

# Jangkauan Pelayanan Pasar Tradisional di Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor = Traditional Market Service Range in Central Bogor District, Bogor City

Effitriana Ramadhiyanty, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920529455&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Kecamatan Bogor Tengah merupakan 'jantung' Kota Bogor. Aktivitas perdagangan dan jasa di Kecamatan Bogor Tengah termasuk yang terbesar di Kota Bogor maka disebut sebagai magnet perekonomian. Munculnya bisnis ritel modern membuat adanya persaingan terhadap keberadaan pasar tradisional di Kota Bogor semakin tak terkendali. Kemudian kegiatan berbelanja dengan kehadiran secara fisik seperti pasar tradisional menjadi pilihan utama masyarakat. Dengan menggunakan metode Buffer dan analisis Crosstab, dilakukan penelitian untuk mengetahui jangkauan pelayanan pasar tradisional di Kecamatan Bogor Tengah dan bagaimana hubungannya dengan karakteristik konsumen. Hasil dari penelitian didapatkan bahwa Pasar Kebon Kembang dan Pasar Bogor merupakan Pasar Regional dengan aksesibilitas strategis (penggunaan lahan) dan mudah (kelas jalan). Kemudian Pasar Merdeka termasuk Pasar Sub Kota dengan aksesibilitas cukup strategis (penggunaan lahan) dan cukup mudah (kelas jalan), sedangkan Pasar Padasuka adalah Pasar Lokal dengan aksesibilitas cukup strategis (penggunaan lahan) dan kurang mudah (kelas jalan). Pasar dengan jangkauan pelayanan Pasar Regional memiliki karakteristik konsumen yang berbelanja sangat jarang dengan pengeluaran berbelanja sedang dan sangat tinggi dalam sekali berbelanja, lama berbelanja sebentar, serta waktu tempuh yang cukup sesuai pada jarak dekat dan sedang menggunakan angkot, dan jarak jauh waktu tempuh yang tidak sesuai menggunakan motor. Barang yang dibeli oleh konsumen Pasar Regional lebih beranekaragam seperti pakaian, sembako, sayuran, dan lain-lain. Selanjutnya pasar dengan jangkauan pelayanan Pasar Sub Kota memiliki karakteristik konsumen yang berbelanja jarang dengan pengeluaran berbelanja sedang, lama berbelanja sebentar, serta waktu tempuh yang cukup sesuai dengan kendaraan bermotor. Barang yang dibeli oleh Pasar Sub Kota lebih berfokus membeli aneka pangan. Sedangkan pasar dengan jangkauan pelayanan Pasar Lokal memiliki karakteristik konsumen yang berbelanja sangat sering dengan pengeluaran berbelanja rendah, lama berbelanja sebentar serta waktu tempuh yang sesuai dengan berjalan kaki. Barang yang dibeli oleh konsumen Pasar Lokal sama dengan Pasar Sub Kota yaitu hanya berfokus terhadap aneka pangan.

.....Central Bogor Sub-district is the 'heart' of Bogor City. Trade and service activities in Central Bogor Sub-district are among the largest in Bogor City, hence the name 'economic magnet'. The emergence of modern retail businesses makes competition for the existence of traditional markets in Bogor City increasingly uncontrollable. Then shopping activities with physical presence such as traditional markets become the main choice of the community. Using the Buffer method and Crosstab analysis, research was conducted to determine the range of traditional market services in Central Bogor District and how it relates to consumer characteristics. The results of the study found that Kebon Kembang Market and Bogor Market are Regional Markets with strategic (land use) and easy (road class) accessibility. Then Pasar Merdeka is a Sub-City Market with strategic accessibility (land use) and fairly easy (road class), while Pasar Padasuka is a Local Market with strategic accessibility (land use) and less easy (road class). Markets with a service range of Regional Markets have the characteristics of consumers who shop very rarely with moderate and very high

shopping expenditures in one shopping trip, shopping time is short, and travel time is quite suitable at close and medium distances using angkot, and long distances with inappropriate travel time using motorbikes. Goods purchased by Regional Market consumers are more diverse such as clothing, groceries, vegetables, and others. Furthermore, markets with a range of Sub-City Market services have the characteristics of consumers who shop infrequently with moderate shopping expenses, short shopping time, and travel time that is quite suitable for motorized vehicles. Goods purchased by the Sub-City Market are more focused on buying various foods. Meanwhile, markets with a range of Local Market services have the characteristics of consumers who shop very often with low shopping expenditures, short shopping times and travel times that are suitable for walking. Goods purchased by Local Market consumers are the same as Sub-City Markets, which only focus on various foods.