $X_1$ ), lingkungan ( $X_2$ ), peluang usaha ( $X_3$ ), dan kesejahteraan masyarakat ( $X_4$ ).

## 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2013) “variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah potensi pasar tradisional (Y).

Berikut adalah penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini, disajikan dalam tabel 3.1

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

No (1)	Variabel (2)	Definisi (3)	Dimensi (4)	Indikator (5)	Skala (6)
1	Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya (Y)	Adalah suatu keadaan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya yang baru diresmikan pada tanggal 15 agustus 2022	Kualitas keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya	1. Merangsang ekonomi masyarakat 2. Meningkatkan aktifitas jual-beli 3. Meningkatkan produk-produk lokal 4. Menjadi pusat pembelanjaan 5. Minat berkunjung kembali 6. Adanya Pungli 7. Kejahatan Dalam Pasar 8. Kualitas Produk dan Pelayanan	Ordinal



No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
2	Lokasi ( $X_1$ )	Lokasi merupakan tempat Pasar Rakyat Cibeureum yang dapat mempengaruhi konsumen datang berbelanja	Lokasi yang strategis	1. Mudah Dijangkau 2. Aksesibilitas arus kendaraan disekitar pasar relatif lancar 3. Tempat yang cukup 4. Mudah di eksplor 5. Visibilitas kemudahan untuk dilihat	Ordinal
3	Lingkungan ( $X_2$ )	Lingkungan pasar Cibeureum yang sehat dan telah menerapkan pasar sehat	Kualitas suhu udara dan fasilitas, serta aman dalam berbelanja	1. Sirkulasi dan suhu udara baik 2. Kebersihan terjaga 3. Kenyamanan dan keamanan saat berbelanja 4. Ketersediaan fasilitas umum 5. Kesopanan antara produsen dan konsumen	Ordinal
4	Peluang Usaha ( $X_3$ )	Peluang usaha adalah kesempatan yang dapat memanfaatkan sekitar pasar untuk melakukan atau mengembangkan usahanya	Terjadinya <i>multiefect</i>	1. Kondisi pasar 2. Target konsumen 3. Memiliki ide kreatif 4. Keinginan membuka usaha disekitar pasar 5. Meningkatkan produk lokal	Ordinal
5	Kesejahteraan Masyarakat ( $X_4$ )	Kesejahteraan masyarakat sekitar pasar serta masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya yang dapat dengan mudah dalam pemenuhan kebutuhan pokok	Kesesuaian dalam pemenuhan kebutuhan pokok	1. Harga relatif terjangkau 2. Produk yang dijual bervariasi 3. Kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan pokok 4. Terjadinya <i>multiefect</i> 5. Mendorong ekonomi masyarakat	Ordinal

### 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner atau angket

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab

2. Studi pustaka

Penelitian dilaksanakan dengan cara studi pustaka (data sekunder), dan data primer. Studi kepustakaan (data sekunder), yaitu dengan mempelajari, memahami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada untuk mengetahui apa yang sudah ada dan belum ada dalam bentuk jurnal-jurnal atau karya tulis ilmiah lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian

3. Studi dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara mencari informasi yang di dokumentasikan oleh Dinas UMKM Kota Tasikmalaya, terkait pasar tradisional yang akan diteliti.

Secara garis besar jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan serta langsung dari sumber penelitian tidak melalui perantara. Dengan menyebarkan angket atau kuesioner langsung kepada masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

### **3.2.2.1 Jenis Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber asli (tidak melalui perantara) berdasarkan penelitian langsung di lapangan. Dalam penelitian ini data diperoleh dari hasil penyebaran angket atau kuesioner kepada masyarakat kepala keluarga Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

### **3.2.2.2 Populasi Sasaran**

Menurut Sugiyono (2013) “Populasi adalah wilayah *generalisasi* yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan nya.” Populasi pada penelitian ini adalah kepada masyarakat kepala keluarga sekitar Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya, data hasil dari kantor Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya 2023 jumlah penduduk Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya berjumlah 69.379 jiwa orang, dan 23.106 Kepala Keluarga.

### **3.2.2.3 Sampel**

Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili), dalam penelitian ini penulis akan mengambil sampel dari jumlah populasi penduduk Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

### 3.2.2.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2013) merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2013) merupakan pemilihan sampel atas spontanitas siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak sebanyak 69.379 jiwa orang, dengan jumlah 23.106 kepala keluarga dalam ruang lingkup wilayah Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya. Berdasarkan uraian data yang ada untuk mengetahui besarnya jumlah sampel yang diambil penulis memakai rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel (jumlah anggota sampel)

N : Ukuran Populasi (jumlah anggota populasi)

$e^2$  : Nilai kritis ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diujikan, untuk penelitian ini digunakan 10%. (*error term*/tingkat kesalahan)

Berikut merupakan perhitungan sampel jumlah Kepala Keluarga penduduk Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{23.106}{1 + 23.106 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{23.106}{1 + 23.106 (0,01)}$$

$$n = \frac{23.106}{1 + 231,06}$$

$$n = \frac{23.106}{232,06}$$

$$n = 99,560 \approx 100$$

Metode Slovin di atas menghasilkan jumlah minimal 99,569 kepala keluarga lalu dibulatkan menjadi 100 kepala keluarga masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya yang akan menjadi sampel dan dipilih secara random.

### 3.2.2.5 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.:

1. Metode studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang mempelajari membaca dan mengumpulkan dokumen untuk bahan analisis yang digunakan untuk memperoleh data jumlah masyarakat Cibeureum yang menjadi populasi dalam penelitian ini, pengumpulan data dengan cara mencari informasi yang di dokumentasikan oleh Dinas UMKM Kota Tasikmalaya.

2. Penulis melakukan studi kepustakaan guna mendapatkan pemahaman mengenai teori-teori yang berkaitan dengan objek penelitian, yaitu dengan mempelajari, memahami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada untuk mengetahui apa yang sudah ada dan belum ada dalam bentuk jurnal-jurnal atau karya tulis ilmiah lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.
3. Penulis melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya. Teknik ini dianggap efisien untuk mengetahui dan mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Metode kuesioner adalah memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yaitu masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan jawaban tertutup dan terbuka. Dalam pertanyaan tertutup responden hanya bisa memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapatnya terhadap permasalahan yang diteliti. Adapun skala pengukuran dalam pengolahan data hasil kuesioner, penulis menggunakan Pengukuran dari penelitian ini menggunakan skala likert dengan skala 1-5 yang digunakan untuk mengukur respon dari responden, yaitu skala 1 (sangat tidak setuju); 2 (tidak setuju); 3 (netral); 4 (setuju); 5 (sangat setuju). Dalam pertanyaan terbuka responden dapat memberikan masukan berupa saran untuk mengembangkan potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

### 3.3 Model Penelitian

Model penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah model regresi linier berganda. Uji regresi linier ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Adapun rumusnya yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e \quad \dots\dots\dots(3.2)$$

Keterangan:

Y : variabel terikat atau dependen

X : variable bebas atau independen

$\alpha$  : Konstanta

$\beta$  : Koefisien regresi masing-masing variabel

e : *error term*

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka peneliti menguraikanya dalam bentuk model penelitiannya adalah model regresi linier berganda. Uji regresi linier ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel yang dibawakan terdiri dari variabel independen adalah lokasi ( $X_1$ ), lingkungan ( $X_2$ ), peluang usaha ( $X_3$ ), dan kesejahteraan masyarakat ( $X_4$ ). Variabel dependen yaitu potensi pasar tradisional Cibeureum Kota Tasikmalaya (Y).

Adapun model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan:

Y = Potensi pasar tradisional

X<sub>1</sub> = Lokasi

X<sub>2</sub> = Lingkungan

X<sub>3</sub> = Peluang usaha

X<sub>4</sub> = Kesejahteraan masyarakat

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi masing-masing variabel

e = *Error term*

### 3.3.1 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif memungkinkan konsep yang sedang dikaji dapat dipahami dan dihayati secara mendalam dan empiris. Berdasarkan pendekatan tersebut, maka metode dalam analisis angka yang berperan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Metode ini memproses data angka yang telah diperoleh dan kemudian ditransformasi dalam bentuk kalimat, kata-kata maupun skema konsep. Setelah itu, hasilnya akan memberikan deskripsi yang menjelaskan gambaran realistis dalam analisis kajian ini.



### 3.3.2 Rancangan Analisis Data

Rancangan analisis data adalah bagian integral dari proses penelitian yang dituangkan baik dalam bentuk tulisan atau angka. Rancangan ini telah terformat sebelum kegiatan pengumpulan data dan pada saat merumuskan hipotesis. Artinya, rancangan analisis data hasil penelitian telah dipersiapkan mulai dari penentuan jenis data yang akan dikumpulkan, sumber data yang ditemui, dan rumusan hipotesis yang akan diuji.

#### 3.3.2.1 Pengukuran Instrumen Penelitian (*Skala Likert*)

Menurut Sugiyono (2013) instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam mengukur penelitian. Dapat juga digunakan sebagai alat ukur fenomena alam atau sosial yang akan diamati yaitu berupa variabel penelitian.

Skala yang digunakan untuk mengukur instrumen penelitian ini yaitu menggunakan *skala likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai fenomena sosial yang akan diteliti. Berikut ini adalah tabel *skala likert* yang akan digunakan dalam menghitung jawaban dari pertanyaan kuesioner pada tabel 3.2 yaitu:

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

Jawaban Pertanyaan		Nilai
Sangat setuju	(SS)	5
Setuju	(S)	4
Kurang setuju	(KS)	3
Tidak setuju	(TS)	2
Sangat tidak setuju	(STS)	1

### 3.3.2.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menjelaskan hubungan dan tingkat pengaruh antar variabel yang sedang diteliti, maka perlu dihitung jawaban dari setiap responden dan rata-ratanya yang kemudian disajikan dalam bentuk berupa tabel. Maka dari itu sebelum disajikan dalam tabel, kategori skala yang dibutuhkan untuk membuat garis kontinum. Jika nilai rata-rata dari setiap jawaban telah diketahui, perlu dihitung dahulu nilai jenjang interval (NJI) yang bertujuan untuk mengukur klasifikasi penilaian dari variabel yang diamati.

### 3.3.2.3 Nilai Jenjang Interval (NJI)

Berdasarkan instrumen penelitian ini yang menggunakan skala likert serta analisis deskriptif, maka diperlukan perhitungan statistik dengan tujuan untuk mengetahui tingkatan dari masing-masing variabel, kemudian akan disajikan dalam bentuk tabel untuk melihat nilai dari setiap indikator variabel. Sebelum disajikan dalam tabel, kategori skala yang dibutuhkan untuk membuat garis kontinum. Jika nilai rata-rata dari setiap jawaban telah diketahui, perlu dihitung dahulu nilai jenjang interval (NJI) yang bertujuan untuk mengukur klasifikasi penilaian dari variabel yang diamati, sebagaimana rumus berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}} \dots\dots\dots(3.4)$$

Nilai tertinggi setiap indikator variabel:  $5 \times 5 \times 100 = 2500$

Nilai terendah setiap indikator variabel:  $1 \times 5 \times 100 = 500$

$$\begin{array}{rcl} \text{Nilai Tertinggi} & = 5 \times 5 \times 100 & = 2500 \\ \text{Nilai Terendah} & = 1 \times 5 \times 100 & = 500 \\ \hline \text{Jumlah} & & = 2000 \end{array}$$

Setelah diketahui hasil dari nilai tertinggi dan terendah, maka masukan ke dalam formula NJI sebagai berikut:

$$NJI = \frac{2000}{5} = 400$$

Jadi nilai NJI nya adalah sebesar 400. Berikut adalah tabel kategori skala yang digunakan berdasarkan perhitungan NJI diatas pada tabel 3.3 yaitu:

**Tabel 3. 3 Kategori skala dalam klasifikasi setiap indikator variabel X dan Y**

Skala			Kategori
500	–	899	Sangat tidak baik
900	–	1299	Tidak baik
1300	–	1699	Kurang baik
1700	–	2099	Baik
2100	–	2500	Sangat baik

#### 3.3.2.4 Alat Analisis Penelitian

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda karena terdapat lebih dari satu variabel bebas. Teknik ini menggunakan Software SPSS *for* Windows 7 untuk menguji pengaruh antara variabel bebas (X) lokasi ( $X_1$ ), lingkungan ( $X_2$ ), peluang usaha ( $X_3$ ), dan kesejahteraan masyarakat ( $X_4$ ) dengan variabel terikat (Y) potensi pasar tradisional.

#### 3.4 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:244) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil kuisioner catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori dan memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

### 3.4.1 Uji Instrumen Penelitian

Setelah semua data telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji realibitas terhadap kuesioner yang telah disebarkan kepada responden.

#### 3.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk diketahui kelayakan dan kehandalan instrumen penelitian. Indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan  $nilai\ sig < 0,05$ . Hal ini berarti seluruh indikator dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2013) instrumen yang valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan mencari nilai validitas dari sebuah item pertanyaan. Data dikatakan valid apabila nilai korelasi hitung data tersebut melebihi nilai korelasi tabelnya, yaitu jika  $r_{hitung} > r_{kritis}$  (0,30), maka butir pertanyaan atau variabel tersebut valid. Prosedur uji validitas yaitu dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ( $df = n-2$ ) dengan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ , maka kriteria pengujian :

- Jika,  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut valid
- Jika,  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut tidak valid

### 3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*).

Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. reliabilitas dapat disebut juga sebagai keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kesetabilan, dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep dasar reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauh mana nilai skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*measurement error*).

Menurut Bahri dan Zamzam (2014) pada uji reliabilitas, dikatakan memiliki kehandalan bila instrumen penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reabilitas adalah sebagai berikut :

- Jika *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka pernyataan reliable
- Jika *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka pernyataan tidak reliabel.

### 3.4.2 *Method of Successive Interval* (MSI)

Pengambilan data dalam penelitian ini melalui kuesioner atau angket yang berskala ordinal. Maka skala ini harus diubah menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*.

Menurut Nazir (2003:338) skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja, maka dari itu variabel yang berskala ordinal harus terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval menggunakan metode *successive interval*. Sugiyono (2018:25) Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk mengubah data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perhatikan (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon).
2. Setiap bilangan pada frekuensi dibagi oleh n (masyarakat) sehingga diperoleh proporsi.
3. Jumlah P (proporsi) secara berurutan dari setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif.
4. Proporsi kumulatif (PK) dianggap distribusi normal baku dengan menggunakan tabel distribusi normal baku, hitung nilai z berdasarkan proporsi kumulatif pada setiap alternative jawaban.
5. Gunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh
6. Hitung  $SV = \frac{\text{density of limit} - \text{density of upper limit}}{\text{area under upper limit} - \text{area under lower limit}} \dots \dots \dots (3.5)$

### 3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, dengan mengasumsikan adanya hubungan garis lurus atau linear antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

### 3.4.4 Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linier berganda. Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut *BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)* dilakukan pengujian sebagai berikut:

#### 3.4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, variabel dependen, dan keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dua cara, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas Jurque Bera (JB)  $< 0,05$  maka residualnya berdistribusi tidak normal.
2. Jika nilai probabilitas Jurque Bera (JB)  $> 0,05$  maka residualnya berdistribusi normal.

### 3.4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada kolerasi atau hubungan antar variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas mengindikasikan bahwa terdapat hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau hampir seluruh variabel bebas dalam model.

Hal ini mengakibatkan koefisien regresi tidak terhingga, hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu:

1. Jika *variance inflation factor* (VIF)  $> 10$ , maka terdapat persoalan multikolinearitas diantaranya variabel bebas.
2. Jika *variance inflation factor* (VIF)  $< 10$ , maka tidak terdapat persoalan multikolinearitas diantaranya variabel bebas.

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat koreasi atau hubungan antar variabel bebas. Adapun model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Berikut untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara :

1. Nilai *adjusted*  $R^2$  yang dihasilkan tinggi (lebih dari 95%) dan secara individu variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
2. Adanya perubahan model regresi setelah ditambahkan atau dikurangnya variabel bebas.



3. Adanya tanda positif atau negatif pada koefisien model regresi yang berlawanan dengan teori.
4. Nilai *standard error* dalam koefisien regresi menjadi lebih besar dari yang sebenarnya.

#### 3.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah, apabila dalam regresi terdapat homokedastisitas, yaitu apabila varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Sebaliknya apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antar variabel salah satu pengujiannya menggunakan metode uji *Prob.Chi-Square* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika *Prob.Chi-Square*  $< 0,05$  signifikansi tertentu artinya terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika *Prob.Chi-Square*  $> 0,05$  signifikansi tertentu artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 3.4.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan (hipotesis) dari pernyataan asumsi yang telah dibuat. Uji hipotesis terdiri dari uji simultan (uji F-hitung), uji parsial (uji t), dan koefisien determinasi.

### 3.4.5.1 Uji t

Uji t digunakan untuk signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai probabilitasnya kurang dari  $\alpha = 5\%$  maka hipotesis diterima.

Artinya variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, sebaliknya apabila nilai probabilitasnya lebih dari  $\alpha = 5\%$ , maka tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hipotesis dalam uji t ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis :

- a.  $H_0 : \beta_i \leq 0$  dimana  $i = 1$  sampai dengan 4, artinya variabel bebas lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat pada potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.
- b.  $H_1 : \beta_i > 0$  dimana  $i = 1$  sampai dengan 4, artinya variabel bebas lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh positif terhadap variabel terikat pada potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan derajat keyakinan 95% (*probability* < 0,05), maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan variabel bebas lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh positif terhadap variabel terikat pada potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan derajat keyakinan 95% (*probability* > 0,05), maka  $H_0$  tidak di tolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan variabel bebas lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh positif terhadap variabel terikat pada potesi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

### 3.4.5.2 Uji F

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahuinya hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai *probabilitas* signifikansinya. Jika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari 5% maka variabel independen akan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis dalam uji F ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Hipotesis

- a.  $H_0 : \beta = 0$  Secara bersama-sama variabel bebas lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat tidak berpengaruh terhadap variabel terikat pada potesi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.
- b.  $H_a : \beta > 0$  Secara bersama-sama variabel bebas lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh terhadap variabel terikat pada potesi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  tidak ditolak jika nilai  $F_{\text{statistik}} < F_{\text{tabel}}$ , artinya semua variabel bebas lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu pada potesi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.
- b.  $H_0$  ditolak jika nilai  $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$ , artinya semua variabel bebas yaitu lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu pada potesi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

#### **3.4.5.3 Koefisien Determinasi $R^2$ (*Adjusted R<sup>2</sup>*)**

Menurut Ghazali (2016) koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai *adjusted R<sup>2</sup>*, nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, Sebaliknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel – variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Dengan demikian kriteria keputusan *adjusted R<sup>2</sup>* adalah sebagai berikut:

1. Apabila *adjusted R<sup>2</sup>* = 0, artinya variasi dari variabel terikat tidak dapat diterangkan oleh variabel bebas, atau tidak ada keterkaitan.
2. Apabila *adjusted R<sup>2</sup>* = 1, artinya variasi dari variabel terikat dapat diterangkan 100 % oleh variabel bebas. Atau terdapat keterkaitan. Dengan demikian model regresi akan ditentukan oleh *adjusted R<sup>2</sup>* yang nilainya antara nol dan satu.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden. Objek yang dijadikan responden adalah 100 Kepala Keluarga masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya. Terdiri dari 28 pernyataan, variabel (Y) sebanyak 8 pernyataan, dan masing-masing variabel (X) sebanyak 5 pernyataan. Data dalam penelitian ini adalah data primer, karena sumber data yang dihasilkan berasal dari pernyataan serta pertanyaan yang diajukan langsung kepada responden.

##### 4.1.1 Analisis Deskriptif

##### 4.1.1.1 Analisis Deskriptif Responden

Berdasarkan deskriptif responden terbagi menjadi 4 kategori, di antaranya sebagai berikut:

#### 1. Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	59	59%
2	Perempuan	41	41%
	<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini berjenis kelamin Laki-laki 59 orang dan Perempuan 41 orang. Seluruh total responden 100 orang masyarakat kepala keluarga Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

## 2. Analisis Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4. 2 Usia Responden**

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	20-30	21	21%
2	31-40	22	22%
3	41-50	20	20%
4	51-60	34	34%
5	> 60	3	3%
	Total	100	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa usia responden dalam penelitian ini yang mengisi kuesioner mulai dari minimal usia 20 tahun sampai dengan diatas usia 60 tahun. Seluruh total responden 100 orang masyarakat kepala keluarga Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

## 3. Analisis Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	ASN	6	6%
2	Buruh	10	10%
3	Karyawan	20	20%
4	IRT	29	29%
5	Pensiunan	1	1%
6	Guru	3	3%
7	Wirausaha	31	31%
	<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa pekerjaan responden dalam penelitian ini yang mengisi kuesioner mulai dari pegawai ASN, buruh, karyawan, irt, pegawai pensiunan, guru, dan wirausaha. Dalam penelitian ini paling banyak bekerja sebagai wirausaha sebanyak 31 orang, seluruh total responden sebanyak 100 orang.

#### 4. Analisis Responden Berdasarkan Pernah/Tidak Berkunjung ke Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya

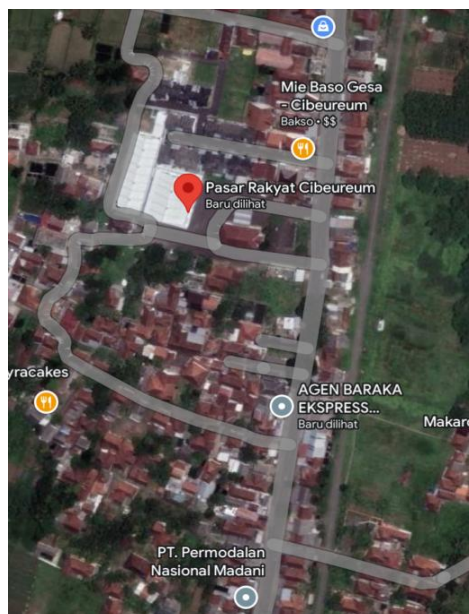
**Tabel 4. 4 Pernah Atau Tidak Berkunjung Ke Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

No	Pernah/Tidak	Jumlah Responden	Persentase
1	Pernah	100	100%
2	Tidak	0	0
<b>Total</b>		100	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa secara keseluruhan responden dalam penelitian ini pernah berkunjung atau pun berbelanja ke Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

#### 5. Lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya



Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

**Gambar 4. 1 Lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**



Berdasarkan pada gambar 4. 1 hasil analisa pengambilan melalui *software* Google Maps lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya berada dekat dengan permukiman penduduk Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya. Penulis telah mewawancarai petugas UPTD II pengelola Pasar Rakyat Cibeureum (Redi, 2023) menyatakan bahwa lokasi Pasar Rakyat Cibeureum, berada di Kecamatan Cibeureum, Desa Margabakti, Kota Tasikmalaya. Pasar Rakyat Cibeureum yang berada di tepi jalan Provinsi Tasikmalaya-Banjar via Manonjaya memiliki halaman parkir yang cukup luas, terdiri dari satu lantai dan terdapat 78 kios serta 128 los, dengan luas bangunan  $\pm 900 \text{ m}^2$ . Selain itu, pasar tersebut juga dilengkapi dengan empat kamar mandi, satu ruang laktasi, satu *cool storage*, satu tempat pembuangan sampah sementara, ruang pengelola, ruang metrologi, dan fasilitas antisipasi kebakaran.

#### 4.1.1.2 Pembahasan Variabel (NJI)

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua variabel, yaitu potensi pasar rakyat sebagai variabel dependen (Y) dan variabel independen (X) adalah lokasi ( $X_1$ ), lingkungan ( $X_2$ ), peluang usaha ( $X_3$ ), dan kesejahteraan masyarakat ( $X_4$ ). Indikator-indikator dan pertanyaan serta pernyataan kuesioner dapat dilihat pada (lampiran 1 tentang kuesioner penelitian).

##### 1. Potensi Pasar Tradisional

Pada kuesioner penelitian variabel potensi pasar tradisional, penulis menggunakan skala ordinal dan diukur melalui delapan indikator pernyataan. Maka untuk memperoleh nilai jenjang intervalnya menggunakan rumus :

$$NJII = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}} \dots\dots\dots(4.1)$$

Nilai tertinggi secara keseluruhan :  $100 \times 5 = 500$

Nilai terendah secara keseluruhan :  $100 \times 1 = 100$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

$$NJI = \frac{500 - 100}{5}$$

$$NJI = 80$$

**Tabel 4. 5 Klasifikasi Nilai Indikator Pernyataan Variabel Potensi  
Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

Skor	Keterangan
100 - 179	Sangat Tidak Baik
180 - 259	Tidak Baik
260 - 339	Kurang Baik
340 - 419	Baik
420 - 500	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berikut hasil penelitian dari tanggapan responden mengenai potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya (Y) dapat dilihat dari masing-masing tanggapan setiap butir pernyataan kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 4. 6 Pernyataan Pasar Rakyat Cibeureum Dapat Merangsang Laju  
Ekonomi Masyarakat**

Uraian	Skor	Jumlah Responden	Jumlah Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	35	175	35%
Setuju	4	57	228	57%
Kurang Setuju	3	3	9	3%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>420</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dalam merangsang laju pertumbuhan ekonomi masyarakat menghasilkan skor 420. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya dengan adanya pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya berpotensi merangsang laju pertumbuhan ekonomi masyarakat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 7 Pernyataan Dapat Meningkatkan Aktifitas Jual-beli**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	40	200	40%
Setuju	4	54	216	54%
Kurang Setuju	3	1	3	1%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		100	<b>427</b>	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan aktivitas jual-beli masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya menghasilkan skor 427. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya dengan adanya pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya berpotensi meningkatkan aktivitas jual-beli masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 8 Pernyataan Dapat Meningkatkan Produk-Produk Lokal**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	38	190	38%
Setuju	4	53	212	53%
Kurang Setuju	3	4	12	4%
Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>423</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan produk-produk lokal masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya menghasilkan skor 423. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya dengan adanya pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya berpotensi meningkatkan produk-produk lokal masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 9 Pernyataan Dapat Menjadi Pusat Pembelanjaan**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	40	200	40%
Setuju	4	52	208	52%
Kurang Setuju	3	2	6	2%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	3%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>423</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dalam pusat pembelanjaan masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya menghasilkan skor 423. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya dengan adanya pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya berpotensi sebagai pusat pembelanjaan masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 10 Pernyataan Minat Berkunjung Kembali**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	23	115	23%
Setuju	4	60	240	60%
Kurang Setuju	3	13	39	13%
Tidak Setuju	2	2	4	2%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dalam minat berkunjung kembali menghasilkan skor 400. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya dengan adanya pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya berpotensi minat berkunjung kembali.

**Tabel 4. 11 Pernyataan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya Masih Terdapat Pungli**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	1	5	1%
Setuju	4	17	68	17%
Kurang Setuju	3	59	177	59%
Tidak Setuju	2	13	26	13%
Sangat Tidak Setuju	1	10	10	10%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>286</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dalam praktik pungli menghasilkan skor 286. Skor ini termasuk kategori kurang baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya dengan adanya pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dapat berpotensi terjadinya pemungutan liar. Maka dari itu pengunjung serta pedagang harus lebih berhati-hati, serta pengurus pasar dapat meningkatkan keamanan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 12 Pernyataan Kejahatan Dalam Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	1	5	1%
Setuju	4	45	180	45%
Kurang Setuju	3	39	117	39%
Tidak Setuju	2	11	22	11%
Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>328</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dalam kejahatan pasar menghasilkan skor 328. Skor ini termasuk kategori kurang baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya dengan adanya pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya berpotensi dapat meningkatkan kejahatan dalam Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 13 Pernyataan Kualitas Produk dan Pelayanan**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	57	285	57%
Setuju	4	30	120	30%
Kurang Setuju	3	8	24	8%
Tidak Setuju	2	2	4	2%
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	3%
<b>Jumlah</b>		100	<b>436</b>	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan menghasilkan skor 436. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan dengan adanya pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya berpotensi meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

**Tabel 4. 14 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Potensi  
Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

No	Pernyataan	Skor yang Ditargetkan	Skor yang Dicapai	Kriteria
1	Merangsang Ekonomi Masyarakat	5 x 100 = 500	420	Sangat Baik
2	Meningkatkan Aktivitas Jual-beli	5 x 100 = 500	427	Sangat Baik
3	Meningkatkan Produk-produk Lokal	5 x 100 = 500	423	Sangat Baik
4	Menjadi Pusat Pembelanjaan	5 x 100 = 500	423	Sangat Baik
5	Minat Berkunjung Kembali	5 x 100 = 500	400	Baik
6	Adanya Pungli	5 x 100 = 500	286	Kurang Baik
7	Kejahatan Dalam Pasar	5 x 100 = 500	328	Kurang Baik
8	Kualitas Produk dan Pelayanan	5 x 100 = 500	436	Sangat Baik
<b>Total</b>			<b>3143</b>	

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Nilai tertinggi secara keseluruhan :  $100 \times 5 \times 8 = 4000$

Nilai terendah secara keseluruhan :  $100 \times 1 \times 8 = 800$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

$$NJI = \frac{4000 - 800}{5}$$

$$NJI = 640$$

**Tabel 4. 15 Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Potensi Pasar  
Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

Jenjang Interval	Kategori
800 - 1439	Sangat Tidak Baik
1440 - 2079	Tidak Baik
2080 - 2719	Kurang Baik
2720 - 3359	Baik
3360 - 4000	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)



Dari hasil perhitungan diatas, rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya mendapatkan jumlah skor 3143. Berdasarkan analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dikategorikan baik. Hal ini menunjukan bahwasannya Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya berpotensi pengaruh positif bagi masyarakat Kecamatan Cibeureum dan sekitar Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Ditunjukan dengan hasil pernyataan-pernyataan pada indikator variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

## 2. Lokasi

Pada kuesioner penelitian variabel lokasi, penulis menggunakan skala ordinal dan diukur melalui lima indikator pernyataan. Maka untuk memperoleh nilai jenjang intervalnya menggunakan rumus:

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}} \dots\dots\dots(4.2)$$

Nilai tertinggi secara keseluruhan :  $100 \times 5 = 500$

Nilai terendah secara keseluruhan :  $100 \times 1 = 100$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

$$NJI = \frac{500 - 100}{5}$$

$$NJI = 80$$

**Tabel 4. 16 Klasifikasi Nilai Indikator Pernyataan Variabel Lokasi**

Skor	Keterangan
100 - 179	Sangat Tidak Baik
180 - 259	Tidak Baik
260 - 339	Kurang Baik
340 - 419	Baik
420 - 500	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berikut hasil penelitian dari tanggapan responden mengenai variabel lokasi ( $X_1$ ) dapat dilihat dari masing-masing tanggapan setiap butir pernyataan kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 4. 17 Pernyataan Mudah Dijangkau**

Uraian	Skor	Jumlah Responden	Jumlah Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	32	160	32%
Setuju	4	61	244	61%
Kurang Setuju	3	2	6	2%
Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
<b>Jumlah</b>		100	<b>419</b>	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel lokasi melihat dari mudahnya dijangkau dengan kendaraan roda empat dan roda dua menghasilkan skor 419. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya keberadaan lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya memiliki lahan yang strategis untuk membawa kendaraan roda dua maupun roda empat pada saat melakukan berbelanja di Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 18 Pernyataan Aksesibilitas Arus Kendaraan Pasar**

Uraian	Skor	Jumlah Responden	Jumlah Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	37	185	37%
Setuju	4	53	212	53%
Kurang Setuju	3	6	18	6%
Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
<b>Jumlah</b>		100	<b>423</b>	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel lokasi melihat dari arus kendaraan dengan kendaraan roda empat dan roda dua menghasilkan skor 423. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya arus kendaraan sekitar lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya berada di tepi jalan Tasikmalaya-banjar via manonjaya memiliki lahan yang strategis serta tidak menimbulkan kemacetan di sekitar Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 19 Pernyataan Nyaman Dijadikan Tempat Berbelanja**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	44	220	44%
Setuju	4	41	164	41%
Kurang Setuju	3	11	33	11%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>424</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel lokasi melihat dari kenyamanan pada saat berbelanja menghasilkan skor 424. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya keberadaan lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya memiliki lahan yang strategis sehingga memberikan kenyamanan pada saat berbelanja di Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 20 Pernyataan Luas Lokasi Mudah di *Eksplor***

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	42	210	42%
Setuju	4	45	180	45%
Kurang Setuju	3	8	24	8%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>422</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel lokasi melihat dari mudahnya di *eksplor* menghasilkan skor 422. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa keberadaan lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya memiliki lahan yang strategis.

**Tabel 4. 21 Pernyataan Visabilitas Kemudahan Dilihat**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	43	215	43%
Setuju	4	46	184	46%
Kurang Setuju	3	7	21	7%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>427</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel lokasi melihat dari mudahnya dilihat menghasilkan skor 427. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya keberadaan lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya memiliki ruangan yang strategis serta kemudahan melihat dalam mencari suatu barang.

**Tabel 4. 22 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Lokasi**

No	Pernyataan	Skor yang Ditargetkan	Skor yang Dicapai	Kriteria
1	Mudah Dijangkau dengan kendaraan	5 x 100 = 500	419	Baik
2	Aksesibilitas arus kendaraan lancar	5 x 100 = 500	423	Sangat Baik
3	Luas ruangan nyaman dijadikan berbelanja	5 x 100 = 500	424	Sangat Baik
4	Mudah di <i>eksplor</i>	5 x 100 = 500	422	Sangat Baik
5	Visabilitas untuk di lihat	5 x 100 = 500	427	Sangat Baik
<b>Total</b>			<b>2115</b>	

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Nilai tertinggi secara keseluruhan :  $100 \times 5 \times 5 = 2500$

Nilai terendah secara keseluruhan :  $100 \times 1 \times 5 = 500$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

$$NJI = \frac{2500 - 500}{5}$$

$$NJI = 400$$

**Tabel 4. 23 Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Lokasi**

Jenjang Interval	Kategori
500 - 899	Sangat Tidak Baik
900 - 1299	Tidak Baik
1300 - 1699	Kurang Baik
1700 - 2099	Baik
2100 - 2500	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Dari hasil perhitungan diatas, rekapitulasi responden terhadap variabel lokasi mendapatkan jumlah skor 2115, maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dikategorikan sangat baik. Hal ini menunjukan bahwasannya Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya memiliki lokasi yang strategis dan dapat membawa pengaruh positif bagi masyarakat Kecamatan Cibeureum dan sekitar Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Ditunjukan dengan hasil pernyataan-pernyataan pada indikator variabel lokasi.

### 3. Lingkungan

Pada kuesioner penelitian variabel lingkungan, penulis menggunakan skala ordinal dan diukur melalui lima indikator pernyataan. Maka untuk memperoleh nilai jenjang intervalnya menggunakan rumus:

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}} \dots\dots\dots(4.3)$$

Nilai tertinggi secara keseluruhan :  $100 \times 5 = 500$

Nilai terendah secara keseluruhan :  $100 \times 1 = 100$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

$$NJI = \frac{500 - 100}{5}$$

$$NJI = 80$$

**Tabel 4. 24 Klasifikasi Nilai Indikator Pernyataan Variabel  
Lingkungan**

Skor	Keterangan
100 - 179	Sangat Tidak Baik
180 - 259	Tidak Baik
260 - 339	Kurang Baik
340 - 419	Baik
420 - 500	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berikut hasil penelitian dari tanggapan responden mengenai variabel lingkungan ( $X_2$ ) dapat dilihat dari masing-masing tanggapan setiap butir pernyataan kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 4. 25 Pernyataan Sirkulasi dan Suhu Udara Ruangan**

Uraian	Skor	Jumlah Responden	Jumlah Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	28	140	28%
Setuju	4	58	232	58%
Kurang Setuju	3	9	27	9%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>407</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.25 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel lingkungan melihat dari sirkulasi dan suhu udara ruangan menghasilkan skor 407. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya keberadaan kondisi ruangan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya suhu udaranya stabil.

**Tabel 4. 26 Pernyataan Kebersihan Lingkungan**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	30	150	30%
Setuju	4	60	240	60%
Kurang Setuju	3	4	12	4%
Tidak Setuju	2	5	10	5%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.26 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel lingkungan melihat dari kebersihan lingkungan menghasilkan skor 413. Skor ini termasuk kategori baik sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui keberadaan kebersihan lingkungan dapat berpengaruh pada kenyamanan saat berbeanja di Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 27 Pernyataan Kenyamanan dan Keamanan Lingkungan**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	34	170	34%
Setuju	4	54	216	54%
Kurang Setuju	3	7	21	7%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>415</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.27 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel lingkungan melihat dari kenyamanan dan keamanan lingkungan menghasilkan skor 415. Skor ini termasuk kategori baik menunjukkan sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui kenyamanan dan keamanan lingkungan yang terjaga dapat memberikan rasa aman dan terjaga pada saat berbelanja di lingkungan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 28 Pernyataan Fasilitas Umum Bersih dan Higienis**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	33	165	33%
Setuju	4	52	208	52%
Kurang Setuju	3	9	27	9%
Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>410</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.28 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel lingkungan melihat dari fasilitas umum bersih dan higienis menghasilkan skor 410. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya keberadaan fasilitas umum bersih dan higienis dapat digunakan serta dimanfaatkannya dengan nyaman dan bersih terhindar dari berbagai kuman atau higienis.

**Tabel 4. 29 Pernyataan Kesopanan Lingkungan Pasar**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	34	170	34%
Setuju	4	56	224	56%
Kurang Setuju	3	5	15	5%
Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>418</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)



Berdasarkan tabel 4.29 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel lingkungan melihat dari kesopanan lingkungan menghasilkan skor 418. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya keberadaan lingkungan pasar yang sopan dapat memberikan kenyamanan dalam berbelanja.

**Tabel 4. 30 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Lingkungan**

No	Pernyataan	Skor yang Ditargetkan	Skor yang Dicapai	Kriteria
1	Sirkulasi dan Suhu Udara	5 x 100 = 500	407	Baik
2	Kebersihan	5 x 100 = 500	413	Baik
3	Kenyamanan dan Keamanan	5 x 100 = 500	415	Baik
4	Ketersediaan Fasilitas Umum	5 x 100 = 500	410	Baik
5	Kesopanan Antara Produsen dan Konsumen	5 x 100 = 500	418	Baik
<b>Total</b>			<b>2063</b>	

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Nilai tertinggi secara keseluruhan :  $100 \times 5 \times 5 = 2500$

Nilai terendah secara keseluruhan :  $100 \times 1 \times 5 = 500$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

$$NJI = \frac{2500 - 500}{5}$$

$$NJI = 400$$

**Tabel 4. 31 Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Lingkungan**

Jenjang Interval	Kategori
500 - 899	Sangat Tidak Baik
900 - 1299	Tidak Baik
1300 - 1699	Kurang Baik
1700 - 2099	Baik
2100 - 2500	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Dari hasil perhitungan diatas, rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel lingkungan mendapatkan jumlah skor 2063, berdasarkan analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dikategorikan baik. Hal ini menunjukkan bahwasannya Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya memiliki lingkungan yang menerapkan pasar sehat dalam dunia perekonomian pasar tradisional dan dapat membawa pengaruh positif bagi masyarakat Kecamatan Cibeureum dan sekitar Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Ditunjukan dengan hasil pernyataan-pernyataan pada indikator variabel lingkungan.

#### 4. Peluang Usaha

Pada kuesioner penelitian variabel peluang usaha, penulis menggunakan skala ordinal dan diukur melalui lima indikator pernyataan. Maka untuk memperoleh nilai jenjang intervalnya menggunakan rumus:

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}} \dots\dots\dots(4.4)$$

Nilai tertinggi secara keseluruhan :  $100 \times 5 = 500$

Nilai terendah secara keseluruhan :  $100 \times 1 = 100$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

$$NJI = \frac{500 - 100}{5}$$

$$NJI = 80$$

**Tabel 4. 32 Klasifikasi Nilai Indikator Pernyataan Variabel Peluang Usaha**

Skor	Keterangan
100 - 179	Sangat Tidak Baik
180 - 259	Tidak Baik
260 - 339	Kurang Baik
340 - 419	Baik
420 - 500	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berikut hasil penelitian dari tanggapan responden mengenai variabel peluang usaha ( $X_3$ ) dapat dilihat dari masing-masing tanggapan setiap butir pernyataan kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 4. 33 Pernyataan Kondisi Pasar**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	31	155	31%
Setuju	4	60	240	60%
Kurang Setuju	3	4	12	4%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		100	<b>415</b>	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.33 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel peluang usaha melihat dari kondisi pasar menghasilkan skor 415. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya memiliki kondisi pasar yang dapat membuka peluang usaha baru bagi masyarakat Kecamatan Cibeureum dan sekitar Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 34 Pernyataan Target Konsumen**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	33	165	33%
Setuju	4	60	240	60%
Kurang Setuju	3	2	6	2%
Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
<b>Jumlah</b>		100	<b>420</b>	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.34 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel peluang usaha melihat dari target konsumen menghasilkan skor 420. Skor ini termasuk kategori sangat baik menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya memiliki peluang usaha bagi pelaku *homeindustry* dalam menjual produknya didalam Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 35 Pernyataan Ide Kreatif**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	34	170	34%
Setuju	4	53	212	53%
Kurang Setuju	3	7	21	7%
Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.35 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel peluang usaha melihat dari ide kreatif menghasilkan skor 413. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya membuat masyarakat untuk berinovasi.

**Tabel 4. 36 Pernyataan Membuka Usaha Baru**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	37	185	37%
Setuju	4	54	216	54%
Kurang Setuju	3	3	9	3%
Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>420</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.36 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel peluang usaha melihat dari membuka usaha baru menghasilkan skor 420. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dapat membuka peluang usaha baru di sekita Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 37 Pernyataan Menjual Produk-produk Lokal**

Uraian	Skor	Jumlah Responden	Jumlah Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	35	175	35%
Setuju	4	56	224	56%
Kurang Setuju	3	4	12	4%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>419</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.37 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel peluang usaha melihat dari kondisi pasar menghasilkan skor 419. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dapat menjual produk-produk lokal.

**Tabel 4. 38 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Peluang Usaha**

No	Pernyataan	Skor yang Ditargetkan	Skor yang Dicapai	Kriteria
1	Kondisi Pasar	$5 \times 100 = 500$	415	Baik
2	Target Konsumen	$5 \times 100 = 500$	420	Sangat Baik
3	Ide Kreatif	$5 \times 100 = 500$	413	Baik
4	Membuka Usaha Baru	$5 \times 100 = 500$	420	Sangat Baik
5	Menjual Produk-produk Lokal	$5 \times 100 = 500$	419	Baik
<b>Total</b>			<b>2087</b>	

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Nilai tertinggi secara keseluruhan :  $100 \times 5 \times 5 = 2500$

Nilai terendah secara keseluruhan :  $100 \times 1 \times 5 = 500$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

$$NJI = \frac{2500 - 500}{5}$$

$$NJI = 400$$

**Tabel 4. 39 Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Peluang Usaha**

Jenjang Interval	Kategori
500 - 899	Sangat Tidak Baik
900 - 1299	Tidak Baik
1300 - 1699	Kurang Baik
1700 - 2099	Baik
2100 - 2500	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Dari hasil perhitungan diatas, rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel peluang usaha mendapatkan jumlah skor 2087, berdasarkan analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel peluang usaha Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dikategorikan baik. Hal ini menunjukkan bahwasannya Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya memiliki peluang usaha dan dapat membawa pengaruh positif bagi masyarakat Kecamatan Cibeureum dan sekitar Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Ditunjukkan dengan hasil pernyataan-pernyataan pada indikator variabel peluang usaha.

## 5. Kesejahteraan Masyarakat

Pada kuesioner penelitian variabel kesejahteraan masyarakat, penulis menggunakan skala ordinal dan diukur melalui lima indikator pernyataan. Maka untuk memperoleh nilai jenjang intervalnya menggunakan rumus:

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}} \dots\dots\dots(4.5)$$

Nilai tertinggi secara keseluruhan :  $100 \times 5 = 500$

Nilai terendah secara keseluruhan :  $100 \times 1 = 100$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

$$NJI = \frac{500 - 100}{5}$$

$$NJI = 80$$

**Tabel 4. 40 Klasifikasi Nilai Indikator Pernyataan Variabel  
Kesejahteraan Masyarakat**

Skor	Keterangan
100 - 179	Sangat Tidak Baik
180 - 259	Tidak Baik
260 - 339	Kurang Baik
340 - 419	Baik
420 - 500	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berikut hasil penelitian dari tanggapan responden mengenai variabel kesejahteraan masyarakat ( $X_4$ ) dapat dilihat dari masing-masing tanggapan setiap butir pernyataan kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 4. 41 Pernyataan Harga Relatif Terjangkau**

Uraian	Skor	Jumlah Responden	Jumlah Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	29	145	29%
Setuju	4	52	208	52%
Kurang Setuju	3	14	42	14%
Tidak Setuju	2	5	10	5%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>405</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.41 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel kesejahteraan masyarakat melihat dari harga relatif terjangkau menghasilkan skor 405. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya merasa senang dengan harga yang ditetapkan serta kesepakatan harga ditentukan pada saat terjadinya tawar-menawar.

**Tabel 4. 42 Produk Yang Dijual Bervariasi**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	35	175	35%
Setuju	4	56	224	56%
Kurang Setuju	3	3	9	3%
Tidak Setuju	2	5	10	5%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>419</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.42 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel kesejahteraan masyarakat melihat dari produk yang dijual bervariasi menghasilkan skor 419. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya merasa senang dengan keberagaman produk yang bervariasi dalam memutuskan pembelian.

**Tabel 4. 43 Kemudahan Dalam Pemenuhan Kebutuhan Primer**

<b>Uraian</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	43	215	43%
Setuju	4	45	180	45%
Kurang Setuju	3	7	21	7%
Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>425</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.43 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel kesejahteraan masyarakat melihat dari kemudahan pemenuhan kebutuhan primer menghasilkan skor 425. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya merasa senang dengan mudahnya dalam pemenuhan kebutuhan barang primer.



**Tabel 4. 44 Pernyataan Terjadinya *Multieffect***

Uraian	Skor	Jumlah Responden	Jumlah Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	29	145	29%
Setuju	4	55	220	55%
Kurang Setuju	3	11	33	11%
Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
<b>Jumlah</b>		100	<b>407</b>	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.44 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel kesejahteraan masyarakat melihat dari adanya *Multieffect* menghasilkan skor 407. Skor ini termasuk kategori baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya merasa senang dengan adanya Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya, karena dapat terjadi *Multieffect* yang dapat bermanfaat bagi masyarakat Kecamatan Cibeureum dan sekitar Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Menurut Artanti (2021) *Multiplier effect* (efek berganda) merupakan pengaruh yang meluas yang ditimbulkan oleh suatu kegiatan ekonomi dimana peningkatan pengeluaran Nasional mempengaruhi peningkatan pendapatan dan konsumsi. *Multiplier effect* memiliki pengaruh yang luas, yang ditimbulkan oleh satu kegiatan dan selanjutnya mempengaruhi kegiatan lainnya hingga seterusnya.

**Tabel 4. 45 Pernyataan Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat**

Uraian	Skor	Jumlah Responden	Jumlah Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	44	220	44%
Setuju	4	49	196	49%
Kurang Setuju	3	3	9	3%
Tidak Setuju	2	2	4	2%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
<b>Jumlah</b>		100	<b>431</b>	100%

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.45 diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel kesejahteraan masyarakat melihat dari mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat menghasilkan skor 431. Skor ini termasuk kategori sangat baik yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat pada Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya mengakui bahwasannya merasa senang dengan adanya Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya karena dapat meningkatkan ekonomi masyarakat Cibeureum Kota Tasikmalaya dan sekitar Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

**Tabel 4. 46 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel  
Kesejahteraan Masyarakat**

No	Pernyataan	Skor yang Ditargetkan	Skor yang Dicapai	Kriteria
1	Harga Relatif Terjangkau	5 x 100 = 500	405	Baik
2	Produk Yang Dijual Bervariasi	5 x 100 = 500	419	Baik
3	Kemudahan Dalam Pemenuhan Kebutuhan Primer	5 x 100 = 500	425	Sangat Baik
4	Terjadinya <i>Multiefect</i>	5 x 100 = 500	407	Baik
5	Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat	5 x 100 = 500	431	Sangat Baik
<b>Total</b>			<b>2087</b>	

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Nilai tertinggi secara keseluruhan :  $100 \times 5 \times 5 = 2500$

Nilai terendah secara keseluruhan :  $100 \times 1 \times 5 = 500$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

$$NJI = \frac{2500 - 500}{5}$$

$$NJI = 400$$

**Tabel 4. 47 Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Kesejahteraan Masyarakat**

<b>Jenjang Interval</b>	<b>Kategori</b>
500 - 899	Sangat Tidak Baik
900 - 1299	Tidak Baik
1300 - 1699	Kurang Baik
1700 - 2099	Baik
2100 - 2500	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Dari hasil perhitungan diatas, rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kesejahteraan masyarakat mendapatkan jumlah skor 2087, berdasarkan analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kesejahteraan masyarakat Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dikategorikan baik. Hal ini menunjukkan bahwasannya Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta dapat membawa pengaruh positif bagi masyarakat Kecamatan Cibeureum dan sekitar Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Ditunjukkan dengan hasil pernyataan-pernyataan pada indikator variabel kesejahteraan masyarakat.

#### **4.1.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian**

##### **4.1.2.1 Hasil Uji Validitas**

Setiap butir pernyataan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Untuk mengetahui  $r_{tabel}$  dilakukan dengan menggunakan rumus:  $r_{tabel} = (\alpha, n-2)$ . Dalam penelitian ini, diketahui bahwa  $n = 100$ , dan  $\alpha = 5\%$  maka  $r_{tabel} = 0,1966$ . Berikut adalah hasil uji validitas untuk butir butir pernyataan di setiap variabel.

**Tabel 4. 48 Hasil Uji Validitas Variabel Potensi Pasar Rakyat Cibeureum**

Butir Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	0,780	0,196	Valid
2	0,762	0,196	Valid
3	0,677	0,196	Valid
4	0,727	0,196	Valid
5	0,707	0,196	Valid
6	0,221	0,196	Valid
7	0,602	0,196	Valid
8	0,799	0,196	Valid

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.48 dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan pada variabel potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan semua butir pernyataan dapat digunakan sebagai item dalam kuesioner.

**Tabel 4. 49 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi**

Butir Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	0,786	0,196	Valid
2	0,804	0,196	Valid
3	0,789	0,196	Valid
4	0,808	0,196	Valid
5	0,791	0,196	Valid

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.49 dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan pada variabel lokasi dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan semua butir pernyataan dapat digunakan sebagai item dalam kuesioner.

**Tabel 4. 50 Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan**

Butir Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	0,800	0,196	Valid
2	0,838	0,196	Valid
3	0,802	0,196	Valid
4	0,868	0,196	Valid
5	0,780	0,196	Valid

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.50 dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan pada variabel lingkungan dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan semua butir pernyataan dapat digunakan sebagai item dalam kuesioner.

**Tabel 4. 51 Hasil Uji Validitas Variabel Peluang Usaha**

Butir Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	0,847	0,196	Valid
2	0,823	0,196	Valid
3	0,818	0,196	Valid
4	0,822	0,196	Valid
5	0,817	0,196	Valid

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.51 dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan pada variabel peluang usaha dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan semua butir pernyataan dapat digunakan sebagai item dalam kuesioner.

**Tabel 4. 52 Hasil Uji Validitas Variabel Kesejahteraan Masyarakat**

Butir Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	0,747	0,196	Valid
2	0,767	0,196	Valid
3	0,774	0,196	Valid
4	0,814	0,196	Valid
5	0,801	0,196	Valid

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.52 dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan pada variabel kesejahteraan masyarakat dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan semua butir pernyataan dapat digunakan sebagai item dalam kuesioner.

#### 4.1.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur apakah kuesioner dari setiap pernyataan yang diberikan kepada responden konsisten.

**Tabel 4. 53 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	N of Items	Cronbach Alpha	Hasil
Potensi Pasar Rakyat	8	0,813	Reliabel
Lokasi	5	0,853	Reliabel
Lingkungan	5	0,876	Reliabel
Peluang Usaha	5	0,882	Reliabel
Kesejahteraan Masyarakat	5	0,840	Reliabel

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.53 dapat dilihat bahwa pada setiap variabel-variabel independen dan dependen setelah diuji menggunakan uji statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ) seluruh nilainya  $> 0,60$ . Artinya *cronbach alpha* seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi tingkat reliabilitas.

#### 4.1.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda:

**Tabel 4. 54 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.438	1.429		4.505	.000
Lokasi	.279	.132	.225	2.113	.037
Lingkungan	.193	.111	.162	1.736	.086
Peluang Usaha	.320	.141	.257	2.275	.025
Kesejahteraan Masyarakat	.348	.126	.275	2.752	.007

a. Dependent Variable: Potensi Pasar

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.57 dari hasil analisis dan pengolahan data dalam penelitian jumlah sampel sebanyak 100 responden, diperoleh persamaan regresi.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

$$Y = 6,438 + 0,279 X_1 + 0,193 X_2 + 0,320 X_3 + 0,348 X_4 \dots \dots \dots (4.6)$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta  $\beta_0$  sebesar 6,438 memiliki arti bahwa ketika lokasi ( $X_1$ ), lingkungan ( $X_2$ ), peluang usaha ( $X_3$ ), kesejahteraan masyarakat ( $X_4$ ) sebesar 0 atau tidak masuk ke model regresi maka nilai indikator pada variabel potensi pasar rakyat sebesar 6,438 poin.
2. Lokasi ( $X_1$ ) memiliki hubungan yang positif terhadap potensi pasar rakyat, nilai indikator variabel lokasi ( $X_1$ ) sebesar 0,279. Apabila nilai indikator variabel lokasi ( $X_1$ ) terjadi peningkatan atau perbaikan sebesar 1 poin maka akan meningkatkan potensi pasar rakyat sebesar 0,279 poin.
3. Lingkungan ( $X_2$ ) memiliki hubungan yang positif terhadap potensi pasar rakyat, nilai indikator variabel lingkungan ( $X_2$ ) sebesar 0,193. Apabila nilai indikator variabel lingkungan ( $X_2$ ) terjadi peningkatan atau perbaikan sebesar 1 poin maka akan meningkatkan potensi pasar rakyat sebesar 0,193 poin.
4. Peluang usaha ( $X_3$ ) memiliki hubungan yang positif terhadap potensi pasar rakyat, nilai indikator variabel peluang usaha ( $X_3$ ) sebesar 0,320. Apabila nilai indikator variabel peluang usaha ( $X_3$ ) terjadi peningkatan atau perbaikan sebesar 1 poin maka akan meningkatkan potensi pasar rakyat sebesar 0,320 poin.

5. Kesejahteraan masyarakat ( $X_4$ ) memiliki hubungan yang positif terhadap potensi pasar rakyat, nilai indikator variabel kesejahteraan masyarakat ( $X_4$ ) sebesar 0,348. Apabila nilai indikator variabel kesejahteraan masyarakat ( $X_4$ ) terjadi peningkatan atau perbaikan 1 poin maka akan meningkatkan potensi pasar rakyat sebesar 0,348 poin.

#### 4.1.4 Uji Asumsi Klasik

##### 4.1.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dalam penelitian ini digunakan bertujuan untuk melihat apakah nilai residual normal atau tidak. Berikut adalah hasil dari uji normalitas kolmogorov-smirnov:

**Tabel 4. 55 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.23630789
	Absolute	.088
Most Extreme Differences	Positive	.059
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.882
Asymp. Sig. (2-tailed)		.419

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.54 dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansinya sebesar  $0,419 > 0,05$ . Artinya bahwa model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal.



#### 4.1.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji model regresi apakah ditemukan korelasi antar variabel bebasnya. Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 4. 56 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Lokasi ( $X_1$ )	0,298	3,355
Lingkungan ( $X_2$ )	0,387	2,582
Peluang Usaha ( $X_3$ )	0,265	3,780
Kesejahteraan Masyarakat ( $X_4$ )	0,338	2,962

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4. 55 diperoleh hasil perhitungan *tolerance* masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* dari masing-masing variabel bebasnya lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

#### 4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain. Adapun cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Glejser yaitu dengan meregresikan variabel independen dengan nilai absolut dari residual. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai sig. lebih besar dari 0,05. berikut adalah hasil uji:

**Tabel 4. 57 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Signifikansi
Lokasi ( $X_1$ )	0,787
Lingkungan ( $X_2$ )	0,706
Peluang Usaha ( $X_3$ )	0,591
Kesejahteraan Masyarakat ( $X_4$ )	0,284

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4.56 hasil uji heteroskedastisitas bahwa nilai signifikansi dari seluruh variabel independen lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

#### 4.1.5 Uji Hipotesis

##### 4.1.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, didapatkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) sebagai berikut:

**Tabel 4. 58 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Variabel	t-Statistic	Prob t-Statistic	Signifikansi ( $\alpha = 5\%$ )
Lokasi ( $X_1$ )	2,113	0,037	Signifikan
Lingkungan ( $X_2$ )	1,736	0,086	Tidak Signifikan
Peluang Usaha ( $X_3$ )	2,275	0,025	Signifikan
Kesejahteraan Masyarakat ( $X_4$ )	2,752	0,007	Signifikan

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan hasil uji t, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Secara parsial lokasi berpengaruh positif dan terdapat pengaruh signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya Kecamatan Cibeureum, hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi  $0,037 < 0,05$ . Artinya  $H_0$  ditolak.
2. Secara parsial lingkungan berpengaruh positif dan terdapat pengaruh signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya Kecamatan Cibeureum, hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi  $0,086 > 0,05$ . Artinya  $H_0$  diterima.

3. Secara parsial peluang usaha berpengaruh positif dan terdapat pengaruh signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya Kecamatan Cibeureum, hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi  $0,025 < 0,05$ . Artinya  $H_0$  ditolak.
4. Secara parsial kesejahteraan masyarakat berpengaruh positif dan terdapat pengaruh signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya Kecamatan Cibeureum, hal ini dapat diketahui nilai signifikansi  $0,007 < 0,05$ . Artinya  $H_0$  ditolak.

#### 4.1.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini digunakan uji F dengan tujuan untuk menguji koefisien regresi variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji F yang telah peneliti peroleh:

**Tabel 4. 59 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1047.464	4	261.866	50.246	.000 <sup>b</sup>
Residual	495.106	95	5.212		
Total	1542.570	99			

a. Dependent Variable: Potensi Pasar

b. Predictors: (Constant), Kesejahteraan Masyarakat, Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha  
Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.59 menunjukkan bahwa variabel lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya. Hal ini ditandai dengan nilai  $F_{hitung} 50,246 > F_{tabel} 2,467494$  pada signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.

Artinya variabel lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

#### 4.1.5.3 Koefisien Determinasi *Adjusted* ( $R^2$ )

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya perubahan yang terjadi diakui oleh variabel lain. Dalam penelitian ini digunakan koefisien determinasi *adjusted* ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen, berikut hasil uji koefisien determinasi *adjusted* ( $R^2$ ):

**Tabel 4. 60 Koefisien Determinasi *Adjusted* ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 <sup>a</sup>	.679	.666	2.28290

a. Predictors: (Constant), Kesejahteraan Masyarakat, Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Berdasarkan tabel 4. 60 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *adjusted* ( $R^2$ ) sebesar 0,666 atau 66,6%. Hal ini berarti bahwa variabel lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat mampu menjelaskan hubungan dan pengaruhnya terhadap variabel potensi Pasar Rakyat Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya sebesar 66,6%. sedangkan sisanya 33,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar dari model penelitian ini.

## 4.2 Pembahasan

Pada bab ini dijelaskan secara rinci dan menyeluruh terkait hasil dalam penelitian yang dilakukan.

#### **4.2.1 Pengaruh Lokasi terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS pada tingkat signifikan 95% (prob 0,05) dapat dilihat bahwa koefisien variabel lokasi sebesar 0,279 dengan nilai probabilitasnya 0,037. Dengan demikian  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya hubungan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Apabila skor variabel lokasi ( $X_1$ ) berubah atau naik sebesar 1 poin maka akan meningkatkan potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya sebesar 0,279 poin.

Hal ini berarti apabila terdapat peningkatan atau perbaikan terhadap indikator variabel lokasi yang meliputi aspek mudah dijangkau kendaraan, arus kendaraan relatif lancar, luas ruangan nyaman dijadikan sebagai tempat berbelanja, lokasi yang mudah di *eksplor*, dan kemudahan dilihat dalam mencari suatu barang.

Maka akan meningkatkan potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya, sehingga dapat meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi masyarakat, meningkatkan aktivitas jual-beli, meningkatkan produk-produk lokal, menjadikan pusat pembelanjaan masyarakat, dan minat berkunjung untuk berbelanja kembali. Namun dengan meningkatnya potensi Pasar Rakyat Cibeureum maka dari itu pengunjung atau pun pemerintah pengelola pasar harus bertindak dengan tegas karena bisa saja terjadinya pungli dan kejahatan pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan salah satu teori lokasi yang dikembangkan oleh Losch (1954) pencetus teori lokasi *market area* dalam karya tulisnya buku berjudul *economic of location*, mendasarkan analisis pemilihan lokasi pasar yang strategis sebagai alat vital pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis serta didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suryani (2015) yang menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap Potensi Pasar Rakyat atau pun pasar Tradisional. Hasil penelitian Afrianita (2022) menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap potensi Pasar Rakyat untuk menjadi pusat pelayanan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhannya. Hasil penelitian Ria (2022) menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap potensi Pasar Rakyat dalam keputusan konsumen untuk memiliki minat berkunjung kembali dalam pemenuhan kebutuhannya.

#### **4.2.2 Pengaruh Lingkungan terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS pada tingkat signifikan 95% (prob 0,05) dapat dilihat bahwa koefisien variabel lingkungan sebesar 0,193 dengan nilai probabilitasnya 0,086. Dengan demikian  $H_0$  diterima, artinya hubungan lingkungan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Apabila skor variabel lingkungan ( $X_2$ ) berubah atau naik sebesar 1 poin maka akan meningkatkan potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya sebesar 0,193 poin.

Hal ini berarti apabila terdapat peningkatan atau perbaikan terhadap indikator variabel lingkungan yang meliputi aspek kondisi sirkulasi dan suhu udara ruangan, menerapkan pasar sehat, kenyamanan dan keamanan, ketersediaan fasilitas umum yang bersih higienis, serta keramahan etika antara penjual dan pembeli.

Maka akan meningkatkan potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya, sehingga dapat meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi masyarakat, meningkatkan aktivitas jual-beli, meningkatkan produk-produk lokal, menjadikan pusat pembelanjaan masyarakat, minat berkunjung untuk berbelanja kembali, serta meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Namun dengan meningkatnya potensi Pasar Rakyat Cibeureum maka dari itu pengunjung atau pun pemerintah pengelola pasar harus bertindak dengan tegas karena bisa saja terjadinya pungli dan kejahatan pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis serta pendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sulistyono (2010) menyimpulkan bahwa lingkungan pasar berpengaruh terhadap potensi Pasar Rakyat. Hasil penelitian menurut Wijayati (2013) menyimpulkan lingkungan yang bersih dan tidak kumuh serta becek dapat meningkatkan transaksi jual beli di dalam pasar. Hasil penelitian Arrazy (2020) menyimpulkan bahwa lingkungan pasar dalam *higienies* berpengaruh terhadap potensi Pasar Rakyat yang dapat memberikan kenyamanan dalam aktivitas jual beli. Hasil penelitian Dyah (2020) kondisi kebersihan lingkungan pasar Rakyat berpengaruh terhadap potensi Pasar Rakyat, kondisi lingkungan pasar yang kotor dapat menyebabkan paparan penyakit *Leptospirosis*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Pasar Sehat, yang menyangkup pada standar baku mutu kesehatan lingkungan, persyaratan kesehatan, dan kesehatan lingkungan di dalam Pasar Rakyat.

#### **4.2.3 Pengaruh Peluang Usaha terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

Berdasarkan Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS pada tingkat signifikan 95% (prob 0,05) dapat dilihat bahwa koefisien variabel peluang usaha sebesar 0,320 dengan nilai probabilitasnya 0,025. Dengan demikian  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya hubungan peluang usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Apabila skor variabel peluang usaha ( $X_3$ ) berubah atau naik sebesar 1 poin maka akan meningkatkan potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya sebesar 0,320 poin.

Hal ini berarti apabila terdapat peningkatan atau perbaikan terhadap indikator variabel peluang usaha yang meliputi aspek kondisi pasar yang dapat membuka peluang usaha baru, pelaku *homeindustry* dapat memasarkan produknya di dalam pasar, keberadaan pasar membuat masyarakat untuk dapat berinovasi, masyarakat sekitar dapat membuka usaha baru di sekitar pasar, dan keberadaan pasar dapat menjual produk-produk lokal.



Maka akan meningkatkan potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya, sehingga meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi masyarakat, meningkatkan aktivitas jual-beli, meningkatkan produk-produk lokal, menjadikan pusat pembelanjaan masyarakat, minat berkunjung untuk berbelanja kembali, serta meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Namun dengan meningkatnya potensi Pasar Rakyat Cibeureum maka dari itu pengunjung atau pun pemerintah pengelola pasar harus bertindak dengan tegas karena bisa saja terjadinya pungli dan kejahatan pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis serta pendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mariotti (2013) menyimpulkan peluang usaha adalah bentuk dari ide bisnis yang potensial bagi para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan atau pun keinginannya. Hasil penelitian Mustafa (2017) menyimpulkan bahwa potensi Pasar Rakyat memiliki pengaruh serta dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat untuk dapat berkerja di pasar. Hasil penelitian Susanto (2018) menyimpulkan bahwa Pasar Rakyat memiliki potensi serta pengaruh untuk membuka peluang masyarakat yang tinggi. Hasil penelitian Prastyaningtyas (2019) menyimpulkan bahwa Pasar Rakyat memiliki pengaruh positif terhadap perekonomian masyarakat lokal dengan terbukanya peluang usaha masyarakat.

#### **4.2.4 Pengaruh Kesejahteraan Masyarakat terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

Berdasarkan Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS pada tingkat signifikan 95% (prob 0,05) dapat dilihat bahwa koefisien variabel kesejahteraan masyarakat sebesar 0,348 dengan nilai probabilitasnya 0,007. Dengan demikian  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya hubungan kesejahteraan masyarakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Apabila skor variabel kesejahteraan masyarakat ( $X_4$ ) berubah atau naik sebesar 1 poin maka akan meningkatkan potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya sebesar 0,348 poin.

Hal ini berarti apabila terdapat peningkatan atau perbaikan terhadap indikator variabel kesejahteraan masyarakat yang meliputi aspek kepuasan harga yang ditentukan secara tawar menawar, produk bervariasi, kemudahan pemenuhan kebutuhan primer, terjadinya *multieffect*, keberadaan pasar dapat meningkatkan ekonomi masyarakat Cibeureum Kota Tasikmalaya dan sekitar pasar.

Maka akan meningkatkan potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya, sehingga meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi masyarakat, meningkatkan aktivitas jual-beli, meningkatkan produk-produk lokal, menjadikan pusat pembelanjaan masyarakat, minat berkunjung untuk berbelanja kembali, serta meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Namun dengan meningkatnya potensi Pasar Rakyat Cibeureum maka dari itu pengunjung atau pun pemerintah pengelola pasar harus bertindak dengan tegas karena bisa saja terjadinya pungli dan kejahatan pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis serta pendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahdania (2020) menyimpulkan Pasar Rakyat dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Hasil penelitian Pasarela (2021) menyimpulkan bahwa keberadaan Pasar Rakyat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang dapat terbentuknya kesejahteraan masyarakat. Hasil penelitian Dima (2023) menyimpulkan bahwa Pasar Rakyat berpengaruh memegang peran penting dalam perekonomian kesejahteraan masyarakat. Hasil penelitian Triyana (2023) menyimpulkan bahwa Pasar Rakyat berpengaruh memegang peran penting dalam laju perekonomian masyarakat dan sebagai salah satu faktor pendukung terjadinya kesejahteraan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan primer.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, dalam pasal 1 ayat 36 berbunyi “barang kebutuhan pokok adalah barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak dengan skala pemenuhan kebutuhan yang tinggi serta menjadi faktor pendukung kesejahteraan masyarakat”.

#### **4.2.5 Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha dan Kesejahteraan Masyarakat secara Bersama-sama (Simultan) terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

Dari hasil regresi pada tingkat signifikansi 95% (prob 0,05) dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  50,246 >  $F_{tabel}$  2,467494 dengan nilai probabilitasnya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya variabel lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Hasil koefisien determinasi  $R^2$  dengan nilai *Adjusted R square* sebesar 0,666 atau 66.6%, artinya koefisien determinasi dari variabel penelitian menunjukkan tingkat korelasi yang kuat. Pada keempat variabel (X atau Independen) memiliki satu kesatuan yang dapat meningkatkan Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan serta pengaruh secara parsial dan bersama-sama (simultan) pada variabel lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kondisi Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya dikategorikan baik dengan nilai sebesar 3143, variabel lokasi berada dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 2115, dan variabel lingkungan dengan nilai 2063, peluang usaha dengan nilai 2087, serta kesejahteraan masyarakat dengan nilai 2087 masuk dalam kategori baik dalam perhitungan Nilai Jenjang Interval (NJI).
2. Secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan, lingkungan berpengaruh positif dan tidak signifikan, peluang usaha berpengaruh positif dan signifikan, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.
3. Secara bersama-sama (simultan) variabel lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan dari hasil analisis data mengenai potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah daerah, diharapkan dapat memperhatikan kondisi lingkungan pasar, terutama agar lingkungan pasar tradisional dapat terjaga dan bersih tidak kotor ataupun becek. Dengan menerapkan peraturan pasar sehat, yang telah diatur dalam PERMENKES (Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia) Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Pasar Sehat. Melalui terwujudnya lingkungan pasar sehat pada pasar rakyat maka akan terhindar dari berbagai sarang penyakit yang menular seperti gatal pada kulit, dan membuat udara lingkungan pasar tidak bau.
2. Dalam penelitian ini tingkat koefisien nondeterminasi sebesar 33,4%. Bagi yang akan melakukan penelitian lanjutan mengenai Potensi Pasar Rakyat, maka disarankan untuk menambah variabel lain di luar yang sudah diteliti, melengkapi dengan mengembangkan variabel yang belum masuk pada model penelitian seperti: pendapatan, biaya hidup, gaya hidup, kebiasaan, kualitas barang, dan seterusnya.
3. Bagi masyarakat, diharapkan mampu untuk bekerja sama dalam menjaga kebersihan lingkungan pasar rakyat agar terwujudnya lingkungan yang bersih dan nyaman pada saat berbelanja, lebih cermat dalam membuang sampah serta tidak merusak barang publik yang disediakan dalam lingkungan sekitar pasar rakyat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianita, Y. (2022). Kajian Teori Lokasi Chiristaller Terhadap Jaringan Pelayanan Sarana Perdagangan. *Universitas Karimun*, 150-161.
- Algifari. (2002). *Ekonomi Mikro Teori dan Kasus Edisi 1*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Aliyah, I. (2020). *Pasar Tradisional, Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ambadar, J. (2003). *Selalu Ada Peluang*. Jogyakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Amsyari. (1989). *Prinsip-prinsip Masalah Pencemaran Lingkungan*. Jakarta: Ghalia.
- Andersen, P. (2009). Definition and Measurement. *Food Security*.
- Angkasawati. (2021). Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pengunjung Pasar. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 169-187.
- Arrazy, S. (2020). Persepsi Masyarakat tentang Higiene Sanitasi Pasar Tradisional Kota Medan Community's Perception of Traditional Market Sanitation in Medan City. *UIN Sumatera*, 1-13.
- Artanti, N. P. (2021, Juni 17). *Multiplier Effect Proyek Strategis Nasional Pembangunan Bandara Kediri*. Retrieved from Kementrian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id>
- Bahari, Syamsul, dan Fahry Zamzam. (2014). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS*. Yogyakarta: Budi Utama.
- BAPPEDA dan PM Kabupaten Jembrana. (2022, Oktober). *Kajian Pengembangan Pasar Tradisional di Kecamatan Jembrana dan Kecamatan Pekutatan*. Retrieved from [bappeda.jembranakab.go.id](https://bappeda.jembranakab.go.id): <https://bappeda.jembranakab.go.id/wp-content/uploads/2022/10/Kajian-Pengembangan-Pasar-Tradisional-di-Kec.-Jembrana-dan-Pekutatan-2011.pdf>
- Bygrave and Zacharakis. (2011). *Entrepreneurship, Second Edition*. USA New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Chalid, Nursiah dan Yusbar Yusuf. (2014). Pengaruh Tingkat Kemiskinan, Tingkat Pengangguran, Upah Minimum Kabupaten/Kota, dan Laju Pertumbuhan Ekonomi terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Provinsi Riau. *Ekonomi Universitas Riau*.

- Dewan UKM Sumut. (2021, Mei). *Lima Cara Mudah Untuk Menentukan Potensi Pasar*. Retrieved from Dewan UKM Sumatera Utara: <https://ukmsumut.id/bisnis-ukm/produksi-umkm/cara-mudah-menentukan-potensi-pasar/>
- Dima, E. T. (2023). Kontribusi Kegiatan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Ekonomi Pembangunan*, 58-65.
- Djafri, D. (2014). Prinsip dan Metode Analisis Risiko Kesehatan Lingkungan. *JKMA*, 100-104.
- Dyah Widiastuti, Dwi Priyanto. (2020). Kondisi Kebersihan Lingkungan Berhubungan dengan Risiko Penularan Kasus Leptospirosis di Area Pasar Tradisional. *Balai Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Banjarnegara, Badan Litbang Kesehatan, Kementerian Kesehatan RI*, 199-208.
- Fahrudin, A. (2014). *Pengantar Kesejahteraan Sosial*. Bandung: Rafika Aditama.
- Feriyanto. (2006). *Menyoroti Pasar Tradisional*. Yogyakarta: BP-Kedaulatan Rakyat.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: UNDIP.
- Gilarso, T. (2004). *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hafiz, M. (2017). *Analisis Implementasi Program Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Kangkung, Kelurahan Teluk Betung, Kecamatan Teluk Betung Selatan Bandar Lampung)*. Lampung: IAIN Lampung.
- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kuncoro. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional. *Ekonomi Modernisasi*, 97-113.
- Losch, A. (1954). *Economic of Location*. New York: August.
- Mahendra, W. (2007). *Perspektif Sosiologi Ekonomi dari Masyarakat Prapitalis Hingga Kapitalisme Neo-liberal*. Surakarta: Lindu Pustaka.
- Majid, M. (1988). *Pasar Angkup (Studi Kasus Perilaku Pasar) Dalam Perdagangan, Pengusaha Cina, Perilaku Pasar*. Jakarta: Pustaka Grafika Kita.



- Malano, H. (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mankiw, N. G. (2009). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mariotti, S. (2013). *Entrepreneurship, Owning Your Future*. USA: Pearson Education, Inc.
- Miles, Mike E, De Chiara Koppelman, Duncan and Hollander. (1999). *Real Estate Development, Principles and Process*. Washington DC: Urban Land Institute.
- Muhammad, A. (2014). Peranan UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Cibeureum Kabupaten Kuningan. *IAIN*, 45-58.
- Mujahidin, A. (2007). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Muslihat, D. (2016). Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Cekkeng di Kab. Bulukumba). *Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam*, Makasar.
- Mustafa, A. (2017). Potensi Pasar Tradisional Simabur bagi Masyarakat di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar. *Spasial*, 25-31.
- Nasikun. (1996). *Urbanisasi dan Kemiskinan di Dunia Ketiga*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Natalia. (2021, Juli Selasa). *Market Size: Indikator Terbaik Untuk Mengatahui Potensi Keberhasilan Bisnis*. Retrieved from accurate.id: <https://accurate.id>
- Nazir. (2003). *Model Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurani, A. S. (2019). Revitalisasi Pasar Tradisional Cuplik Sukoharjo. *Arsitektur Grid*, 32-27.
- Pamungkas, P. (1997). *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*. Jakarta: Ensiklopedi Indonesia.
- Pasarela, H. (2021). Nalisis Pengaruh Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Pasar Paya Ilang). *Indonesia Sosial Sains*, 1106-1114.
- Patrisia Savera Bu'u, Tomycho Olviana, Marten R. Pellokila. (2023). Potensi Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Pasar Noemuti, Kecamatan Noemuti, Kabupaten Timor Tengah Utara). *Journal Of Management Small and Medium Enterprise*, 413-420.

- Peraturan Daerah (PERDA) Kota Tasikmalaya No. 1 Tahun 2015. (2015, Januari Kamis). *Peraturan Daerah (PERDA) tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 1 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Retrieved from JDIH BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id>
- Peraturan Kementerian Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 20 Tahun 2012. (2012, Februari Selasa). *Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional*. Retrieved from JDIH BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id>.
- Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 17 Tahun 2020. (2020, Juli Selasa). *Pasar Sehat*. Retrieved from JDIH BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan. (2021, Februari Selasa). *Penyelenggaraan Bidang Perdagangan*. Retrieved from JDIH BKP RI: <https://peraturan.bpk.go.id>
- Pindyck, R. (2012). *Mikro Ekonomi Edisi 8*. Jakarta: Erlangga.
- Prasetra, Y. (2019). Analisis Peranan Pasar. *E-jurnal Unima Equilibrium*, 67-72.
- Prastyaningtyas, E. W. (2019). Potensi Pasar Jajan Ndeso Sor Pring Dalam Membangkitkan Perekonomian Masyarakat Lokal (Studi Pada Desa Wisata Ngadi Mojo Kediri). *Pendidikan Ekonomi*, 16-22.
- Reofita, H. (2015). *Strategi Pemasaran*. Pekanbaru: Mutiara Pesisir Sumatera.
- Reto, A. (2022). Sanitasi Lingkungan Pasar Sehat. *Kesehatan Masyarakat*, 135-150.
- Ria, R. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga di Pasar Tradisional. *Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 365-370.
- sambuaga, R. (2022). Analisis Potensi Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Tompaso. *Jurnal Equilibrium*, 66-79.
- Sawitri, L. D. (2017). Kepuasan Pelanggan Terhadap Administrasi Lingkungan Ditinjau dari Kebersihan Pasar Tradisional di Kabupaten Sidoarjo. *Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 135-153.
- Sjafrizal. (2008). *Ekonomi Regional : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Baduose Media.
- Sudarman, A. (2004). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: BPFE.
- Sudarmi, S. S. (2022). Kontribusi Pasar Tradisional Galing Dalam Peningkatan Ekonomi Perspektif Islam. *Ekonomi dan Bisnis Islam*, 209-229.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo, H. (2010). Model Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Sehat di Kota Semarang. *Ekonomi dan Bisnis*, 516-126.
- Suryani, Y. (2015). Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar. *SNEMA Fe.unp.ac.id*, 152-163.
- Susanto, Y. R. (2018). Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 39-47.
- Syukria, A. (2023). Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 306-311.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Toni, A. (2013). Eksistensi Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Pasar Modern. *El-Wasathia*, 160-184.
- Triyana Syahfitri, Indah Fauziah, Muhammad Nazipul Yusri, Sitti Fatimah. (2023). Peran Sektor Pasar Di Desa Sungai Salak Dalam Pemulihan Ekonomi Masyarakat Pasca Pandemi Covid-19. *Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*, 51-55.
- Undang-undang (UU) No. 11 Tahun 2009. (2009, Januari Jumat). *Kesejahteraan Sosial*. Retrieved from JDIH BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id>
- Undang-undang (UU) No. 26 Tahun 2007. (2007, April Kamis). *Penataan Ruang*. Retrieved from JDIH BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id>
- Wahdania, H. (2020). Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Cengkeng di Kabupaten Bulukumba). *Jurnal Ekonomi Islam*, 44-60.
- Widiyanto, R. (2009). *Indonesian culture*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wijayati, P. A. (2013). Model Pemberdayaan Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kerakyatan di Kota Semarang. *Paramita*, 167-178.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Saya Asep Kusdana dari Program Studi Ekonomi Pembangunan 2019, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir Skripsi dengan judul: **Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**. Untuk itu, mohon ketersediaannya untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Saya berharap saudara/i menjawab dengan leluasa sesuai dengan apa yang saudara rasakan. Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam penyelesaian penelitian ini. Atas ketersediaannya saya ucapkan terima kasih.

#### Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin : L/P
5. Pekerjaan :
6. Pernahkah Anda mengunjungi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya  
: Ya/Tidak

(Bila ya, lanjutkan ke pernyataan selanjutnya).

*\*coret yang tidak perlu*

Petunjuk pengisian kuesioner:

Beri tanda (✓) pada jawaban yang paling sesuai dengan keadaan saudara/i

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Pernyataan kuesioner

#### **Variabel Potensi Pasar Rakyat (Y)**

No.	Indikator Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum dapat merangsang laju pertumbuhan ekonomi masyarakat					
2	Dengan adanya Pasar Rakyat Cibeureum dapat meningkatkan aktivitas jual-beli					
3	Keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum dapat meningkatkan produk-produk lokal					
4	Pasar Rakyat Cibeureum dapat dijadikan sebagai pusat pembelanjaan masyarakat sekitar					
5	Pasar Rakyat Cibeureum dapat mendorong minat untuk berkunjung kembali					
6	Saya Merasa Keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum Terdapat Pungli					
7	Keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum Masih Rawan Kejahatan Pasar					
8	Kualitas Produk dan Pelayanan Pada Pasar Rakyat Cibeureum Harus Diperbaiki					

**Variabel Lokasi (X<sub>1</sub>)**

No.	Indikator Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pasar Rakyat Cibeureum mudah dijangkau dengan kendaraan roda 4 maupun roda 2					
2	Arus kendaraan sekitar relatif lancar					
3	Luas ruangan yang cukup nyaman untuk dijadikan tempat berbelanja					
4	Luas lokasi Pasar Rakyat Cibeureum mudah <i>di eksplor</i>					
5	Lokasi Pasar Rakyat Cibeureum yang mudah dilihat oleh masyarakat terutama dalam mencari suatu barang					

**Variabel Lingkungan (X<sub>2</sub>)**

No.	Indikator Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kondisi sirkulasi dan suhu udara ruangan yang normal					
2	Kebersihan lingkungan Pasar Rakyat Cibeureum terjaga dengan baik dan telah menerapkan pasar sehat					
3	Saya merasa nyaman dan aman pada saat berbelanja di Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya					
4	Fasilitas umum yang disediakan bersih dan higienis					
5	Saya merasakan etika keramahan penjual dan pengunjung dalam lingkungan pasar					

**Variabel Peluang Usaha (X<sub>3</sub>)**

No.	Indikator Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kondisi Pasar Rakyat Cibeureum dapat membuka peluang usaha baru					
2	Pelaku <i>homeindustry</i> dapat memasarkan produknya didalam Pasar Rakyat Cibeureum					
3	Keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum membuat masyarakat untuk berinovasi					
4	Masyarakat sekitar dapat membuka usaha baru di sekitar pasar					
5	Saya merasa keberadaan Pasar Rakyat Cibeureum dapat menjual produk-produk lokal					

#### Variabel Kesejahteraan Masyarakat (X<sub>4</sub>)

No.	Indikator Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan harga yang ditetapkan serta kesepakatan harga ditentukan pada saat terjadinya tawar menawar					
2	Saya merasa produk yang dijual didalam pasar bervariasi					
3	Saya merasa mudah dalam pemenuhan kebutuhan barang primer					
4	Saya merasa dengan adanya pasar dapat terjadinya <i>multieffect</i>					
5	Saya merasa dengan adanya Pasar Rakyat Cibeureum dapat meningkatkan ekonomi masyarakat Cibeureum Kota Tasikmalaya dan sekitar pasar					

## Lampiran 2 : Hasil Kuesioner Penelitian

Y								X <sub>1</sub>				
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
5	4	4	4	3	1	3	5	4	4	5	3	5
4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	4
2	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	1	1
4	5	4	4	3	3	3	5	3	4	4	4	4
1	1	2	1	1	2	1	1	2	3	4	1	3
4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	4	2	2	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	1	1	4	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	4	4	3	3	3	4	5	4	4	5	5
3	4	4	1	4	3	4	5	4	3	4	3	5
3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4
5	4	3	5	4	2	3	4	4	4	5	4	3
4	5	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	5
4	5	4	5	3	3	3	3	4	5	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4
4	5	3	3	4	4	3	5	4	3	4	5	5
4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4	3	5
5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	1	4	4	4	4	4	5	4
3	3	4	5	3	4	4	2	5	5	5	3	3
4	4	5	4	4	2	1	3	5	5	5	5	5
5	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	5
5	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	4
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
5	4	3	5	4	4	3	5	3	3	3	4	4
4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4
4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	2	3	4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	3	1	4	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	4	2	4	5	5	5	5	4	4
2	2	2	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2
4	5	5	4	4	3	3	5	4	4	5	5	4
4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5
4	5	5	4	5	1	3	5	4	5	4	5	5
4	4	5	4	3	2	4	4	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4
4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4
4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4



Y								X <sub>1</sub>				
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4
4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4
5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	3	3	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	3	3	4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	5	1	2	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	1	2	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	1	2	4	5	4	3	4	3
4	5	4	5	5	2	3	4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	4	2	4	5	5	4	4	5
4	4	5	5	4	1	2	5	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	1	2	4	4	4	3	4	4
4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	5	4
4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	2	4	5	4	4	5	5	5
4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4
1	1	1	1	1	5	2	1	2	2	2	2	2
5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4
4	4	5	4	5	3	3	4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5
4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5
5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	5	4
4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5
5	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	4	4
4	4	5	5	4	3	3	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5

Y								X <sub>1</sub>				
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	3	3	5	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5
5	4	4	5	4	3	3	5	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	5
5	4	5	4	4	3	3	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	5	4

X <sub>2</sub>					X <sub>3</sub>				
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
3	3	4	3	4	4	4	5	4	3
1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
4	5	3	5	4	4	4	4	4	4
4	1	1	1	2	1	2	1	1	1
4	4	4	4	5	5	5	3	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	3	4	4	3	5	5
4	4	3	3	4	5	4	3	3	4
4	4	3	4	4	5	5	3	4	3
5	4	4	5	3	4	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	2	4	2	4	5	5	4	2	4
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
4	3	4	4	3	4	4	2	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	4	4	5	4	4	5
3	3	4	3	3	4	4	5	5	3
4	4	5	4	4	3	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	3	4	4	5
4	4	4	5	5	3	4	4	4	5

$x_2$					$x_3$				
x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	5	4	4	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5
4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4	5	5	4	5
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	3	4	4	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
3	4	4	4	5	5	4	4	4	4
3	4	4	3	4	5	4	5	4	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
3	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4

$x_2$					$x_3$				
x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5
4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	3	4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	3	4	4

$x_4$				
x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	x4.5
5	4	3	4	5
3	4	3	3	4
2	2	2	2	2
3	2	3	3	4
2	3	1	1	1
5	4	5	5	5
4	4	5	4	5
5	5	5	5	5
2	2	2	2	3
5	4	4	5	4
3	4	5	3	5
4	4	3	3	4
4	3	4	4	5
5	5	4	4	5
4	5	4	5	5
4	4	3	4	4
5	3	4	3	5
3	4	4	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5

$X_4$				
$X_{4.1}$	$X_{4.2}$	$X_{4.3}$	$X_{4.4}$	$X_{4.5}$
4	5	5	4	5
4	5	4	4	5
3	2	4	3	3
4	4	4	4	4
5	5	4	5	4
4	4	5	4	4
4	4	5	5	5
5	4	4	4	5
5	5	5	5	5
4	5	5	4	4
4	4	5	4	5
4	4	5	5	4
3	4	4	5	4
4	4	3	4	5
2	2	2	2	2
4	5	4	4	5
4	5	5	4	5
5	4	5	5	4
5	5	4	5	4
4	5	4	3	4
4	4	5	4	5
4	4	5	4	5
3	4	5	4	4
4	5	4	3	4
5	4	4	4	5
4	4	4	5	4
4	4	5	4	4
4	5	4	4	4
4	5	4	5	5
4	4	5	4	5
4	4	5	4	3
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	4	5
4	4	4	4	5
4	4	5	4	4
4	5	5	5	4
5	4	5	4	4
5	5	4	5	5
4	4	5	4	5
4	5	4	4	5
4	5	4	4	4
5	4	5	4	4

<b>X<sub>4</sub></b>				
<b>X4.1</b>	<b>X4.2</b>	<b>X4.3</b>	<b>X4.4</b>	<b>X4.5</b>
5	4	4	4	5
3	5	4	4	4
4	5	4	5	4
5	4	4	5	4
2	1	2	2	1
4	4	5	4	5
3	5	4	4	5
4	5	4	4	4
5	4	5	4	4
3	4	5	4	5
5	4	4	5	4
5	4	5	3	4
4	5	4	4	4
3	4	5	4	5
4	4	5	3	5
4	5	4	4	5
5	4	5	4	4
4	4	5	4	4
4	5	4	5	4
5	4	4	5	5
4	5	5	4	5
5	4	5	4	4
4	4	4	5	4
4	5	4	5	5
5	4	5	4	4
5	4	4	5	5
4	5	4	4	4
4	4	5	4	4
3	5	5	5	4
5	4	5	5	4
4	4	4	5	4
4	5	4	4	5
5	4	5	4	5
3	5	5	4	4

### Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Potensi Pasar Rakyat (Y)

##### a. Uji Validitas

		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.542**	.627**	.695**	.492* <sub>*</sub>	-.062	.233* <sub>*</sub>	.600* <sub>*</sub>	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.541	.020	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.542**	1	.459**	.559**	.621* <sub>*</sub>	.012	.310**	.541* <sub>*</sub>	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.909	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.627**	.459**	1	.464**	.550* <sub>*</sub>	-.162	.194	.487* <sub>*</sub>	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.108	.054	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.695**	.559**	.464**	1	.452* <sub>*</sub>	-.011	.244* <sub>*</sub>	.428* <sub>*</sub>	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.917	.014	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.492**	.621**	.550**	.452**	1	-.075	.215* <sub>*</sub>	.517* <sub>*</sub>	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.459	.031	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	-.062	.012	-.162	-.011	-.075	1	.384**	.038	.221* <sub>*</sub>
	Sig. (2-tailed)	.541	.909	.108	.917	.459		.000	.705	.027
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.233* <sub>*</sub>	.310**	.194	.244* <sub>*</sub>	.215* <sub>*</sub>	.384* <sub>*</sub>	1	.557* <sub>*</sub>	.602**
	Sig. (2-tailed)	.020	.002	.054	.014	.031	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.600**	.541**	.487**	.428**	.517* <sub>*</sub>	.038	.557**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.705	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTALY	Pearson Correlation	.780**	.762**	.677**	.727**	.707* <sub>*</sub>	.221* <sub>*</sub>	.602**	.799* <sub>*</sub>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.027	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

##### b. Uji Reliabilitas

###### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	8

## 2. Lokasi (X<sub>1</sub>)

### a. Uji Validitas

		Correlations					TOTALX1
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	.617**	.520**	.493**	.536*	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.617**	1	.496**	.613**	.509*	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.520**	.496**	1	.533**	.561*	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.493**	.613**	.533**	1	.536*	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.536**	.509**	.561**	.536**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTALX1	Pearson Correlation	.786**	.804**	.789**	.808**	.791*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### b. Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	5



### 3. Lingkungan (X<sub>2</sub>)

#### a. Uji Validitas

		Correlations					TOTALX2
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	.534**	.532**	.712**	.484*	.800**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.534**	1	.555**	.733**	.617*	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.532**	.555**	1	.578**	.608*	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.712**	.733**	.578**	1	.507*	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.484**	.617**	.608**	.507**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTALX2	Pearson Correlation	.800**	.838**	.802**	.868**	.780*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### b. Uji Reliabilitas

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	5

#### 4. Peluang Usaha (X<sub>3</sub>)

##### a. Uji Validitas

		Correlations					TOTALX3
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson Correlation	1	.624**	.576**	.679**	.627*	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.624**	1	.599**	.591**	.615*	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.576**	.599**	1	.578**	.600*	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.679**	.591**	.578**	1	.535*	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.627**	.615**	.600**	.535**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTALX3	Pearson Correlation	.847**	.823**	.818**	.822**	.817*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

##### b. Uji Reliabilitas

###### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	5

## 5. Kesejahteraan Masyarakat (X<sub>4</sub>)

### a. Uji Validitas

		Correlations					TOTALX4
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
X4.1	Pearson Correlation	1	.413**	.468**	.545**	.499*	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.413**	1	.458**	.573**	.554*	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.468**	.458**	1	.529**	.549*	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.545**	.573**	.529**	1	.529*	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.499**	.554**	.549**	.529**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTALX4	Pearson Correlation	.747**	.767**	.774**	.814**	.801*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### b. Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	5

**Lampiran 4 : Hasil *Method Succesive Interval* (MSI)**

Potensi Pasar Rakyat (Y)							
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8
4,479	2,926	3,253	2,811	2,137	1,000	2,734	3,957
3,032	2,926	2,184	2,811	3,337	2,825	1,818	2,664
1,597	1,597	1,753	1,565	2,137	1,769	1,000	1,000
3,032	4,387	3,253	2,811	2,137	2,825	2,734	3,957
1,000	1,000	1,753	1,000	1,000	1,769	1,000	1,000
3,032	4,387	3,253	4,234	3,337	4,142	2,734	3,957
4,479	4,387	4,667	4,234	3,337	1,769	1,818	1,913
4,479	4,387	4,667	4,234	4,741	1,000	1,000	2,664
1,597	1,597	1,753	1,565	1,533	1,769	1,818	1,513
3,032	4,387	3,253	2,811	2,137	2,825	2,734	2,664
1,903	2,926	3,253	1,000	3,337	2,825	3,977	3,957
1,903	2,926	4,667	2,811	3,337	4,142	2,734	2,664
4,479	2,926	2,184	4,234	3,337	1,769	2,734	2,664
3,032	4,387	3,253	1,791	2,137	1,769	2,734	1,913
3,032	4,387	3,253	4,234	2,137	2,825	2,734	1,913
3,032	2,926	3,253	2,811	2,137	4,142	3,977	2,664
3,032	4,387	2,184	1,791	3,337	4,142	2,734	3,957
3,032	2,926	3,253	4,234	2,137	4,142	3,977	2,664
4,479	4,387	4,667	4,234	3,337	2,825	2,734	2,664
4,479	4,387	4,667	4,234	4,741	2,825	2,734	1,913
4,479	4,387	4,667	4,234	4,741	4,142	2,734	2,664
3,032	2,926	3,253	4,234	4,741	1,000	3,977	2,664
1,903	1,822	3,253	4,234	2,137	4,142	3,977	1,513
3,032	2,926	4,667	2,811	3,337	1,769	1,000	1,913
4,479	2,926	3,253	4,234	2,137	2,825	2,734	2,664
3,032	4,387	4,667	2,811	3,337	2,825	2,734	1,913
4,479	2,926	4,667	4,234	3,337	4,142	2,734	1,913
3,032	4,387	3,253	4,234	3,337	4,142	5,820	2,664
4,479	2,926	2,184	4,234	3,337	4,142	2,734	3,957
3,032	4,387	3,253	2,811	3,337	2,825	2,734	2,664
3,032	2,926	3,253	4,234	4,741	2,825	2,734	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	4,741	1,769	2,734	2,664
4,479	2,926	4,667	4,234	2,137	1,000	3,977	3,957
4,479	4,387	3,253	4,234	3,337	1,769	3,977	3,957
1,597	1,597	1,753	1,565	1,533	4,142	3,977	1,913

Potensi Pasar Rakyat (Y)							
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8
3,032	4,387	4,667	2,811	3,337	2,825	2,734	3,957
3,032	2,926	3,253	4,234	3,337	2,825	3,977	3,957
3,032	4,387	4,667	2,811	4,741	1,000	2,734	3,957
3,032	2,926	4,667	2,811	2,137	1,769	3,977	2,664
3,032	2,926	4,667	2,811	4,741	2,825	3,977	3,957
3,032	4,387	3,253	4,234	3,337	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	3,253	4,234	3,337	4,142	3,977	3,957
4,479	2,926	3,253	4,234	3,337	4,142	3,977	3,957
3,032	4,387	3,253	4,234	3,337	2,825	3,977	3,957
3,032	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	2,734	2,664
3,032	4,387	3,253	2,811	4,741	2,825	3,977	2,664
4,479	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	2,734	3,957
3,032	2,926	4,667	2,811	4,741	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	3,253	4,234	3,337	2,825	2,734	2,664
3,032	2,926	3,253	2,811	3,337	2,825	2,734	2,664
3,032	2,926	3,253	2,811	4,741	1,000	1,818	2,664
3,032	2,926	3,253	2,811	3,337	1,769	1,818	2,664
3,032	2,926	3,253	2,811	3,337	1,000	1,818	2,664
3,032	2,926	3,253	2,811	3,337	1,000	1,818	2,664
3,032	4,387	3,253	4,234	4,741	1,769	2,734	2,664
4,479	4,387	3,253	4,234	3,337	4,142	1,818	2,664
3,032	2,926	4,667	4,234	3,337	1,000	1,818	3,957
3,032	2,926	4,667	4,234	3,337	1,000	1,818	2,664
3,032	4,387	3,253	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
3,032	2,926	4,667	4,234	3,337	2,825	3,977	3,957
3,032	4,387	3,253	2,811	3,337	2,825	2,734	3,957
3,032	4,387	3,253	2,811	4,741	4,142	3,977	3,957
3,032	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
3,032	4,387	3,253	2,811	4,741	2,825	3,977	2,664
4,479	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	2,734	3,957
3,032	2,926	3,253	4,234	3,337	2,825	3,977	3,957
3,032	4,387	3,253	2,811	3,337	1,769	3,977	3,957
3,032	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,420	1,818	1,000
4,479	2,926	3,253	4,234	3,337	2,825	3,977	3,957

Potensi Pasar Rakyat (Y)							
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8
3,032	2,926	4,667	2,811	4,741	2,825	2,734	2,664
3,032	4,387	3,253	4,234	4,741	4,142	3,977	3,957
3,032	4,387	3,253	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	4,741	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	2,734	3,957
3,032	4,387	4,667	2,811	4,741	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	3,253	4,234	2,137	2,825	3,977	3,957
3,032	4,387	3,253	4,234	3,337	2,825	2,734	2,664
3,032	4,387	3,253	2,811	4,741	4,142	2,734	2,664
3,032	4,387	3,253	2,811	4,741	2,825	3,977	3,957
3,032	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	2,734	3,957
3,032	2,926	4,667	4,234	3,337	2,825	2,734	3,957
3,032	4,387	3,253	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
3,032	4,387	3,253	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
3,032	4,387	3,253	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
3,032	4,387	3,253	4,234	4,741	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	3,253	4,234	3,337	2,825	3,977	3,957
4,479	4,387	3,253	4,234	3,337	2,825	2,734	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	3,253	4,234	3,337	2,825	2,734	3,957
3,032	4,387	3,253	2,811	4,741	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	2,734	3,957
3,032	2,926	3,253	2,811	3,337	2,825	3,977	3,957
4,479	4,387	3,253	4,234	3,337	2,825	3,977	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	3,337	2,825	2,734	3,957
4,479	2,926	4,667	2,811	4,741	2,825	2,734	3,957

Lokasi (X <sub>1</sub> )					Lingkungan (X <sub>2</sub> )				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
3,299	2,773	4,562	2,066	4,579	4,623	3,378	4,499	4,518	3,324
3,299	1,666	2,329	2,066	3,220	2,094	2,256	3,113	2,154	3,324
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,816	1,000	1,000	1,000
2,109	2,773	3,272	3,022	3,220	3,224	4,824	2,037	4,518	3,324
1,753	1,666	3,272	1,000	2,210	3,224	1,000	1,000	1,000	1,753
4,783	4,175	4,562	4,352	3,220	3,224	3,378	3,113	3,173	4,743

Lokasi ( $X_1$ )					Lingkungan ( $X_2$ )				
x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5
4,783	4,175	4,562	4,352	4,579	4,623	4,824	4,499	3,173	3,324
4,783	4,175	4,562	4,352	4,579	4,623	4,824	4,499	4,518	4,743
1,753	1,000	1,681	1,597	1,681	1,597	1,816	1,597	1,653	1,753
4,783	2,773	3,272	4,352	4,579	3,224	3,378	3,113	2,154	3,324
3,299	1,666	3,272	2,066	4,579	3,224	4,824	3,113	4,518	2,218
4,783	2,773	2,329	2,066	3,220	3,224	3,378	2,037	2,154	3,324
3,299	2,773	4,562	3,022	2,210	3,224	3,378	2,037	3,173	3,324
3,299	2,773	2,329	3,022	4,579	4,623	3,378	3,113	4,518	2,218
3,299	4,175	3,272	3,022	3,220	4,623	4,824	3,113	3,173	4,743
4,783	2,773	2,329	3,022	3,220	3,224	3,378	3,113	3,173	3,324
3,299	1,666	3,272	4,352	4,579	1,000	1,816	3,113	1,653	3,324
4,783	2,773	3,272	3,022	3,220	2,094	3,378	2,037	2,154	3,324
4,783	2,773	3,272	2,066	4,579	2,094	3,378	3,113	2,154	3,324
4,783	4,175	4,562	4,352	4,579	3,224	3,378	4,499	3,173	4,743
4,783	4,175	4,562	4,352	4,579	3,224	3,378	3,113	3,173	4,743
3,299	2,773	3,272	4,352	3,220	3,224	4,824	3,113	3,173	4,743
4,783	4,175	4,562	2,066	2,210	3,224	2,256	3,113	3,173	2,218
4,783	4,175	4,562	4,352	4,579	3,224	3,378	3,113	4,518	3,324
3,299	2,773	3,272	3,022	4,579	3,224	4,824	3,113	3,173	3,324
4,783	2,773	3,272	3,022	4,579	3,224	4,824	4,499	3,173	4,743
4,783	4,175	4,562	3,022	3,220	3,224	4,824	4,499	3,173	4,743
4,783	2,773	4,562	4,352	4,579	3,224	4,824	4,499	3,173	3,324
2,109	1,666	2,329	3,022	3,220	2,094	2,256	3,113	2,154	2,218
4,783	2,773	4,562	3,022	3,220	3,224	3,378	4,499	3,173	3,324
4,783	4,175	3,272	4,352	3,220	3,224	3,378	4,499	3,173	3,324
3,299	4,175	4,562	3,022	4,579	3,224	3,378	3,113	4,518	4,743
3,299	4,175	4,562	4,352	4,579	3,224	3,378	3,113	3,173	3,324
4,783	4,175	4,562	3,022	3,220	3,224	3,378	4,499	3,173	4,743
1,753	1,000	1,681	1,597	1,681	1,597	1,816	1,597	1,653	1,753
3,299	2,773	4,562	4,352	3,220	3,224	4,824	4,499	3,173	3,324
4,783	4,175	3,272	3,022	4,579	4,623	3,378	4,499	3,173	4,743
3,299	4,175	3,272	4,352	4,579	4,623	3,378	3,113	4,518	4,743
4,783	4,175	3,272	3,022	4,579	3,224	4,824	3,113	4,518	4,743
3,299	2,773	4,562	4,352	3,220	4,623	3,378	3,113	4,518	3,324
3,299	4,175	3,272	4,352	3,220	4,623	3,378	4,499	3,173	3,324
4,783	2,773	4,562	3,022	4,579	3,224	4,824	4,499	3,173	4,743
3,299	4,175	4,562	4,352	3,220	4,623	3,378	3,113	4,518	3,324

Lokasi ( $X_1$ )					Lingkungan ( $X_2$ )				
x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5
4,783	2,773	4,562	3,022	3,220	3,224	3,378	4,499	3,173	3,324
4,783	2,773	4,562	3,022	3,220	3,224	3,378	4,499	3,173	4,743
4,783	2,773	4,562	3,022	3,220	4,623	3,378	3,113	4,518	4,743
3,299	2,773	4,562	3,022	3,220	4,623	3,378	3,113	4,518	3,324
3,299	4,175	3,272	4,352	3,220	4,623	3,378	4,499	3,173	4,743
3,299	2,773	3,272	3,022	3,220	4,623	3,378	3,113	4,518	3,324
4,783	4,175	4,562	3,022	4,579	3,224	4,824	3,113	3,173	4,743
4,783	4,175	4,562	3,022	4,579	3,224	3,378	4,499	3,173	4,743
3,299	1,666	2,329	2,066	2,210	2,094	2,256	2,037	2,154	3,324
4,783	2,773	3,272	3,022	3,220	3,224	3,378	3,113	3,173	3,324
3,299	2,773	2,329	2,066	2,210	2,094	3,378	2,037	2,154	3,324
3,299	2,773	2,329	3,022	2,210	3,224	3,378	3,113	3,173	2,218
4,783	2,773	2,329	3,022	2,210	3,224	3,378	3,113	3,173	3,324
3,299	4,175	3,272	4,352	3,220	3,224	4,824	3,113	4,518	4,743
4,783	4,175	3,272	3,022	4,579	2,094	3,378	3,113	3,173	4,743
3,299	4,175	3,272	3,022	3,220	2,094	3,378	3,113	2,154	3,324
3,299	2,773	2,329	3,022	3,220	4,623	3,378	3,113	3,173	3,324
3,299	4,175	3,272	3,022	3,220	4,623	4,824	3,113	4,518	3,324
3,299	2,773	3,272	4,352	3,220	4,623	4,824	3,113	4,518	3,324
3,299	2,773	3,272	4,352	3,220	4,623	3,378	4,499	4,518	3,324
3,299	4,175	3,272	3,022	4,579	3,224	4,824	3,113	3,173	4,743
3,299	2,773	4,562	3,022	3,220	3,224	3,378	4,499	3,173	3,324
3,299	2,773	4,562	4,352	3,220	4,623	4,824	4,499	4,518	4,743
3,299	2,773	4,562	4,352	3,220	4,623	4,824	4,499	4,518	3,324
3,299	4,175	3,272	3,022	4,579	3,224	3,378	4,499	3,173	3,324
3,299	2,773	4,562	4,352	4,579	3,224	3,378	3,113	3,173	3,324
3,299	4,175	3,272	4,352	3,220	4,623	3,378	4,499	3,173	4,743
1,753	1,000	1,681	1,597	1,681	1,597	1,816	1,597	1,653	1,753
3,299	2,773	3,272	4,352	3,220	4,623	3,378	3,113	3,173	3,324
3,299	4,175	3,272	4,352	4,579	3,224	3,378	3,113	3,173	3,324
3,299	2,773	4,562	4,352	4,579	3,224	3,378	3,113	3,173	4,743
3,299	2,773	4,562	4,352	4,579	3,224	3,378	3,113	3,173	4,743
3,299	2,773	4,562	3,022	4,579	3,224	3,378	4,499	3,173	3,324
3,299	2,773	4,562	4,352	3,220	2,094	3,378	4,499	3,173	3,324
3,299	2,773	3,272	3,022	4,579	3,224	3,378	3,113	3,173	4,743
3,299	4,175	3,272	4,352	3,220	3,224	4,824	3,113	4,518	3,324
3,299	2,773	4,562	3,022	4,579	3,224	3,378	3,113	4,518	3,324



Lokasi ( $X_1$ )					Lingkungan ( $X_2$ )				
x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5
4,783	2,773	3,272	4,352	3,220	3,224	4,824	3,113	4,518	3,324
3,299	2,773	4,562	3,022	3,220	3,224	4,824	3,113	4,518	3,324
3,299	2,773	4,562	3,022	3,220	3,224	4,824	3,113	4,518	3,324
3,299	4,175	3,272	4,352	3,220	4,623	3,378	4,499	3,173	3,324
3,299	2,773	4,562	3,022	3,220	4,623	3,378	3,113	4,518	3,324
3,299	2,773	3,272	3,022	4,579	3,224	3,378	4,499	4,518	3,324
4,783	4,175	4,562	4,352	4,579	4,623	4,824	4,499	4,518	4,743
3,299	4,175	3,272	4,352	3,220	4,623	3,378	4,499	4,518	4,743
3,299	4,175	3,272	3,022	4,579	3,224	4,824	3,113	4,518	4,743
3,299	2,773	4,562	4,352	4,579	3,224	3,378	4,499	3,173	3,324
3,299	2,773	4,562	3,022	4,579	3,224	3,378	4,499	4,518	3,324
3,299	2,773	4,562	4,352	3,220	4,623	3,378	4,499	3,173	4,743
3,299	2,773	3,272	4,352	4,579	3,224	4,824	4,499	4,518	3,324
3,299	2,773	4,562	4,352	4,579	3,224	3,378	3,113	3,173	3,324
3,299	2,773	4,562	3,022	4,579	3,224	3,378	2,037	3,173	3,324
3,299	2,773	4,562	3,022	4,579	3,224	4,824	3,113	3,173	4,743
3,299	4,175	3,272	4,352	4,579	3,224	3,378	3,113	3,173	3,324
3,299	2,773	2,329	3,022	4,579	3,224	4,824	3,113	3,173	4,743
3,299	4,175	3,272	4,352	3,220	4,623	3,378	3,113	3,173	4,743
4,783	4,175	3,272	4,352	3,220	3,224	4,824	3,113	4,518	3,324

Peluang Usaha ( $X_3$ )					Kesejahteraan Masyarakat ( $X_4$ )				
x3	x3	x3	x3	x3	x4	x4	x4	x4	x4
4,559	3,285	3,129	4,441	4,479	4,243	3,294	2,281	3,485	4,317
3,104	3,285	4,499	3,022	1,940	1,861	3,294	2,281	2,391	2,890
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,816	1,753	1,753	1,533
3,104	3,285	3,129	3,022	3,049	1,861	1,816	2,281	2,391	2,890
1,000	1,753	1,000	1,000	1,000	1,000	2,223	1,000	1,000	1,000
4,559	4,763	2,101	4,441	4,479	4,243	3,294	4,579	4,846	4,317
4,559	4,763	4,499	4,441	4,479	2,926	3,294	4,579	3,485	4,317
4,559	4,763	4,499	4,441	4,479	4,243	4,723	4,579	4,846	4,317
1,597	1,753	1,653	1,653	1,597	1,000	1,816	1,753	1,753	1,818
3,104	3,285	3,129	3,022	3,049	4,243	3,294	3,237	4,846	2,890
3,104	3,285	2,101	4,441	4,479	1,861	3,294	4,579	2,391	4,317
4,559	3,285	2,101	1,979	3,049	2,926	3,294	2,281	2,391	2,890
4,559	4,763	2,101	3,022	1,940	2,926	2,223	3,237	3,485	4,317
3,104	4,763	4,499	3,022	3,049	4,243	4,723	3,237	3,485	4,317

Peluang Usaha ( $X_3$ )					Kesejahteraan Masyarakat ( $X_4$ )				
$X_3$	$X_3$	$X_3$	$X_3$	$X_3$	$X_4$	$X_4$	$X_4$	$X_4$	$X_4$
3,104	3,285	2,101	3,022	3,049	2,926	4,723	3,237	4,846	4,317
3,104	3,285	3,129	3,022	3,049	2,926	3,294	2,281	3,485	2,890
4,559	4,763	3,129	1,653	3,049	4,243	2,223	3,237	2,391	4,317
3,104	3,285	3,129	3,022	3,049	1,861	3,294	3,237	4,846	4,317
4,559	4,763	3,129	3,022	4,479	4,243	4,723	4,579	4,846	4,317
4,559	4,763	4,499	4,441	4,479	2,926	4,723	4,579	4,846	4,317
4,559	4,763	4,499	4,441	4,479	2,926	4,723	4,579	3,485	4,317
4,559	3,285	3,129	4,441	3,049	2,926	4,723	3,237	3,485	4,317
3,104	3,285	1,653	3,022	3,049	1,861	1,816	3,237	2,391	1,818
3,104	3,285	3,129	4,441	4,479	2,926	3,294	3,237	3,485	2,890
3,104	4,763	4,499	4,441	3,049	4,243	4,723	3,237	4,846	2,890
3,104	4,763	3,129	3,022	4,479	2,926	3,294	4,579	3,485	2,890
3,104	4,763	4,499	4,441	3,049	2,926	3,294	4,579	4,846	4,317
3,104	4,763	3,129	3,022	4,479	4,243	3,294	3,237	3,485	4,317
3,104	3,285	4,499	4,441	1,940	4,243	4,723	4,579	4,846	4,317
1,940	3,285	3,129	3,022	4,479	2,926	4,723	4,579	3,485	2,890
3,104	2,109	3,129	3,022	4,479	2,926	3,294	4,579	3,485	4,317
1,940	3,285	3,129	3,022	4,479	2,926	3,294	4,579	4,846	2,890
4,559	3,285	4,499	4,441	3,049	1,861	3,294	3,237	4,846	2,890
3,104	3,285	3,129	3,022	4,479	2,926	3,294	2,281	3,485	4,317
1,597	1,753	1,653	1,653	1,597	1,000	1,816	1,753	1,753	1,533
3,104	4,763	3,129	3,022	4,479	2,926	4,723	3,237	3,485	4,317
3,104	4,763	3,129	4,441	3,049	2,926	4,723	4,579	3,485	4,317
3,104	3,285	3,129	4,441	3,049	4,243	3,294	4,579	4,846	2,890
3,104	4,763	3,129	4,441	3,049	4,243	4,723	3,237	4,846	2,890
3,104	3,285	3,129	4,441	3,049	2,926	4,723	3,237	2,391	2,890
4,559	3,285	3,129	3,022	4,479	2,926	3,294	4,579	3,485	4,317
3,104	3,285	4,499	3,022	4,479	2,926	3,294	4,579	3,485	4,317
3,104	3,285	3,129	3,022	4,479	1,861	3,294	4,579	3,485	2,890
3,104	4,763	3,129	4,441	3,049	2,926	4,723	3,237	2,391	2,890
3,104	3,285	3,129	3,022	3,049	4,243	3,294	3,237	3,485	4,317
3,104	3,285	4,499	3,022	4,479	2,926	3,294	3,237	4,846	2,890
3,104	4,763	3,129	3,022	4,479	2,926	3,294	4,579	3,485	2,890
3,104	3,285	4,499	3,022	3,049	2,926	4,723	3,237	3,485	2,890
4,559	3,285	4,499	3,022	4,479	2,926	4,723	3,237	4,846	4,317
3,104	4,763	4,499	3,022	4,479	2,926	3,294	4,579	3,485	4,317
3,104	4,763	4,499	3,022	4,479	2,926	3,294	4,579	3,485	1,818

Peluang Usaha ( $X_3$ )					Kesejahteraan Masyarakat ( $X_4$ )				
$X_3$	$X_3$	$X_3$	$X_3$	$X_3$	$X_4$	$X_4$	$X_4$	$X_4$	$X_4$
1,940	2,109	2,101	1,979	3,049	1,861	3,294	3,237	3,485	2,890
3,104	3,285	3,129	3,022	3,049	2,926	3,294	3,237	3,485	2,890
1,940	3,285	3,129	1,979	1,940	2,926	3,294	2,281	2,391	2,890
3,104	3,285	3,129	3,022	3,049	2,926	3,294	3,237	3,485	2,890
3,104	3,285	3,129	3,022	3,049	2,926	3,294	3,237	3,485	2,890
4,559	4,763	3,129	3,022	4,479	4,243	4,723	4,579	3,485	4,317
4,559	3,285	3,129	3,022	3,049	2,926	3,294	3,237	3,485	4,317
4,559	3,285	4,499	3,022	4,479	2,926	3,294	4,579	3,485	2,890
3,104	4,763	3,129	3,022	3,049	2,926	4,723	4,579	4,846	2,890
3,104	3,285	4,499	3,022	3,049	4,243	3,294	4,579	3,485	2,890
4,559	3,285	3,129	3,022	3,049	4,243	4,723	3,237	4,846	4,317
4,559	3,285	4,499	3,022	4,479	2,926	3,294	4,579	3,485	4,317
3,104	3,285	4,499	3,022	4,479	2,926	4,723	3,237	3,485	4,317
4,559	3,285	3,129	4,441	3,049	2,926	4,723	3,237	3,485	2,890
3,104	3,285	3,129	4,441	3,049	4,243	3,294	4,579	3,485	2,890
3,104	3,285	3,129	4,441	3,049	4,243	3,294	3,237	3,485	4,317
4,559	3,285	3,129	4,441	3,049	1,861	4,723	3,237	3,485	2,890
4,559	3,285	4,499	3,022	4,479	2,926	4,723	3,237	4,846	2,890
3,104	3,285	3,129	3,022	4,479	4,243	3,294	3,237	4,846	2,890
1,597	1,753	1,653	1,653	1,597	1,000	1,000	1,753	1,753	1,000
4,559	3,285	3,129	4,441	3,049	2,926	3,294	4,579	3,485	4,317
4,559	4,763	4,499	4,441	3,049	1,861	4,723	3,237	3,485	4,317
4,559	3,285	4,499	4,441	3,049	2,926	4,723	3,237	3,485	2,890
3,104	3,285	3,129	4,441	3,049	4,243	3,294	4,579	3,485	2,890
4,559	4,763	4,499	4,441	4,479	1,861	3,294	4,579	3,485	4,317
3,104	3,285	4,499	3,022	3,049	4,243	3,294	3,237	4,846	2,890
3,104	3,285	3,129	4,441	3,049	4,243	3,294	4,579	2,391	2,890
4,559	3,285	3,129	4,441	3,049	2,926	4,723	3,237	3,485	2,890
3,104	3,285	3,129	3,022	3,049	1,861	3,294	4,579	3,485	4,317
3,104	3,285	4,499	3,022	3,049	2,926	3,294	4,579	2,391	4,317
3,104	3,285	4,499	3,022	3,049	2,926	4,723	3,237	3,485	4,317
3,104	4,763	3,129	3,022	3,049	4,243	3,294	4,579	3,485	2,890
4,559	3,285	3,129	4,441	3,049	2,926	3,294	4,579	3,485	2,890
3,104	3,285	3,129	3,022	4,479	2,926	4,723	3,237	4,846	2,890
3,104	4,763	3,129	4,441	3,049	4,243	3,294	3,237	4,846	4,317
3,104	4,763	4,499	3,022	4,479	2,926	4,723	4,579	3,485	4,317
3,104	4,763	3,129	3,022	3,049	4,243	3,294	4,579	3,485	2,890

Peluang Usaha ( $X_3$ )					Kesejahteraan Masyarakat ( $X_4$ )				
$x_3$	$x_3$	$x_3$	$x_3$	$x_3$	$x_4$	$x_4$	$x_4$	$x_4$	$x_4$
3,104	3,285	4,499	4,441	3,049	2,926	3,294	3,237	4,846	2,890
4,559	4,763	4,499	4,441	4,479	2,926	4,723	3,237	4,846	4,317
3,104	4,763	4,499	3,022	3,049	4,243	3,294	4,579	3,485	2,890
3,104	4,763	4,499	4,441	3,049	4,243	3,294	3,237	4,846	4,317
3,104	3,285	3,129	4,441	3,049	2,926	4,723	3,237	3,485	2,890
4,559	3,285	3,129	4,441	3,049	2,926	3,294	4,579	3,485	2,890
4,559	3,285	3,129	4,441	3,049	1,861	4,723	4,579	4,846	2,890
3,104	4,763	3,129	3,022	3,049	4,243	3,294	4,579	4,846	2,890
3,104	3,285	4,499	3,022	3,049	2,926	3,294	3,237	4,846	2,890
3,104	3,285	4,499	3,022	4,479	2,926	4,723	3,237	3,485	4,317
3,104	4,763	3,129	3,022	3,049	4,243	3,294	4,579	3,485	4,317
3,104	3,285	2,101	3,022	3,049	1,861	4,723	4,579	3,485	2,890

## Lampiran 5 : Hasil Uji Regresi Menggunakan SPSS

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.23630789
	Absolute	.088
Most Extreme Differences	Positive	.059
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.882
Asymp. Sig. (2-tailed)		.419

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### b. Uji Multikolinearitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.438	1.429		4.505	.000		
Lokasi	.279	.132	.225	2.113	.037	.298	3.355
Lingkungan	.193	.111	.162	1.736	.086	.387	2.582
Peluang Usaha	.320	.141	.257	2.275	.025	.265	3.780
Kesejahteraan Masyarakat	.348	.126	.275	2.752	.007	.338	2.962

a. Dependent Variable: Potensi Pasar

### c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.341	.865		2.707	.008
Lokasi	-.022	.080	-.051	-.271	.787
1 Lingkungan	.025	.067	.062	.378	.706
Peluang Usaha	.046	.085	.107	.539	.591
Kesejahteraan Masyarakat	-.082	.076	-.189	-1.078	.284

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## 2. Hasil Regresi

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.438	1.429		4.505	.000
Lokasi	.279	.132	.225	2.113	.037
1 Lingkungan	.193	.111	.162	1.736	.086
Peluang Usaha	.320	.141	.257	2.275	.025
Kesejahteraan Masyarakat	.348	.126	.275	2.752	.007

a. Dependent Variable: Potensi Pasar

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1047.464	4	261.866	50.246	.000 <sup>b</sup>
Residual	495.106	95	5.212		
Total	1542.570	99			

a. Dependent Variable: Potensi Pasar

b. Predictors: (Constant), Kesejahteraan Masyarakat, Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 <sup>a</sup>	.679	.666	2.28290

a. Predictors: (Constant), Kesejahteraan Masyarakat, Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha

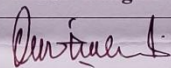

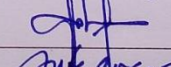
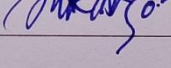
## Lampiran 6 : Lembar Revisi Seminar Proposal Skripsi

### LEMBAR REKOMENDASI PENGUJI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI (SPS)

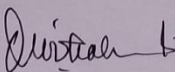
Yang bertanda tangan di bawah ini tim penguji pada Seminar Proposal Skripsi menyatakan bahwa :

Nama : Asep Kusdana  
 NIM : 193401012  
 Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
 Tanggal SPS : 22 Juni 2023  
 Judul : Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

Telah menyelesaikan perbaikan Proposal Skripsi yang diajukan sesuai dengan hal-hal yang telah direkomendasikan oleh tim penguji pada waktu Seminar Proposal Skripsi. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

No	Nama Dosen	Status	Tanda Tangan	Tanggal Revisi
1	Dwi Hastuti Lestari Komarlina, S.E., M.Si.	Pembimbing I		08/07/2023
2	Ignatia Bintang Filia Dei Susilo, S.Si., M.Sc.	Pembimbing II		08/07/2023
3	Dr. H. Asep Yusup Hanapia, S.E., M.P.	Penguji I		08/07/2023
4	H. Aso Sukarso, S.E., M.E.	Penguji II		08/07/2023

Tasikmalaya, Juli 2023  
 Mengetahui,  
 Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

  
 (Dwi Hastuti Lestari Komarlina, S.E., M.Si.)  
 NIDN : 0426026301

## Lampiran 7 : Lembar Revisi Sidang Naskah Skripsi

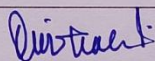

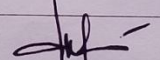
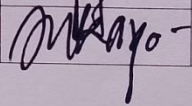
### LEMBAR REKOMENDASI PENGUJI

#### SIDANG NASKAH SKRIPSI

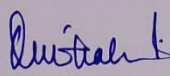
Yang bertanda tangan di bawah ini tim penguji pada Sidang Naskah Skripsi menyatakan bahwa :

Nama : Asep Kusdana  
 NIM : 193401012  
 Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
 Tanggal Sidang : 22 Desember 2023  
 Judul : Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

Telah menyelesaikan perbaikan Sidang Naskah Skripsi yang diajukan sesuai dengan hal-hal yang telah direkomendasikan oleh tim penguji pada waktu Sidang Naskah Skripsi. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

No	Nama Dosen	Status	Tanda Tangan	Tanggal Revisi
1	Dwi Hastuti Lestari Komarlina, S.E., M.Si.	Pembimbing I		09/01/2024
2	Ignatia Bintang Fillia Dei Susilo, F.D.S., S.Si., M.Sc., CSBA.	Pembimbing II		09/01/2024
3	Dr. H. Asep Yusup Hanapia, S.E., M.P.	Penguji I		09/01/2024
4	H. Aso Sukarso, S.E., M.E.	Penguji II		09/01/2024

Tasikmalaya, Januari 2024  
 Mengetahui,  
 Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



(Dwi Hastuti Lestari Komarlina, S.E., M.Si.)  
 NIDN : 0426026301



**Lampiran 8 : Gambar Lokasi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya**

**Lampiran 9 : Jadwal Matriks Penelitian**

<b>Keterangan</b>	<b>Bulan</b>											
<i>Timeline</i>	<b>Januari</b>	<b>Februari</b>	<b>Maret</b>	<b>April</b>	<b>Mei</b>	<b>Juni</b>	<b>Juli</b>	<b>Agustus</b>	<b>September</b>	<b>Oktober</b>	<b>November</b>	<b>Desember</b>
Pengajuan Judul Skripsi dan ACC Pembimbing												
Penyusunan Draft Usulan Penelitian												
Sidang Seminar Usulan Penelitian												
Revisi Draft Usulan Penelitian												
Pencarian Data												
Penyusunan Draft Naskah Skripsi												
Sidang Naskah Skripsi												
Revisi Draft Naskah Skripsi												

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

## BIODATA PENULIS



### DATA DIRI

Nama : Asep Kusdana  
Tempat, Tanggal Lahir : Kota Tasikmalaya, 15 Februari 2001  
Alamat : Kota Tasikmalaya, Jalan Asrama Nyantong  
RT 009/RW 0007, Kecamatan Tawang, Kelurahan  
Kahuripan, Kode Pos 46115  
E-mail : [asepaskuri16@gmail.com](mailto:asepaskuri16@gmail.com)  
Nomor Tlpn & Whats App : 0819 9586 5463 & 0838 2676 0493  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam

### PENDIDIKAN FORMAL

2007-2013 : SDN Nyantong  
2013-2016 : SNPN 9 Kota Tasikmalaya  
2016-2019 : SMAN 3 Kota Tasikmalaya  
2019-2023 : PTN Universitas Siliwangi

### RIWAYAT ORGANISASI

2019 : MUBESMA FEB Universitas Siliwangi  
2020 : MUBESMA FEB Universitas Siliwangi  
2021 : BEM-FEB PHOENIX Universitas Siliwangi  
2022 : BEM-FEB AGGRANDIZE Universitas Siliwangi  
2022 : HMI LAFRAN Universitas Siliwangi  
2023 : GERMADES Gerakan Membangun Desa