

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pasar

Menurut Sulisty (2010), pasar secara luas diartikan sebagai wadah kota untuk berkumpulnya pedagang dan pembeli serta berfungsi sebagai penampung barang dagangan. Pendefinisian tersebut juga selaras dengan pendefinisian pasar secara hukum, dimana berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 pasar merupakan tempat bertemu dan bertransaksinya penjual dengan pembeli serta memiliki lokasi yang konkret atau nyata. Pendapat yang dikemukakan oleh Mankiv (2008) semakin mendukung pernyataan mengenai pasar di atas, dimana pasar terbentuk karena adanya transaksi atau interaksi antara penjual dan pembeli akibat dari adanya *demand* dan *supply*. Dengan ini maka, dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan sebuah wadah konkret yang terbentuk karena adanya interaksi antara penjual dan pembeli sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan konsumen dari penyediaan kebutuhan oleh pedagang.

2.2 Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan turunan dari pengertian pasar secara luas yang memiliki sistem pelayanan tradisional serta lebih simpel jika dibandingkan pasar modern (Rahayu dkk, 2014). Pasar tradisional merupakan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dan saling melakukan tawar menawar harga hingga mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak (Asribestari, 2013). Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007, pasar tradisional diartikan sebagai tempat perdagangan yang dapat dibangun dan dikelola oleh pemerintah, BUMN, BUMD, dan swasta dalam bentuk toko, kios, los, atau tenda dengan proses jual beli melalui tawar – menawar. Menurut Rizal (2013) pasar tradisional memiliki posisi yang cukup vital bagi perekonomian kerakyatan, dimana hal serupa dikemukakan juga oleh Wahyudi (2019) yang mengemukakan bahwa pasar tradisional merupakan bentuk dari ekonomi kerakyatan di Indonesia. Dengan ini maka dapat disimpulkan bahwa pasar tradisional merupakan tempat

bertransaksinya penjual dan pembeli berupa kegiatan tawar menawar harga dengan sistem pelayanan masih tradisional. Keberadaan pasar tradisional juga menjadi penting karena pasar tradisional diyakini sebagai bentuk dari ekonomi kerakyatan di Indonesia.

2.3 Karakteristik Pasar Tradisional

Di setiap daerah memiliki pasar tradisional yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari masyarakat. Secara umum, pasar tradisional memiliki karakteristik yang relatif sama di setiap daerah. Menurut Fanani (2013) yang melakukan penelitian dengan studi kasus pasar – pasar tradisional di Surabaya, menyebutkan pasar tradisional memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Kondisi kebersihan yang rendah (kotor)

Menurut Fanani (2013) pasar tradisional umumnya memiliki kondisi kebersihan yang kurang terjaga, dimana kondisi ini ditandai dengan adanya sampah yang berserakan baik sampah para pedagang atau sampah yang dibawa oleh pengunjung. Pendapat serupa dikemukakan oleh Ali Topan (2018), dimana ketika terdapat sampah berserakan dan terdapat sisa – sisa dagangan yang tidak dapat digunakan kembali oleh pedagang berserakan maka sebuah pasar dikatakan kotor atau memiliki tingkat kebersihan yang rendah.

2. Kondisi pencahayaan yang relatif rendah

Dalam dunia kesehatan, sebuah ruangan dikatakan memiliki pencahayaan yang rendah apabila dalam ruangan tersebut tingkat penyinaran yang dihasilkan tidak memenuhi standar pencahayaan untuk sebuah kegiatan (Kepmenkes No. 1405 Tahun 2002). Menurut Fanani (2013) kondisi penerangan pasar yang rendah diartikan sebagai kurangnya pencahayaan yang berada di dalam bangunan pasar, sehingga menimbulkan kesan yang gelap. Jika disimpulkan, pencahayaan yang rendah adalah sebuah tingkat penyinaran yang berada di bawah standar pencahayaan yang dapat menimbulkan kesan gelap pada sebuah ruang.

3. Kondisi pasar becek/tergenang

Menurut Fanani (2013) pasar tradisional umumnya memiliki kondisi yang relatif becek. Menurut Anggraini (2016), sebuah bangunan dikatakan basah ketika pada bangunan tersebut terdapat sebuah genangan air yang menyebabkan lingkungan bangunan menjadi basah.

4. Kondisi koridor pasar rusak atau berlubang

Secara umum kondisi rusak merupakan sebuah kondisi sebuah produk yang tidak sesuai dengan standar mutu, namun masih dapat diperbaiki dengan mengeluarkan biaya tertentu (Bustami dan Nurlela, 2009). Dan dalam konteks pasar tradisional, kondisi pasar yang dikatakan rusak adalah terdapat beberapa bagian pasar yang sudah tidak sesuai dengan semestinya, seperti koridor pasar yang berlubang (Fanani, 2013).

Pendapat serupa dikemukakan oleh Rufaidah (2008) yang melakukan penelitian pada pasar – pasar di Kota Bandung, dimana ditemukan karakteristik pasar tradisional sebagai berikut:

1. Kondisi kebersihan rendah

Menurut Rufaidah (2008) kebersihan pasar yang rendah ini dinilai dari keberadaan sampah pada area sekitar pasar. Menurut Indra (2011) secara umum kebersihan suatu ruangan dapat dinilai berdasarkan pada kerapihan tata letak benda dalam ruangan, kebersihan lantai, dan ketersediaan sarana persampahan. Dengan demikian, suatu ruang dapat dikatakan memiliki kualitas kebersihan yang baik ketika pada ruangan tersebut tidak terdapat sampah berserakan, memiliki kerapihan ruangan yang baik, lantai yang bersih, dan dilengkapi dengan sarana persampahan yang memadai.

2. Kondisi pasar relatif gelap

Secara umum, kondisi pasar yang gelap disebabkan oleh sistem pencahayaan yang kurang memadai. Menurut Anggraini (2016), kondisi pencahayaan suatu ruangan dapat dinilai berbeda – beda oleh setiap orang, karena penilaian yang dilakukan berupa kualitas seperti terang atau tidak suatu ruangan yang dirasakan oleh seseorang. Dan menurut Indra (2011) pencahayaan suatu ruangan dapat dinilai

berdasarkan kinerja pencahayaan dari lampu yang digunakan dan jenis lampu yang digunakan.

3. Kondisi pasar becek

Kondisi pasar yang becek ini menurut Rufaidah (2008) disebabkan oleh adanya genangan dalam ruangan pasar yang disebabkan oleh kurang baiknya kondisi atap bangunan.

Menurut Mudradjad (2008) pasar tradisional secara umum memiliki karakteristik yang sama, yaitu:

1. Kumuh

Pada dasarnya tingkat kekumuhan dapat disebabkan oleh berbagai macam faktor. Jika dikaitkan dengan sebuah bangunan pasar, maka kekumuhan pasar disebabkan oleh kualitas sarana dan prasarana pasar dan kepadatan bangunan. Dan menurut Krisandriyana (2019), kekumuhan dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti kualitas sarana dan prasarana, lahan yang digunakan, tata ruang, sosial budaya, status kepemilikan bangunan, dan usia bangunan.

2. Pedagang tidak teratur

Salah satu karakteristik pasar tradisional yang dikemukakan oleh Mudradjad (2008) adalah letak pedagang yang tidak teratur, dimana letak dari lapak – lapak dagangan para pedagang di pasar tradisional cenderung tidak tersusun rapi atau mendirikan lapak sendiri tanpa memperhatikan ketersediaan ruang. Letak pedagang yang tidak teratur yang dimaksud adalah letak kios pedagang yang tidak tersusun atau letaknya tidak tertata, sehingga mempengaruhi kemudahan orang untuk bermobilitas (Anggraini, 2016).

3. Kebersihan pasar rendah

Pada dasarnya karakteristik pasar tradisional terkait kondisi kebersihan pasar tradisional yang dikemukakan oleh Mudradjad (2008) ini relatif sama dengan pendapat – pendapat lainnya, yaitu dinilai berdasarkan keberadaan sampah pada area bangunan.

Berdasarkan pendapat terkait karakteristik kondisi pasar tradisional di atas, maka dapat disimpulkan karakteristik pasar tradisional melalui tabel dibawah ini:

Tabel 2.1 Sintesa Karakteristik Kondisi Pasar Tradisional

Karakteristik Kondisi Pasar	Fanani (2013)	Rufaidah (2008)	Mudradjad (2008)
Kebersihan rendah	✓	✓	✓
Pencahayaan kurang	✓	✓	
Terdapat genangan/becek	✓	✓	

Sumber: Penulis, 2020

Berdasarkan sintesa teori terkait karakteristik kondisi pasar tradisional di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 karakteristik umum pasar tradisional, yaitu kebersihan yang rendah, pencahayaan yang kurang, dan kondisi pasar becek akibat genangan.

2.4 Kenyamanan Pasar Tradisional

Pasar tradisional sebagai salah satu wadah untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari konsumen, tentunya harus mampu memberikan pelayanan dan kenyamanan bagi konsumen. Menurut Masyhuri (2017), kenyamanan tempat berbelanja mempengaruhi minat belanja konsumen. Menurut Hutagalung (2015) kenyamanan bersifat individual, yang artinya sebuah rasa senang dan sejahtera yang dirasakan oleh individu tersebut. Jika dilihat dari segi perbelanjaan, kenyamanan adalah tempat dimana konsumen atau pengunjung merasa yakin untuk melakukan pembelian (Khair, 2013). Terdapat 7 faktor yang mempengaruhi kenyamanan berbelanja konsumen (Ali Topan, 2018), yaitu:

1. Kelembaban

Kelembaban merupakan tingkat kekeringan atau basahnya suatu tempat. Dalam mengukur kelembaban ini dapat dilihat dari adanya genangan atau tidak serta basah atau tidak koridor pasar.

2. Aroma

Aroma dalam menilai kenyamanan pasar berupa pendapat dari para konsumen terkait sedap atau tidaknya aroma yang tercium di sekitar area pasar ketika berbelanja.

3. Penghawaan

Penghawaan di dalam pasar akan mempengaruhi kenyamanan berbelanja karena penghawaan dapat mempengaruhi kesegaran udara dan suhu di dalam ruangan pasar.

4. Keindahan

Penilaian keindahan dalam mengetahui kenyamanan pasar dapat dinilai melalui kondisi fisik bangunan pasar yang didasarkan pada pendapat konsumen terkait baik atau tidaknya kondisi fisik bangunan pasar.

5. Kebersihan

Kebersihan menjadi salah satu faktor penting, dimana kebersihan ini ditinjau melalui keberadaan sampah yang berserakan di koridor atau sekitar pasar.

6. Pencahayaan

Pencahayaan pasar menjadi salah satu faktor kenyamanan konsumen, dimana berdasarkan pada pendapat konsumen terkait pencahayaan dalam pasar.

7. Kemudahan Sirkulasi

Kemudahan yang dimaksud dalam faktor kenyamanan pasar adalah berdasarkan segi sirkulasi pengunjung dalam pasar, terkait terganggu atau tidaknya konsumen dalam berjalan di koridor pasar.

Beberapa pendapat serupa dikemukakan oleh Anggraini (2016) terkait faktor yang mempengaruhi kenyamanan pasar tradisional. Berikut faktor – faktor yang mempengaruhi kenyamanan berbelanja konsumen:

1. Keindahan

Keindahan yang dimaksud adalah kenyamanan visual atau bagus dan tidaknya ketika melihat bangunan pasar.

2. Kebersihan

Kebersihan yang dimaksud adalah keterjangkauan fasilitas persampahan dan keberadaan sampah yang berserakan di area pasar.

3. Kemudahan Sirkulasi

Kemudahan sirkulasi ini merupakan penilaian terhadap kemudahan konsumen dalam melakukan mobilitas di dalam pasar.

4. Kebisingan

Kebisingan yang menjadi penilaian dalam kenyamanan konsumen adalah terganggu atau tidaknya konsumen dengan suara – suara yang ada di luar pasar.

5. Pencahayaan

Pencahayaan yang dimaksud adalah terkait pendapat konsumen terhadap gelap atau tidaknya kondisi dalam pasar

6. Penghawaan

Penghawaan dalam penilaian kenyamanan ini adalah hawa yang dirasakan konsumen terkait segar atau tidaknya udara di dalam pasar.

7. Keamanan

Keamanan yang menjadi penilaian adalah rasa aman yang dirasakan oleh konsumen ketika berbelanja dari tindak kejahatan.

8. Kondisi Fasilitas

Kondisi fasilitas yang dimaksud dalam penilaian ini adalah kondisi toilet, kondisi area parkir, kondisi persampahan, dan lain sebagainya.

9. Bentuk Bangunan

Bentuk bangunan akan berpengaruh pada daya tarik pengunjung dan kenyamanan pengunjung ketika berada di dalam bangunan, dimana ketika suatu bangunan memiliki ornamen yang menarik maka pengunjung tidak merasa cepat jenuh.

Pendapat terkait faktor kenyamanan lain dikemukakan oleh Anugerah (2018) menyatakan bahwa nyaman seseorang secara umum mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan aktivitas. Berikut faktor – faktor kenyamanan yang dikemukakan oleh Anugerah (2018):

1. Sirkulasi

Sirkulasi yang dimaksudkan mempengaruhi kenyamanan adalah mudah atau tidaknya akses untuk menuju suatu lokasi. Sirkulasi ini menjadi cukup penting dalam mempengaruhi kenyamanan seseorang sebab seseorang akan merasa nyaman ketika proses perpindahannya tidak merasa terganggu.

2. Iklim

Iklm akan mempengaruhi kenyamanan seseorang untuk melakukan sebuah aktivitas. Iklm ini akan mempengaruhi beberapa aspek lain, sehingga dapat berpengaruh pula pada kenyamanan seseorang dalam beraktivitas.

3. Kebisingan

Kebisingan akan mempengaruhi kenyamanan seseorang, ketika suatu lokasi memiliki tingkat kebisingan yang tinggi mayoritas orang akan merasa kurang nyaman dengan kondisi ini.

4. Aroma

Kualitas udara atau bau yang dimiliki sebuah ruang dapat menimbulkan rasa kurang nyaman terhadap seseorang, terlebih jika bau yang dihasilkan merupakan bau yang kurang sedap. Dengan ini maka ruang yang digunakan harus memiliki aroma yang sedap dan tidak mengganggu kenyamanan orang lain.

5. Bentuk Bangunan

Bentuk fisik dari wadah atau tempat beraktivitas akan berpengaruh pada tingkat kenyamanan seseorang dalam beraktivitas pada wadah tersebut. Bentuk yang dimaksud adalah kualitas dari fisik bangunan yang menjadi tempat beraktivitas.

6. Keamanan

Tingkat keamanan suatu ruang aktivitas akan berpengaruh pada nyaman atau tidak seseorang beraktivitas. Ketika suatu tempat memiliki tingkat kriminalitas yang tinggi, maka seseorang akan tidak nyaman atau gelisah ketika beraktivitas pada tempat tersebut dan akan mempengaruhi penilaian seseorang dalam memilih lokasi tersebut.

7. Kebersihan

Kebersihan suatu tempat atau ruang akan mempengaruhi kenyamanan. Kebersihan ini akan berpengaruh pada aspek – aspek lain yang ada, seperti aroma dan lain sebagainya.

8. Keindahan

Keindahan yang dimaksudkan dalam faktor ini adalah nilai estetika suatu wadah berdasarkan penilaian seseorang. Ketika seseorang merasa

sebuah wadah memiliki keindahan yang cukup tinggi, maka seseorang tersebut dapat merasa nyaman berada pada lokasi tersebut.

9. Kelembapan

Kelembapan yang ada di dalam pasar dapat mempengaruhi kenyamanan berbelanja, selain itu kelembapan juga dapat mempengaruhi tingkat kesehatan suatu bangunan.

Pendapat serupa dikemukakan oleh Ibrahim et al (2019), dimana terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan seseorang untuk beraktivitas. Berikut faktor – faktor yang mempengaruhi kenyamanan seseorang menurut Ibrahim et al (2019):

1. Aroma

Aroma yang dimaksud adalah bau – bauan yang dihasilkan atau ditimbulkan dari tempat beraktivitas, sehingga bau – bauan ini akan mempengaruhi kenyamanan seseorang.

2. Sirkulasi

Sirkulasi merupakan kegiatan lalu lalang atau kegiatan perpindahan, yang mana sirkulasi dapat terganggu ketika jalur atau koridor yang dilalui terhalang oleh benda lain.

3. Iklim

Iklim merupakan kondisi cuaca pada suatu tempat. Iklim suatu tempat dapat mempengaruhi kenyamanan seseorang karena berhubungan dengan cuaca dan temperatur suatu tempat.

4. Kebisingan

Kebisingan merupakan suatu intensitas suara yang dihasilkan suatu kegiatan. Kebisingan dapat mengganggu kenyamanan seseorang jika intensitas suara yang dihasilkan mengganggu konsentrasi dan kegiatan.

5. Keindahan

Keindahan suatu objek berhubungan dengan penilaian setiap individu terkait estetika objek yang dinilai. Penilaian keindahan suatu objek oleh setiap orang dapat berbeda – beda.

6. Kebersihan

www.itk.ac.id

Kebersihan merupakan salah satu aspek yang berkaitan dengan kenyamanan. Ketika suatu tempat memiliki tingkat kebersihan yang tinggi, maka seseorang akan semakin merasa nyaman berada di tempat tersebut.

7. Keamanan

Keamanan berhubungan dengan tingkat kriminalitas suatu tempat, dimana ketika suatu tempat memiliki tingkat kriminalitas yang rendah maka sistem keamanan yang ada pada tempat tersebut dapat digolongkan baik. Dan keamanan ini akan mempengaruhi kenyamanan seseorang, karena jika tingkat keamanan suatu tempat tinggi maka individu yang berada di dalamnya akan merasa tenang dan nyaman.

8. Penerangan

Penerangan berhubungan dengan sistem pencahayaan pada suatu tempat tertentu. Dengan penerangan yang memadai, maka kegiatan – kegiatan yang ada dapat berjalan dengan baik.

Menurut Clulow dan Reimes (2009), ada 2 faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam berbelanja, yaitu:

1. Waktu

Waktu yang dimaksud adalah berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menuju sebuah pasar.

2. Harga jual

Harga jual produk juga mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam berbelanja, dimana konsumen lebih merasa nyaman berbelanja pada pasar yang memiliki harga jual produk lebih rendah serta kemudahan konsumen untuk mendapatkan harga terendah dari sebuah penawaran juga akan mempengaruhi kenyamanan konsumen.

Pendapat serupa juga dikemukakan oleh El Adly (2007), dimana pendapatnya mengatakan bahwa ada 3 faktor yang mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam berbelanja, yaitu:

1. Waktu

Waktu yang dimaksud adalah waktu operasional pasar. Waktu operasional pasar mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam

berbelanja, dimana semakin lama waktu operasional pasar semakin banyak kesempatan konsumen untuk berbelanja pada pasar tersebut.

2. Sirkulasi

Kemudahan konsumen dalam melakukan pergerakan akan menambah kenyamanan berbelanja konsumen. Semakin leluasa konsumen untuk bergerak, maka semakin nyaman konsumen untuk berbelanja. Selain itu, kemudahan pasar untuk diakses dan kemudahan jalan menuju pasar juga akan mempengaruhi kenyamanan konsumen.

3. Fasilitas pendukung

Fasilitas pendukung pasar akan menunjang rasa nyaman konsumen untuk berbelanja, seperti lahan parkir, toilet, kebersihan, alat pemadam api, dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil penelitian Grewal et al (2009), kenyamanan konsumen ditentukan oleh 3 hal. Berikut yang hal – hal yang mempengaruhi kenyamanan konsumen:

1. Harga jual

Harga jual produk akan mempengaruhi minat berbelanja konsumen pada suatu tempat perbelanjaan dan secara tidak langsung juga akan mempengaruhi kenyamanan konsumen untuk berbelanja. Semakin murah harga jual produk yang ditawarkan, semakin tertarik konsumen untuk berbelanja.

2. Waktu

Waktu yang dimaksud adalah waktu tempuh menuju pasar. Waktu tempuh ini akan mempengaruhi suasana hati konsumen, dimana semakin lama waktu tempuh yang dibutuhkan maka akan semakin menurunkan minat dan kenyamanan belanja konsumen.

3. Lokasi

Lokasi pasar berpengaruh pada kenyamanan konsumen, dimana semakin dekat lokasi pasar dengan tempat tinggal konsumen akan semakin mendorong minat dan kenyamanan konsumen untuk berbelanja pada pasar tersebut.

Menurut Kezia Mkwizu et al (2019), 3 faktor berikut ini mempengaruhi konsumen untuk berbelanja:

1. Lokasi

Letak dari pasar yang strategis akan mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja, dimana semakin dekat dengan permukiman konsumen akan meningkatkan minat belanja dan kenyamanan konsumen.

2. Tenaga penjual

Tenaga penjual adalah orang yang akan langsung berinteraksi dengan pembeli atau konsumen. Pengetahuan dan cara penyampaian yang baik dalam memasarkan produk secara tidak langsung akan berpengaruh pada kenyamanan konsumen untuk berbelanja.

3. Tata letak produk dalam kios

Tata letak produk akan berpengaruh pada minat kunjung konsumen. Konsumen akan lebih tertarik untuk berbelanja pada tempat yang memiliki tata letak produk yang rapi, sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan barang yang dicari.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat dilakukan sintesa teori terkait faktor – faktor yang mempengaruhi kenyamanan berbelanja konsumen. Berikut tabel sintesa teori faktor – faktor yang mempengaruhi kenyamanan berbelanja konsumen:



Tabel 2.2 Sintesa Faktor – Faktor Kenyamanan Berbelanja Konsumen

Faktor – Faktor Kenyamanan Berbelanja	Ibrahim et al (2019)	Ali Topan et al (2018)	Anugerah et al (2018)	Anggraini et al (2016)	Clulow dan Reimes (2009)	El Adly (2007)	Grewal et al (2009)	Kezia Mkwizu et al (2019)
Kelembaban		✓	✓					
Aroma	✓	✓	✓					
Penghawaan		✓		✓				
Keindahan	✓	✓	✓	✓				
Kebersihan	✓	✓	✓	✓				
Pencahayaan	✓	✓		✓				
Kemudahan Sirkulasi	✓	✓	✓	✓		✓		
Kebisingan	✓		✓	✓				
Keamanan	✓		✓	✓				
Fasilitas				✓		✓		
Iklm	✓		✓	✓				
Bentuk Bangunan			✓	✓				
Waktu					✓	✓	✓	
Harga Jual					✓		✓	
Lokasi							✓	✓

Sumber: Penulis, 2020

Berdasarkan sintesa teori terkait faktor – faktor yang mempengaruhi kenyamanan berbelanja konsumen di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional, yaitu:

1. Kelembapan

Kelembapan suatu bangunan dalam mempengaruhi kenyamanan seseorang dinilai dari segi internal bangunan itu sendiri. Kelembapan suatu bangunan dinilai mampu memberikan pengaruh terhadap kenyamanan seseorang dalam melakukan berbagai kegiatan. Menurut Ali Topan dkk (2018) dan Anugerah dkk (2018), kelembapan suatu bangunan yang dapat mempengaruhi kenyamanan seseorang dinilai berdasarkan persepsi tingkat kebasahan suatu tempat, seperti koridornya, dindingnya, dan lain sebagainya.

2. Aroma

Aroma yang mempengaruhi kenyamanan dalam melakukan aktivitas khususnya berbelanja dapat diukur melalui beberapa hal, yaitu melalui tingkat bau yang dihasilkan pada tempat aktivitas (Ali Topan, 2018). Dan hal serupa juga dikemukakan Anugerah (2018), bahwa aroma dapat diukur melalui persepsi pengunjung terhadap bau yang dihasilkan oleh tempat aktivitas maupun di luar tempat aktivitas, seperti aroma asap kendaraan atau kotoran – kotoran dari kegiatan lain baik di luar maupun di dalam pasar.

3. Penghawaan

Penghawaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan seseorang dalam melakukan aktivitas. Menurut Anggraini (2016) penghawaan yang diukur dalam pengukuran tingkat kenyamanan didasarkan pada persepsi kualitas udara, seperti segar atau tidaknya udara dalam bangunan pasar yang dipengaruhi oleh aroma. Dan menurut Ali Topan (2018), penghawaan diukur melalui tingkat dingin ruangan di dalam pasar yang berpengaruh pada kesejukan ruang dalam bangunan pasar.

4. Keindahan

Keindahan yang dimaksud dalam penilaian ini adalah keindahan atau nilai estetika dari bangunan yang diteliti. Menurut Ali Topan (2018), berpendapat bahwa keindahan dinilai melalui persepsi nilai estetika dari bangunan pasar yang diteliti. Anggraini (2016), memiliki pendapat bahwa keindahan bangunan dinilai berdasarkan nilai estetika bangunan dan kondisi bangunan.

5. Kebersihan

Kebersihan suatu tempat akan mempengaruhi dalam menimbulkan rasa nyaman pada tempat tersebut. Anggraini (2016) mengatakan bahwa kebersihan dapat dinilai berdasarkan keberadaan sampah pada bangunan dan ruang – ruang yang ada di dalam bangunan tersebut. Ali Topan (2018) dan Anugerah (2016) berpendapat bahwa, kebersihan dapat diukur melalui persepsi kepuasan seseorang terhadap kualitas kebersihan suatu bangunan.

6. Pencahayaan

Menurut Anggraini (2016) dan Ali Topan (2018), pencahayaan diukur melalui persepsi seseorang terhadap pencahayaan suatu ruangan, dengan parameter terang atau tidaknya ruangan tersebut.

7. Sirkulasi

Sirkulasi dalam mempengaruhi kenyamanan dapat dinilai melalui beberapa penilaian. Menurut Ali Topan (2018) dan Anugerah (2016), sirkulasi dinilai berdasarkan kemudahan setiap individu untuk melintas suatu koridor. Kemudian menurut Anggraini (2016) sirkulasi dinilai dari keleluasaan konsumen untuk bermobilitas dan kemudahan koridor untuk dilalui serta kemudahan sirkulasi yang terjadi di luar bangunan pasar, seperti arus lalu lintas di area pasar. Menurut Anugerah (2018) sirkulasi dapat dinilai dari kondisi pergerakan kendaraan di luar pasar. Dan menurut Ali Topan (2018) sirkulasi eksternal dapat dinilai dari kemudahan mencapai pasar dengan moda transportasi.

8. Kebisingan

Kebisingan yang terdapat pada sebuah bangunan akan mempengaruhi kenyamanan seseorang, baik itu kebisingan yang dihasilkan dari dalam bangunan maupun yang dihasilkan dari luar bangunan. Menurut Anugerah (2016) kebisingan yang mempengaruhi kenyamanan dinilai berdasarkan persepsi pengguna bangunan terkait tingkat kebisingan yang ada dan sumber suara bising berasal. Menurut Anggraini (2016) kebisingan dinilai berdasarkan tingkat suara bising yang dihasilkan dari kegiatan di luar pasar.

9. Keamanan

Keamanan suatu bangunan dinilai melalui persepsi pengguna terkait aman atau tidaknya bangunan tersebut untuk dikunjungi dengan parameter kemudahan fasilitas keamanan ditemui dan keberadaan petugas keamanan (Anugerah, 2016). Selain itu keamanan pasar dapat dinilai melalui persepsi tingkat keamanan bangunan pasar berdasarkan persepsi pengguna pasar atau pengunjung, seperti intensitas terjadinya tindak kriminalitas di area pasar (Anggraini, 2016).

10. Iklim

Iklim merupakan pengaruh yang berasal dari sisi eksternal sebuah bangunan. Pengaruh iklim terhadap kenyamanan seseorang dapat diukur melalui tingkat gangguan dari suatu iklim, seperti tingkat curah hujan (Ibrahim, 2019). Hal serupa dikemukakan oleh Anugerah (2018), dimana pengaruh iklim terhadap kenyamanan seseorang dapat diukur melalui curah hujan.

11. Fasilitas

Fasilitas suatu tempat juga dapat mempengaruhi kenyamanan seseorang dan preferensi seseorang dalam memilih suatu tempat untuk melakukan aktivitas. Kelengkapan fasilitas ini merupakan faktor yang mempengaruhi kenyamanan seseorang yang berasal dari sisi internal bangunan itu sendiri. Menurut Anggraini (2016) dan El Adly (2007) fasilitas dapat mempengaruhi kenyamanan seseorang ketika fasilitas – fasilitas penunjang kegiatan dapat dengan mudah ditemui dan

digunakan, seperti toilet, alat pemadam api, lahan parkir, dan kebersihan. www.itk.ac.id

12. Bentuk Bangunan

Bentuk bangunan akan mempengaruhi kenyamanan seseorang, khususnya kenyamanan pandangan atau visual. Bentuk bangunan merupakan pengaruh yang berasal dari sisi internal bangunan itu sendiri. Menurut Anugerah (2016) bentuk bangunan dalam mempengaruhi kenyamanan visual seseorang dapat dinilai melalui ekspresi bentuk bangunan yang disajikan, baik melalui ornamen maupun melalui bentuk dari bangunan itu sendiri.

13. Waktu

Waktu ini dapat dinilai dari dua sisi, dimana menurut El Adly (2007) waktu yang mempengaruhi kenyamanan berbelanja konsumen dapat dinilai melalui seberapa lama jam operasional dari sebuah tempat perbelanjaan. Dan menurut Grewal et al (2009) dan Clulows et al (2009) waktu yang mempengaruhi kenyamanan dinilai dari waktu tempuh yang dibutuhkan untuk menuju tempat perbelanjaan, dimana waktu ini berhubungan erat dengan jarak tempuh menuju pasar.

14. Harga Jual

Menurut Clulow et al (2009) dan Grewal et al (2009) harga jual akan mempengaruhi minat dan kenyamanan belanja konsumen. Menurut Firman (2016) harga jual yang mempengaruhi minat serta kenyamanan berbelanja dinilai melalui kemudahan konsumen untuk mendapatkan harga termurah. Menurut Nel Arianty (2013) harga jual akan mempengaruhi kenyamanan dan minat belanja konsumen apabila pedagang berlaku jujur terhadap harga jual dan ketepatan dalam perhitungan harga.

15. Lokasi

Lokasi atau letak dari tempat perbelanjaan akan mempengaruhi kenyamanan dan preferensi konsumen untuk berbelanja. Menurut Grewal et al (2009) dan Kezia Mkwizu et al (2019) kenyamanan

konsumen dalam berbelanja yang dipengaruhi oleh lokasi dapat dinilai berdasarkan jarak antara tempat tinggal dengan tempat perbelanjaan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi referensi untuk mengembangkan penelitian yang akan dilakukan. Beberapa hasil atau seluruh hasil dari penelitian – penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dapat menjadi bahan pengembangan penelitian ini. Berikut rangkuman penelitian – penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan pada penelitian ini:

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Publikasi	Aspek yang Menjadi Rujukan	Hasil
1.	Fanani (2013)	Karakteristik Tradisional Pasar	a. Kondisi kebersihan pasar rendah b. Pencahayaan pasar kurang memadai c. Kondisi pasar basah atau becek d. Koridor pasar mengalami kerusakan
2.	Rufaidah (2008)	Karakteristik Tradisional Pasar	a. Kebersihan pasar rendah b. Pencahayaan pasar kurang memadai c. Kondisi pasar basah atau becek
3.	Mudradjad (2008)	Karakteristik Tradisional Pasar	a. Kebersihan pasar rendah b. Bangunan pasar kumuh c. Letak pedagang tidak teratur
4.	Ali Topan (2018)	Faktor – Faktor Penyebab Kenyamanan	a. Kelembaban b. Aroma c. Penghawaan d. Keindahan e. Kebersihan f. Pencahayaan g. Sirkulasi
5.	Anggraini (2016)	Faktor – Faktor Penyebab Kenyamanan	a. Penghawaan b. Kebersihan c. Keindahan d. Pencahayaan e. Sirkulasi f. Kebisingan g. Keamanan h. Kondisi fasilitas
6.	Anugerah (2016)	Faktor – Faktor Penyebab	a. Aroma b. Keindahan

No.	Nama dan Tahun Publikasi	Aspek yang Menjadi Rujukan	Hasil
		Kenyamanan	c. Kebersihan d. Sirkulasi e. Kebisingan f. Keamanan g. Iklim h. Bentuk Bangunan
7.	Ibrahim (2019)	Faktor – Faktor Penyebab Kenyamanan	a. Aroma b. Keindahan c. Kebersihan d. Pencahayaan e. Sirkulasi f. Kebisingan g. Keamanan h. Iklim
8.	Clulow dan Reimes (2009)	Faktor – Faktor Kenyamanan	a. Waktu b. Harga Jual
9.	El Adly (2007)	Faktor – Faktor Kenyamanan	a. Sirkulasi b. Fasilitas c. Waktu
10.	Grewal et al (2009)	Faktor – Faktor Kenyamanan	a. Waktu b. Harga Jual c. Lokasi
11.	Kezia Mkwizu et al (2019)	Faktor – Faktor Kenyamanan	a. Lokasi b. Tenaga Penjual c. Tata Letak Produk

Sumber: Pustaka, 2020

2.6 Sintesa Tinjauan Pustaka

Berdasarkan hasil peninjauan teori yang didapatkan dari berbagai macam sumber, maka dapat disimpulkan secara keseluruhan berdasarkan sumber – sumber teori yang telah didapatkan. Berikut sintesa tinjauan pustaka penelitian:

Tabel 2.4 Sintesa Tinjauan Pustaka

Aspek	Teori	Sumber
Pasar	Pasar merupakan tempat atau wadah bertemunya antara penjual dan pembeli	Sulistyo (2010) dan Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007
Pasar Tradisional	Pasar tradisional merupakan tempat bertransaksi penjual dan pembeli serta dapat melakukan tawar – menawar harga	Asribestari (2013) dan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007
Karakteristik Pasar Tradisional	Memiliki kebersihan yang rendah	Fanani (2013), Rufaidah (2008), dan Mudradjad (2008)

Aspek	Teori	Sumber
Faktor – Faktor Kenyamanan Pasar Tradisional	Memiliki pencahayaan yang kurang memadai	Fanani (2013) dan Rufaidah (2008)
	Terdapat genangan atau becek	
	Aroma	Ibrahim (2019), Ali Topan et al (2018), Anugerah (2018)
	Penghawaan	Ali Topan et al (2018) dan Anggraini et al (2016)
	Keindahan	Ibrahim (2019), Ali Topan et al (2018), Anugerah (2018), Anggraini et al (2016), dan El Adly (2007)
	Kebersihan	
	Kemudahan Sirkulasi	Ibrahim (2019), Ali Topan et al (2018), Anugerah (2018), Anggraini et al (2016), dan El Adly (2007)
	Pencahayaan	Ibrahim (2019), Ali Topan et al (2018) dan Anggraini et al (2016)
	Kebisingan	Ibrahim (2019), Anugerah (2018) dan Anggraini et al (2016)
	Keamanan	
	Iklim	Ibrahim (2019) dan Anugerah (2018)
	Kelembapan	Ali Topan et al (2018) dan Anugerah et al (2018)
	Fasilitas	Anggraini et al (2016) dan El Adly (2007)
	Bentuk Bangunan	Anugerah et al (2018) dan Anggraini et al (2016)
	Waktu	Clulow & Reimes (2009), El Adly (2007), dan Grewal et al (2009)
	Harga Jual	Clulow & Reimes (2009) dan Grewal et al (2009)
Lokasi	Grewal et al (2009) dan Kezia Mkwizu et al (2019)	

Sumber: Sintesa Teori, 2020