



**UMY**

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA  
Unggul & Islami

**AGRIBISNIS**

# **BUKU PROSIDING SEMINAR NASIONAL 2019**

**“Peran dan Strategi Sektor Pertanian  
Memasuki Era Industri 4.0”**

**Yogyakarta, 09 Maret 2019**



**UMY**

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA  
Unggul & Islami



PERHIMPUNAN EKONOMI  
PERTANIAN INDONESIA  
KOMDA YOGYAKARTA

# SEMINAR NASIONAL

**“Peran dan Strategi Sektor Pertanian Memasuki Era Industri 4.0”**

**Yogyakarta, 9 Maret 2019**

## PROSIDING

**Editor:**

**Indardi**

**Widodo**

**Susanawati**

**Nur Rahmawati**



**Kerjasama antara:**

**Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**dengan**

**Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia (PERHEPI)  
Komisariat Daerah Yogyakarta**

## **PROSIDING SEMINAR NASIONAL**

**“Peran dan Strategi Sektor Pertanian Memasuki Era Industri 4.0”  
Yogyakarta, 9 Maret 2019**

### **TIM PENYUSUN**

#### **Pengarah:**

- » **Ir. Eni Istiyanti, MP**
- » **Dr. Aris Slamet Widodo, SP. MSc**

#### **Editor:**

- » **Ketua : Dr. Ir. Indardi, MSi**
- » **Anggota : Dr. Ir. Widodo, MP**  
**Dr. Ir. Nur Rahmawati, MP**  
**Dr. Susanawati, SP. MP**

#### **Desain dan Tata Letak:**

- » **Sigit Hariyanto, SP**

#### **Diterbitkan oleh:**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**  
Jl. Brawijaya Tamantirto, Kasihan, Bantul, D.I. Yogyakarta 55183  
Telp : +62274 397656, Ext: 201  
Faks : +62274 387646  
E-mail : [agribisnis@umy.ac.id](mailto:agribisnis@umy.ac.id), [agribisnis.umy@gmail.com](mailto:agribisnis.umy@gmail.com)  
Website : [www.agribisnis.umy.ac.id](http://www.agribisnis.umy.ac.id)

ISBN : 978-623-7054-10-8

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur senantiasa kita panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan kenikmatan yang telah kita terima, sehingga PROSIDING Seminar Nasional dengan tema Peran dan Strategi Sektor Pertanian Memasuki Era Industri 4.0 dapat diterbitkan.

PROSIDING disusun berdasarkan hasil SEMINAR NASIONAL kerjasama antara Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UMY dan Perhimpunan Ekonomi Pertanian (PERHEPI) Komda DIY. Peserta terdiri dari berbagai perguruan tinggi dan instansi lain didalam dan diluar Yogyakarta yang dilaksanakan pada tanggal 20 April 2018 di Yogyakarta. Penyelenggaraan seminar ini dimaksudkan untuk mendapatkan strategi dalam pemanfaatan teknologi pertanian serta sumberdaya finansial dalam usaha mencapai swasembada pangan. Dalam upaya mencapai sasaran strategis tersebut diperlukan berbagai kajian secara menyeluruh terkait teknologi budidaya terutama perbenihan, pembiayaan serta strategi peningkatan pendapatan petani terutama menghadapi perkembangan industri 4.0.

Seminar ini melibatkan 1 keynote speaker, 3 plenary speaker dan 49 makalah pendamping sebagai presentasi paralel. Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada *keynote speech* Dr. Ir. Bayu Krisnamurthi, MSi. (Ketua Dewan Penasehat PERHEPI Ketua PERHEPI Komda DIY), Dr. Ir. Siswoyo, MP. (Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian, Kementan RI) dan Dr. Triyono, SP. MP. (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Tak lupa juga kami ucapkan terimakasih kepada Program Studi Agribisnis UMY dan seluruh panitia atas terselenggaranya seminar dan terbitnya PROSIDING ini. Semoga Prosiding ini memberikan manfaat kepada Pemerintah Indonesia.

Yogyakarta, 9 Maret 2019  
Ketua Panitia Seminar Nasional

Dr. Ir. Sriyadi, MP.

## SUSUNAN PANITIA

- Penanggung Jawab : 1. Dekan (Ir. Indira Prabasari, MP. PhD)  
2. Kaprodi Agribisnis (Ir. Eni Istiyanti, MP)
- Steering committee : 1. Prof. Dr. Ir. Masyhuri  
2. Dr. Widodo, MP.  
3. Dr. Ir. Indardi, M.Si.  
4. Dr. Aris Slamet Widodo, SP., MSc.
- Ketua Pelaksana : Dr. Ir. Sriyadi, MP.  
Sekretaris : Zuhud Rozaki, PhD.  
Bendahara : Ir. Lestari Rahayu, MP.
- Sie. Makalah:
1. Dr. Ir. Nur Rahmawati, MP.
  2. Dr. Triyono, SP, MP.
  3. Dr. Susanawati, SP, MP.
  4. Ir. Siti Yusi Rusimah, MS.
  5. Wiwi Susanti, SP.
- Sie. Acara dan Publikasi:
1. Muhammad Fauzan, SP, M.Sc.
  2. Sutrisno, SP, MP.
  3. Heri Akhmadi, SP., MA.
- Sie. Konsumsi:
1. Ir. Pujastuti S. Dyah, MM.
  2. Dr. Ir. Triwara Buddhi S, MP.
  3. Franci Risvansuna F, SP, MP.
  4. Retno Yudawati, SP.
  5. Gita Indriani Syafitri, S.IP.
- Sie. Humas dan Dokumentasi
1. Ir. Diah Rina Kamardiani, MP.
  2. Retno Wulandari, SP, M.Sc.
  3. Sutadi
  4. Marbudi, SP.
- Sie. Perlengkapan, Ruang dll
1. Oki Wijaya, SP. MP.
  2. Idul Fitri
  3. Febri Dwi Saputra, SH.
  4. Sigit Hariyanto, SP.

*Keynote speech* : Dr. Ir. Bayu Krisnamurthi, MSi. (Ketua Dewan Penasehat  
PERHEPI Pusat)

Pemakalah Utama: 1. Prof. Dr. Ir. Masyhuri (Ketua PERHEPI Komda Yogyakarta)  
2. Dr. Ir. Siswoyo, MP. (Badan Penyuluhan dan  
Pengembangan SDM Pertanian, Kementan RI  
3. Dr. Triyono, SP, MP. (Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta)

Reviewer Prodi Agribisnis UMY :

1. Dr. Ir. Indardi, M.Si
2. Dr. Susanawati, SP, MP
3. Dr. Ir. Nur Rahmawati, MP
4. Dr. Ir. Widodo, MP
5. Dr. Aris Slamet Widodo, SP, M.Sc
6. Dr. Ir. Triwara Buddhi Satyarini, MP
7. Dr. Ir. Sriyadi, MP
8. Ir. Eni Istiyanti, MP

Reviewer Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada :

1. Prof. Dr. Ir. Masyhuri.

## **LEMBAR KERJASAMA**

## DAFTAR ISI

|   | Halaman     |
|---|-------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>iv</b>   |
| <b>SUSUNAN PANITIA.....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>LEMBAR KERJASAMA .....</b>   | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>   | <b>viii</b> |
| <b>SUB TOPIK AGRIBISNIS.....</b>  | <b>14</b>   |
| 1. <b>PERAN DAN KONTRIBUSI IBU RUMAH TANGGA SEBAGAI PETANI CABAI<br/>DALAM UPAYA PEMENUHAN KEBUTUHAN KELUARGA .....</b>   | <b>15</b>   |
| Aylee Christine Alamsyah Sheyoputri, Faidah Azuz .....  | 15          |
| 2. <b>ANALISIS PERSEDIAAN BAHAN BAKU PATI ONGGOK DENGAN METODE<br/>ECONOMIC ORDER QUANTITY (EOQ) DI UD. JAYA.....</b>   | <b>27</b>   |
| Devita Dian Puspitasari, Agus Santosa, Siti Hamidah.....  | 27          |
| 3. <b>POLA KETERSEDIAAN BERAS DI PROVINSI BENGKULU .....</b>  | <b>43</b>   |
| Edi Efrita, Edy Marwan, Jon Yawahar.....  | 43          |
| 4. <b>ANALISIS FAKTOR SOSIAL EKONOMI YANG MEMENGARUHI<br/>PENDAPATAN USAHATANI BAWANG PUTIH DI KECAMATAN<br/>TAWANGMANGU KABUPATEN KARANGANYAR PROVINSI JAWA<br/>TENGAH .....</b> | <b>52</b>   |
| Nanie Gunawan, Endang Siti Rahayu, Setyowati .....  | 52          |
| 5. <b>KELAYAKAN USAHATANI KEDELAI DI DESA KRANGGAN KECAMATAN<br/>GALUR KABUPATEN KULON PROGO.....</b>   | <b>64</b>   |
| Nur Rahmawati, Ria Edi Susanto, Pujastuti S. Diah.....  | 64          |
| 6. <b>CURAHAN TENAGA KERJA DAN PRODUKTIVITAS TENAGA KERJA<br/>PETERNAK SAPI POTONG DI KOTA BENGKULU.....</b>  | <b>76</b>   |
| Rita Feni, Fithri Mufriantje, M. Rizalul Ahsan.....   | 76          |
| 7. <b>DAYA SAING DAN PENGEMBANGAN AGRIBISNIS SAPI JAWA BREBES<br/>SUMBER DAYA GENETIK TERNAK (SDGT) LOKAL KABUPATEN BREBES... </b>  | <b>87</b>   |
| Suci Nur Utami.....   | 87          |
| 8. <b>EFISIENSI ALOKATIF FAKTOR-FAKTOR PRODUKSI USAHATANI KENTANG<br/>DI KECAMATAN WANAYASA KABUPATEN BANJARNEGARA.....</b>   | <b>99</b>   |
| Swastanita Sri Setyanovina, Masyhuri, Fatkhiyah Rohmah, Arini Wahyu<br>Utami.....   | 99          |
| 9. <b>MODEL PERENCANAAN PROGRAM PENGEMBANGAN WISATA EDUKASI<br/>KOPI MELALUI PERENCANAAN DARI BAWAH (BOTTOM UP PLANNING)<br/>.....</b>  | <b>111</b>  |
| Teguh Kismantoroadji, Aini Ambarwati.....   | 111         |



|  |            |
|--|------------|
| 10. ANALISIS NILAI TAMBAH DAN KELAYAKAN AGROINDUSTRI EMPING JAGUNG (Study kasus di Kecamatan Wirosari Kabupaten Grobogan Jawa Tengah).....   | 121        |
| Tri Endar Suswatingsih, Arum Ambarsari .....   | 121        |
| 11. PERTANIAN DI ERA DIGITAL BAGI GENERASI MILENIAL.....   | 129        |
| Triyono.....   | 129        |
| 12. POTENSI PENGEMBANGAN UDANG VANNAMEI DI PANTAI TRISIK KABUPATEN KULONPROGO DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA .....   | 143        |
| Eni Istiyanti, Aan Rizal Saputra, Widodo .....   | 143        |
| 13. MINAT PETANI TERHADAP TEKNOLOGI PANEN HUJAN DI KECAMATAN GONDANGREJO KABUPATEN KARANGANYA JAWA TENGAH.....   | 152        |
| Zuhud Rozaki.....  | 152        |
| 14. ANALISIS RISIKO USAHATANI CABAI MERAH DENGAN POLA TANAM TUMPANGSARI DI DAERAH ERUPSI MERAPI KABUPATEN SLEMAN .....   | 161        |
| Lestari Rahayu, Nesya Arfianti, Sriyadi.....   | 161        |
| <b>SUB TOPIK AGROINDUSTRI .....</b>  | <b>173</b> |
| 15. PENGARUH LAMA WAKTU FERMENTASI SANTAN KELAPA TERHADAP KUALITAS VIRGIN COCONUT OIL .....  | 174        |
| Afis Zega, Yoga Aji Handoko .....  | 174        |
| 16. PRODUKTIVITAS BEBERAPA VARIETAS UNGGUL KEDELAI PADA MUSIM TANAM BERBEDA.....   | 189        |
| Arif Anshori.....  | 189        |
| 17. DINAMIKA HARA FOSFAT (P) TERHADAP PENGAPLIKASIAN TANAMAN KACANG BABI ( <i>Vicia faba</i> L.) DAN MIKORIZA PADA BUDIDAYA TANAMAN KENTANG ( <i>Solanum tuberosum</i> L.) VARIETAS GRANOLA DENGAN BERBAGAI MACAM DOSIS N..... | 196        |
| Crist Zelonia, Dina Rotua Valentina Banjarnahor.....   | 196        |
| 18. PENGEMBANGAN KOMPONEN TEKNOLOGI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING SARI BUAH APEL (STUDI KASUS DI KSU BROSEM, KOTA BATU) .....   | 210        |
| Dhita Morita Ikasari, Endah Rahayu Lestari, Miftah Zaini Tuakia .....  | 210        |
| 19. SUPLAI HARA NITROGEN (N) DARI TANAMAN KACANG BABI DAN APLIKASI MIKORIZA TERHADAP PERTUMBUHAN DAN HASIL TANAMAN KENTANG ( <i>Solanum tuberosum</i> L.) DENGAN SISTEM TUMPANG SARI .....                                     | 222        |
| Elisabeth Larasati Kusuma Rani dan Dina Rotua Valentina Banjarnahor.....   | 222        |
| 20. ANALISIS KECACATAN DAN FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KECACATAN PROSES PRODUKSI MEBEL DI CV. MAJU KEMBALI.....   | 236        |
| Inka Mutiara, Juarini, Ni Made Suyastiri Yani Permai.....  | 236        |

|  |            |
|--|------------|
| 21. <b>POTENSI BIJI KELOR SEBAGAI BAHAN BAKU PEMBUATAN TEMPE:REVIEW</b><br>.....   | <b>249</b> |
| Muhammad Fajri .....   | 249        |
| 22. <b>PROSES PEMUTIHAN (BLEACHING) SABUT KELAPA GADING (COCOS<br/>NUCIFERA EBURNEAN) (KAJIAN KONSENTRASI KAPORIT DAN LAMA<br/>PEMUTIHAN)</b> .....  | <b>261</b> |
| Ngesti Ningrum Agri S.....   | 261        |
| 23. <b>PENGARUH SUHU DAN LAMA PENGERINGAN TERHADAP KUALITAS TEH<br/>BIT (<i>Beta vulgaris L.</i>).....</b>   | <b>269</b> |
| Noviesta Ari Morrsta, Bistok H. Simanjuntak, Yoga Aji Handoko .....  | 269        |
| 24. <b>PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU KERIPIK NANGKA DI UD<br/>SABAR JAYA, KABUPATEN MALANG</b> .....  | <b>278</b> |
| Retno Astuti, Wafiatu Soleha , Endah Rahayu Lestari .....  | 278        |
| 25. <b>PENGARUH PENAMBAHAN JAHE DAN KAYU MANIS TERHADAP KUALITAS<br/>DAN ORGANOLEPTIK SARI BUAH UMBI BIT.....</b>  | <b>294</b> |
| Retno Panitis, Bistok H. Simanjuntak, Yoga Aji Handoko.....  | 294        |
| 26. <b>BUDIDAYA TANAMAN KENTANG (<i>Solanum Tuberosum L.</i>) SECARA<br/>TUMPANG SARI DENGAN TANAMAN KACANG BABI (<i>Vicia Faba L.</i>)<br/>SEBAGAI PENYEDIA UNSUR HARA NITROGEN (N)</b> .....   | <b>303</b> |
| Siti Nur Halimah, Dina Rotua Valentina Banjarnahor .....   | 303        |
| 27. <b>PENGARUH KOMPOSISI DAUN KRISAN DAN GULA DALAM PEMBUATAN<br/>TEH SIAP MINUM TERHADAP KESUKAAN PANELIS DAN ANALISIS NILAI<br/>TAMBAHNYA</b> .....   | <b>316</b> |
| Yeyen Prestyaning Wanita <sup>1)</sup> , Budiarto <sup>2)</sup> , dan Siti Hamidah <sup>2)</sup> .....   | 316        |
| 28. <b>MINAT MASYARAKAT UNTUK MEMBELI SAYUR DAN BUAH DI PASAR<br/>GAMPING KABUPATEN SLEMAN.....</b>  | <b>329</b> |
| Widodo, Susanawati, Ady Moeslim Muryanto .....   | 329        |
| <b>SUB TOPIK KEWIRAUSAHAAN.....</b>  | <b>337</b> |
| 29. <b>ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL USAHA PENGGEMUKAN SAPI<br/>POTONG DI DESA POLOSIRI KECAMATAN BAWEN KABUPATEN<br/>SEMARANG (<i>Feasibility Analysis of Beef Cattle Fattening in Polosiri<br/>Village of Bawen District, Semarang Regency</i>) .....</b> | <b>338</b> |
| Aprilia Andani Putri, Titik Ekowati, Wiludjeng Roessali .....  | 338        |
| 30. <b>DAYA DUKUNG LAHAN PERTANIAN TANAMAN PANGAN DI<br/>KECAMATAN NANGGULAN, KABUPATEN KULON PROGO .....</b>  | <b>353</b> |
| Aris Slamet Widodo .....   | 353        |
| 31. <b>KINERJA USAHA BUDIDAYA WALET SARANG-PUTIH (<i>Callocalia<br/>Fuciphaga</i>) DI KECAMATAN HAURGEULIS, KABUPATEN INDRAMAYU<br/>.....</b>  | <b>365</b> |
| Dodo Wahyudi <sup>1)</sup> , Suwanto <sup>2)</sup> , Heru Irianto <sup>2)</sup> .....  | 365        |

|   |            |
|---|------------|
| 32. <b>PEMANFAATAN LAHAN PEKARANGAN DENGAN TANAMAN SAYURAN SEBAGAI UPAYA PENCIPTAAN PELUANG BISNIS SKALA RUMAH TANGGA</b> .....   | <b>381</b> |
| Dyah Panuntun Utami .....   | 381        |
| 33. <b>ANALISIS USAHA BUDIDAYA IKAN MAS DI LAHAN SAWAH</b> .....  | <b>391</b> |
| Elni Mutmainnah, Novitri Kurniati, Isna Ayu Febrianti.....  | 391        |
| 34. <b>EVALUASI (SOP-GAP) USAHATANI BUNGA KRISAN DI KECAMATAN SAMIGALUH KABUPATEN KULON PROGO DAN KECAMATAN PAKEM KABUPATEN SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA</b> ..... | <b>401</b> |
| Erra Rukmana Argiani, Sriyadi, Aris Slamet Widodo .....   | 401        |
| 35. <b>ANALISIS USAHA PENANGKAPAN KEPITING BAKAU DI DESA PASAR NGALAM KECAMATAN AIR PERIUKAN KABUPATEN SELUMA</b> .....   | <b>413</b> |
| Fithri Mufriantje, Rita Feni, Sukardi .....   | 413        |
| 36. <b>OPTIMALISASI POTENSI LOKAL DALAM RANGKA PENGENTASAN KEMISKINAN MELALUI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI KALAK, DONOROJO, PACITAN</b> .....                       | <b>419</b> |
| Novita Budirahayu, Imambang Eka Sulistya.....   | 419        |
| 37. <b>DETERMINAN DARI FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN NON-FINANSIAL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA</b> .....  | <b>431</b> |
| Talita Grace dan Nanik Linawati .....   | 431        |
| 38. <b>PENGARUH KARAKTER WIRAUSAHA TERHADAP KINERJA INDUSTRI RUMAH TANGGA EMPING MELINJO</b> .....  | <b>446</b> |
| Triwara Buddhi Satyarini.....   | 446        |
| 39. <b>CURAHAN WAKTU KERJA BURUH PETIK BAWANG MERAH DI KABUPATEN BREBES</b> .....   | <b>456</b> |
| Andjani Lailandra, Muhammad Fauzan, Francy Risvansuna Fivintari .....   | 456        |
| <b>SUB TOPIK PEMASARAN</b> .....  | <b>467</b> |
| 40. <b>ANALISIS FAKTOR STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA INDUSTRI PENGOLAHAN UBI KAYU DI KECAMATAN MARGOYOSO KABUPATEN PATI</b> .....                                      | <b>468</b> |
| Dewi Asih, Siswanto Imam Santoso, Mukson .....  | 468        |
| 41. <b>MENGUATKAN BRAND KOPI PETANI DI ERA DIGITAL MEMASUKI REVOLUSI INDUSTRI 4.0</b> .....   | <b>480</b> |
| Bimmar Kurnia Fillardhi, Tri Sujatmiko, Hanifah Ihsaniyati .....  | 480        |
| 42. <b>ANALISIS DAN MITIGASI RISIKO RANTAI PASOK KAKAO DI GRIYA COKELAT NGLANGGERAN GUNUNGKIDUL YOGYAKARTA</b> .....  | <b>493</b> |
| Linda Eka Farhana, Nanik Dara Senjawati, Heni Handri Utami .....  | 493        |
| 43. <b>ANALISIS PENERAPAN BAURAN PEMASARAN ANEKA PROBIOTIK</b> .....  | <b>504</b> |
| Ratu Dwina Inditia, Juarini, Heni Handri Utami.....   | 504        |

|   |            |
|---|------------|
| <b>44. PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN FEED SUPPLEMENT UNGGAS DENGAN ANALISIS SWOT.....</b>  | <b>516</b> |
| Rizky Luthfian Ramadhan Silalahi, Oky Kurnia Puspitaningtyas, Panji Deoranto .....  | 516        |
| <b>45. PENERAPAN PRINSIP KEMITRAAN DILIHAT DARI POLA HUBUNGAN KERJASAMA PEMASARAN PRODUK ANTARA UD PANTIBOGA DENGAN RAHMA JAYA HERBAL DI KABUPATEN KARANGANYAR.....</b> | <b>530</b> |
| Rochmat Musthofa, Daru Retnowati.....   | 530        |
| d. ....Penerapan prinsip <i>Responsibility</i> (Tanggung Jawab .....  | 538        |
| <b>46. PENGGUNAAN INTERNET DALAM PENERAPAN TEKNOLOGI MINAPADI DI KECAMATAN SEYEGAN KABUPATEN SLEMAN .....</b>   | <b>541</b> |
| Sri Kuning Retno Dewandini .....  | 541        |
| <b>47. PENGARUH KEPUTUSAN USAHATANI PADI ORGANIK TERHADAP TINGKAT PENERAPAN SOP-GAP USAHATANI PADI ORGANIK .....</b>  | <b>552</b> |
| Sriyadi.....  | 552        |
| <b>48. PEMASARAN IKAN NILA DI KECAMATAN NGEMPLAK, KABUPATEN SLEMAN .....</b>  | <b>568</b> |
| Suprayogie, Diah Rina Kamardiani, Sriyadi .....   | 568        |
| <b>49. POLA KEMITRAAN AGROINDUSTRI GULA SEMUT ORGANIK DI DESA HARGOROJO KECAMATAN BAGELEN KABUPATEN PURWOREJO.....</b>  | <b>587</b> |
| Uswatun Hasanah, Isna Windani.....  | 587        |
| <b>50. MINAT MASYARAKAT UNTUK MEMBELI DAGING AYAM RAS DI PASAR GAMPING KABUPATEN SLEMAN.....</b>  | <b>596</b> |
| Susanawati, Widodo, Eva Riana Putri.....  | 596        |
| <b>SUB TOPIK PEMBERDAYAAN DAN KOMUNIKASI .....</b>  | <b>607</b> |
| <b>51. PEMBERDAYAAN KELOMPOK PETERNAK MELALUI PROGRAM BUDIDAYA SAPI POTONG DI KABUPATEN KLATEN .....</b>  | <b>608</b> |
| Agung Nugroho.....  | 608        |
| <b>52. MODAL SOSIAL MASYARAKAT DIFABEL UNTUK MENUMBUHKAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL.....</b>  | <b>624</b> |
| Didik Widiyantono .....   | 624        |
| <b>53. POLA KEMITRAAN CV. SERELIA PRIMA NUTRICIA DENGAN KWT MELATI DAN PENGEPUL .....</b>   | <b>637</b> |
| Feyzars Ma'ruf, Teguh Kismantoroadji, Siti Hamidah.....   | 637        |
| <b>54. BENTUK-BENTUK PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PETANI DALAM PENGEMBANGAN TAMAN EDEN DESA BAUMATA BARAT NUSA TENGARA TIMUR .....</b>                                       | <b>646</b> |
| Hidayah Usman .....   | 646        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>55. PENGARUH PENYULUHAN PERTANIAN TERHADAP PENGETAHUAN, SIKAP DAN TINDAKAN ANAK USIA SEKOLAH DI KABUPATEN SLEMAN-DIY ..</b>   | <b>660</b> |
| Ismiasih dan Dyah Uly Parwati .....  | 660        |
| <b>56. PERAN KARANG TARUNA DALAM PEMBERDAYAAN PEMUDA DESA WISATA EDUKASI KAMPUNG DOLANAN .....</b>   | <b>671</b> |
| Maria Gorety Landu Wohangara <sup>1)</sup> , Mahendra Wijaya <sup>2)</sup> , Retno Setyowati <sup>3)</sup> .....   | 671        |
| <b>57. KEPEMIMPINAN KONTAK TANI DAN KEEFEKTIFAN KELOMPOK TANI DALAM PENGEMBANGAN PANGAN DAN HORTIKULTURA (Di Wilayah Kerja Penyuluhan Pertanian Sidomulyo Barat, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau).....</b> | <b>679</b> |
| Marliati .....   | 679        |
| <b>58. PARTISIPASI PETERNAK PADA PROGRAM UPAYA KHUSUS SAPI INDUKAN WAJIB BUNTING (UPSUS SIWAB) .....</b>   | <b>691</b> |
| Novie Nurwidiyanto.....  | 691        |
| <b>59. PEMBERDAYAAN KELOMPOK TANI OLEH LEMBAGA KEUANGAN MIKRO AGRIBISNIS MELALUI PROGRAM USAHA PRODUKTIF.....</b>  | <b>702</b> |
| Reo Sambodo.....   | 702        |
| <b>60. CURAHAN WAKTU KERJA, STRUKTUR PENDAPATAN DAN KESEJAHTERAAN RUMAH TANGGA KELOMPOK WANITA TANI PESERTA PROGRAM HATINYA PKK DI KABUPATEN GUNUNGKIDUL .....</b>                                       | <b>716</b> |
| Sutrisno, Siti Yusi Rusimah dan Lailia Wardani.....  | 716        |
| <b>61. MODEL PEMBERDAYAAN PETANI DAN KELEMBAGAAN UPJA DALAM MENDUKUNG SISTEM PRODUKSI PADI DI JAWA TENGAH.....</b>   | <b>725</b> |
| Teguh Prasetyo dan Cahyati Setiani <sup>1</sup> .....  | 725        |
| <b>62. IMPLEMENTASI KEBIJAKAN DALAM PROGRAM KEMITRAAN KEHUTANAN .....</b>  | <b>739</b> |
| Trisno Budi Hutomo, Eko Murdiyanto, Siti Hamidah .....   | 739        |
| <b>63. DINAMIKA KELOMPOK TANI BARENG MUKTI DALAM USAHATANI PISANG DI DUSUN PONGGOK, SIDOMULYO BAMBANGLIPURO, BANTUL .....</b>  | <b>747</b> |
| Indardi, Aghil Arthama Hidayat, Siti Yusi Rusimah .....  | 747        |

**SUB TOPIK AGROINDUSTRI**

## MINAT MASYARAKAT UNTUK MEMBELI SAYUR DAN BUAH DI PASAR GAMPING KABUPATEN SLEMAN

**Widodo, Susanawati, Ady Moeslim Muryanto**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
widodo@umy.ac.id

### ABSTRACT

*This study aims at determining people's attitude, subjective norms and buying interest towards vegetables and fruits at Gamping Market. This research used cluster sampling technique conducted in three locations, which was near Gamping Market, near Modern Market, and located between Gamping Market and Modern Market with 117 respondents. This research used primary data and secondary data. The interest in this study was formed by attitudes and subjective norms calculated using a theory of reasoned action. The result of this study indicated that the attitude of the people vegetables near Gamping Market to buy fruits and was good; the attitude of the people near to buy fruits and vegetables Modern Market was neutral, and the attitude of the people to buy fruits and vegetables that located between Gamping Market and Modern Market was good. Overall, the result of the attitude of society to buy fruits and vegetables in this research was good. Besides, the subjective norm of the community that near Gamping Market to buy fruits and vegetables was neutral, the subjective norm of the community to buy fruits and vegetables that near Modern Market was not good, and the subjective norm of the community to buy fruits and vegetables between Gamping Market and Modern Market was not good. Overall, the subjective norm of society to buy fruits and vegetables in this study was not good. In addition, the buying interest of the people near Gamping Market was high, the buying interest of the people near Modern Market was in the level of average and the buying interest of the people between Gamping Market and Modern Market was high. Overall, people's buying interest in fruits vegetables and in Gamping Market was in the level of average.*

### PENDAHULUAN

Industri retail merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Industri tersebut merupakan kedua terbesar di Indonesia yang mampu menyerap tenaga kerja setelah industri pertanian (Mulianto, Mulyadi, & Siregar, 2013). Menurut Pramono (2011) pada sektor retail serapan tenaga kerja menempati peringkat kedua setelah sektor pertanian, dengan 10% dari total tenaga kerja nasional.

Pasar adalah bagian dari industri retail yang merupakan lembaga pemasaran yang mendukung kelancaran penyaluran arus barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat diantaranya adalah pasar tradisional dan pasar modern. Menurut Peraturan Presiden nomor 112 tahun 2007 pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, pasar disebut juga sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok masyarakat, diantaranya adalah produk pertanian yang berupa sayur dan buah. Seiring dengan berkembangnya zaman membuat kelembagaan pemasaran produk sayur dan buah menjadi tumbuh secara luas dan modern. Salah satunya adalah melalui pasar modern, sehingga hal tersebut berpengaruh pada kinerja ekonomi pasar tradisional. Saat ini keberadaan pasar tradisional mulai tergantikan dengan adanya pasar modern yang dekat dengan masyarakat. Pasar modern memberikan banyak kemudahan bagi konsumennya seperti letaknya yang dekat dengan pemukiman, fasilitas yang nyaman dan bersih, adanya potongan harga untuk produk-produk tertentu, layanan pesan antar, dan jam buka toko yang lebih lama (Christine, 2016).

Saat ini pasar modern semakin berkembang, data Komisi Pengawas Persaingan Usaha menyebutkan bahwa ritel Alfamart tumbuh 13,26% dari sebanyak 2.376 outlet pada tahun 2008 dan menjadi sebanyak 3.098 outlet pada tahun 2009 (Pramono, 2011). Data survey AC Nielsen dalam Pramono pada tahun 2011 menyatakan bahwa pasar modern telah tumbuh sebesar 31,4%, sebaliknya bersamaan dengan itu, pasar tradisional tumbuh negatif sebesar 8%, sehingga terjadi perubahan preferensi konsumen pasca ekspansi pasar ritel modern. Hal tersebut terjadi karena masyarakat menginginkan aktivitas berbelanja dapat dilakukan kapan saja, setiap waktu, terutama di kota-kota besar. Selain itu juga masyarakat tidak hanya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya saja tetapi juga untuk bersosialisasi dan rekreasi.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat sebuah pasar tradisional besar yang telah berdiri sejak lama yaitu Pasar Gamping. Pasar Gamping merupakan salah satu pasar tradisional terbesar yang terletak di Desa Ambarketawang, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Pada Pasar Gamping terdapat 3 jenis pasar yaitu pasar induk, pasar sentral, dan pasar buah. Pasar yang terletak di Jalan Wates Kilometer 5 ini masih tetap beroperasi seperti pasar tradisional pada umumnya. Sama seperti pasar tradisional lainnya, Pasar Gamping merupakan pasar tradisional yang menyediakan kebutuhan pokok masyarakat diantaranya adalah menjual sayur dan buah-buahan. Pasar Gamping selalu ramai setiap harinya, masing-masing masyarakat memiliki motif perilaku atau kebiasaan yang berbeda untuk berbelanja di pasar ini.

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan bahwa saat ini terjadi persaingan antara pasar tradisional dengan pasar modern. Pertumbuhan pasar modern yang pesat berdampak



pada kinerja ekonomi pasar tradisional, sehingga pasar tradisional menghadapi tantangan berat dengan kian masifnya penetrasi dan ekspansi pasar modern. Selain itu juga dengan adanya pasar modern membuat pola pikir masyarakat berubah, kini masyarakat tidak hanya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya saja tetapi juga untuk bersosialisasi dan rekreasi.

Waktu operasional pasar modern yang fleksibel dan lebih lama dibandingkan dengan pasar tradisional, serta nyaman dan keamanan dalam berbelanja menjadi faktor yang sangat diperhatikan sehingga dapat menarik masyarakat agar memilih berbelanja di pasar modern. Hal-hal seperti inilah yang tidak dapat ditemukan di pasar tradisional. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana minat masyarakat di Kecamatan Gamping untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping Kabupaten Sleman.

#### **METODE PENELITIAN**

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman. Kecamatan Gamping memiliki luas 29,25 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk 91.743 jiwa. Kecamatan ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan daerah pengembangan kota serta daerah pinggiran yang berbatasan langsung dengan Kota Yogyakarta, sehingga kecamatan Gamping dinilai representatif dijadikan sebagai lokasi penelitian.

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan di tiga tempat yaitu, Dusun Bodeh, Dusun Turusan, dan Dusun Modinan. Dusun Bodeh terletak Desa Ambarketawang dengan pertimbangan dekat Pasar Gamping dengan jarak ke Pasar Gamping 1 Km, dusun Turusan terletak di Desa Banyuraden dengan pertimbangan terletak diantara Pasar Gamping dan pasar modern dengan jarak ke Pasar Gamping 1,8 Km dan Dusun Modinan terletak di Desa Banyuraden dengan pertimbangan dekat pasar modern dengan jarak ke Pasar Gamping 3,5 Km. Selain itu juga penentuan pengambilan sampel pada penelitian didasarkan atas kondisi lingkungan masyarakat yang beragam sehingga ketiga tempat tersebut dinilai layak untuk dijadikan pengambilan sampel penelitian.

Data primer meliputi karakteristik konsumen yang terdiri dari nama, umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan, sikap yang terdiri dari kepercayaan dan evaluasi, norma subjektif yang terdiri dari keyakinan normatif dan motivasi. Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik kuesioner. Minat didekari dengan konsep tindakan beralasan Fishbein, yaitu keinginan konsumen untuk terlibat dalam

pembelian sayur dan buah di Pasar Gamping yang terbentuk dari sikap dan norma subjektif. Minat diukur dengan rata-rata berbobot dari sikap dan norma subyektif (Sumarwan, 2011)

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian minat masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping Kabupaten Sleman ini dilakukan terhadap 117 orang responden yang dilakukan di tiga wilayah berbeda yang dekat dengan Pasar Gamping, dekat dengan pasar modern, dan berada diantara Pasar Gamping dengan pasar modern. Karakteristik pada penelitian ini dibedakan berdasarkan beberapa aspek yaitu meliputi usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Pada penelitian ini seluruh responden adalah ibu rumah tangga, hal ini bertujuan agar informasi yang diperoleh dapat lebih terjamin dalam penilaian terhadap minat beli sayur dan buah.

Responden penelitian mempunyai karakteristik demografis dan ekonomi yang mirip. Responden terbanyak tergolong dalam rentang usia 34 sampai dengan 59 tahun dengan persentase 45,00% pada lokasi yang dekat dengan Pasar Gamping, 48,57% pada lokasi yang dekat dengan pasar modern serta 38,10% pada lokasi yang berada diantara Pasar Gamping dan pasar modern. Pada lokasi penelitian yang dekat dengan Pasar Gamping responden terbanyak adalah pada lulusan SMA/Sederajat dan Sarjana/Diploma dengan masing-masing persentase 32,50%. Sedangkan pada kedua wilayah penelitian, responden terbanyak adalah pada lulusan SMA/Sederajat dengan persentase 51,43% pada lokasi yang dekat dengan pasar modern serta 40,48% pada lokasi diantara Pasar Gamping dan pasar modern. Ketiga lokasi penelitian responden terbanyak adalah ibu rumah tangga dengan persentase 55,00% pada lokasi yang dekat dengan Pasar Gamping, 85,71% pada lokasi yang dekat dengan pasar modern serta 73,81% pada lokasi yang berada diantara Pasar Gamping dan pasar modern. Pendapatan terbanyak responden adalah kurang dari dua juta Rupiah, yaitu sebanyak 68% di dekat Pasar Gamping, 62,86% di dekat pasar modern, dan 76,19% di daerah antara Pasar Gamping dan pasar modern.

Responden biasanya berbelanja sayur dan buah di Pasar Gamping, sebagian kecil diantaranya juga berbelanja di pasar tradisional lain, seperti Pasar Godean, Pasar Sleman dan Pasar Bibis bagi responden dekat Pasar Gamping, Pasar Tlogorejo bagi responden dekat pasar modern dan di antara Pasar Gamping dan pasar modern. Kebanyakan berbelanja di pagi hari dan sore hari dengan frekuensi pembelian antara 1 sampai 3 hari sekali. Jenis sayur yang banyak dibeli adalah sayuran segar berdaun, seperti kangkung, bayam, sawi dan kubis. Sayur lain yang juga banyak dibeli adalah brokoli, kentang, buncis dan wortel. Jenis buah yang banyak dibeli adalah semangka, jeruk, pepaya dan pisang.

Tabel 1. Sikap masyarakat terhadap pembelian sayur dan buah di Pasar Gamping

| Dampak pembelian    | Dekat Pasar Gamping |          | Dekat pasar modern |            | Antara Pasar Gamping dan pasar modern |          | Total |          |
|---------------------|---------------------|----------|--------------------|------------|---------------------------------------|----------|-------|----------|
|                     | Skor                | Kategori | Skor               | Kategori   | Skor                                  | Kategori | Skor  | Kategori |
| Harga murah         | 15,48               | Baik     | 13,34              | Netral     | 15,26                                 | Netral   | 14,69 | Netral   |
| Keberagaman tinggi  | 17,05               | Baik     | 16,83              | Baik       | 16,93                                 | Baik     | 16,94 | Baik     |
| Produk segar        | 17,75               | Baik     | 17,26              | Baik       | 16,95                                 | Baik     | 17,32 | Baik     |
| Pelayanan yang baik | 16,00               | Baik     | 14,26              | Netral     | 15,76                                 | Baik     | 15,34 | Netral   |
| Jarak terjangkau    | 16,75               | Baik     | 7,94               | Tidak Baik | 14,26                                 | Netral   | 12,98 | Netral   |
| Kebersihan tempat   | 15,75               | Baik     | 16,60              | Baik       | 14,55                                 | Netral   | 15,63 | Baik     |
| Rata-rata           | 16,46               | Baik     | 14,37              | Netral     | 15,62                                 | Baik     | 15,48 | Baik     |

Pada lokasi yang dekat dengan Pasar Gamping diperoleh skor 16,46 yang berarti sikap masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping adalah baik, dengan skor atribut kesegaran, keberagaman, serta harga sayur dan buah, jarak pasar, pelayanan pedagang dan kebersihan pasar tergolong dalam kategori baik. Pada lokasi yang dekat dengan pasar modern diperoleh skor 14,37 yang berarti sikap masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping adalah netral, dengan skor atribut kesegaran dan keberagaman sayur dan buah serta kebersihan pasar tergolong dalam kategori baik, atribut pelayanan pedagang, harga sayur dan buah tergolong dalam kategori netral serta jarak pasar tergolong dalam kategori tidak baik, hal ini dikarenakan jauhnya jarak Pasar Gamping pada lokasi yang dekat dengan Pasar modern. Pada masyarakat yang berada diantara Pasar Gamping dan pasar modern diperoleh skor 15,62 yang berarti sikap masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping adalah baik, dengan skor atribut kesegaran dan keberagaman sayur dan buah serta pelayanan pedagang tergolong dalam kategori baik, atribut harga sayur dan buah, kebersihan pasar dan jarak pasar yang tergolong kedalam kategori netral.

Pada keseluruhan lokasi penelitian diperoleh skor 15,48 yang berarti sikap masyarakat pada Norma subyektif masyarakat terhadap pembelian sayur dan buah di Pasar Gamping adalah baik, dengan skor atribut adalah kesegaran dan keberagaman sayur dan buah serta kebersihan pasar yang tergolong dalam kategori baik yang diikuti oleh atribut jarak pasar, harga sayur dan buah serta pelayanan pedagang yang tergolong kedalam kategori netral.

Tabel 2. Norma subyektif masyarakat terhadap pembelian sayur dan buah di Pasar Gamping

| Faktor lingkungan | Dekat Pasar Gamping |            | Dekat pasar modern |            | Antara Pasar Gamping dan pasar modern |            | Total |            |
|-------------------|---------------------|------------|--------------------|------------|---------------------------------------|------------|-------|------------|
|                   | Skor                | Kategori   | Skor               | Kategori   | Skor                                  | Kategori   | Skor  | Kategori   |
| Keluarga          | 13,20               | Netral     | 9,40               | Tidak Baik | 11,48                                 | Netral     | 11,36 | Netral     |
| Tetangga          | 9,58                | Tidak Baik | 9,57               | Tidak Baik | 7,86                                  | Tidak Baik | 9,00  | Tidak Baik |
| Pedagang          | 11,18               | Netral     | 9,29               | Tidak Baik | 9,76                                  | Tidak Baik | 10,08 | Tidak Baik |
| Rata-rata         | 11,32               | Netral     | 9,42               | Tidak Baik | 9,70                                  | Tidak Baik | 10,15 | Tidak Baik |

Pada lokasi yang dekat dengan Pasar Gamping diperoleh skor 11,32 yang berarti norma subyektif masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping adalah netral, dengan skor keluarga tergolong dalam kategori netral dan skor tetangga serta pedagang tergolong dalam kategori tidak baik. Pada lokasi yang dekat dengan pasar modern diperoleh skor 9,42 yang berarti norma subyektif masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping adalah tidak baik, dengan skor keluarga, pedagang dan tetangga yang tergolong dalam kategori tidak baik. Pada lokasi yang berada diantara Pasar Gamping dan pasar modern diperoleh skor 9,70 yang berarti norma subyektif masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping adalah tidak baik, dengan skor keluarga tergolong dalam kategori netral dan skor tetangga serta pedagang tergolong dalam kategori tidak baik.

Pada keseluruhan lokasi penelitian diperoleh skor 10,15 yang berarti norma subyektif masyarakat pada keseluruhan wilayah penelitian adalah tidak baik, hal ini menunjukkan bahwa untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping Kabupaten Sleman persepsi masyarakat tidak dipengaruhi terhadap pendapat keluarga, tetangga dan pedagang.

Tabel 3. Minat masyarakat terhadap pembelian sayur dan buah di Pasar Gamping

| Lokasi                          | Sikap |       | Norma subyektif |       | Minat |          |
|---------------------------------|-------|-------|-----------------|-------|-------|----------|
|                                 | Skor  | Bobot | Skor            | Bobot | Skor  | Kategori |
| Dekat Pasar Gamping             | 16,46 | 69%   | 13,32           | 31%   | 15,49 | Tinggi   |
| Dekat pasar modern              | 14,37 | 65%   | 9,42            | 35%   | 12,64 | Sedang   |
| Antara Gamping dan pasar modern | 15,62 | 76%   | 9,70            | 24%   | 14,20 | Sedang   |
| Rata-rata                       | 15,53 | 70%   | 10,85           | 30%   | 14,17 | Sedang   |

Pada lokasi yang dekat dengan Pasar Gamping diperoleh skor 15,49 yang berarti minat masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping adalah tinggi. Pada

lokasi yang dekat dengan pasar modern diperoleh skor 12,64 yang berarti minat masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping adalah sedang, hal ini dikarenakan jauhnya jarak Pasar Gamping dengan lokasi yang dekat dengan Pasar modern. Pada lokasi yang berada diantara Pasar Gamping dan pasar modern diperoleh skor sikap 14,20 yang berarti minat masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping adalah sedang.

Kualitas produk merupakan faktor yang cukup penting yang menentukan minat seseorang untuk membeli produk (Hidayat, Elita, & Setiaman, 2012). Walaupun revitalisasi pasar tradisional yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pasar dalam menghidupi pedagang dan pemangku kepentingan lain, namun program revitalisasi pasar mendapat tanggapan yang negatif dan positif. Tanggapan negatif dari pedagang disebabkan karena pendapatan pedagang yang menurun pasca revitalisasi, menunjukkan bahwa kenyamanan pasar pasca revitalisasi tidak menyebabkan minat masyarakat meningkat (Ratnasari, 2015). Namun, hasil penelitian di Pasar Tradisional Gamping menunjukkan bahwa kebersihan pasar merupakan faktor yang dipertimbangkan dan pada akhirnya meningkatkan minat untuk membeli di pasar tradisional. Dengan demikian, diperlukan peran serta pedagang dalam menjaga kebersihan pasar (Zamzammi, 2015).

#### **KESIMPULAN**

Minat masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Tradisional Gamping secara keseluruhan termasuk kategori sedang. Pada masyarakat yang berdekatan (berjarak kurang lebih 1 km) dengan Pasar Tradisional Gamping mempunyai minat beli yang tinggi, sedangkan pada masyarakat yang lebih jauh apalagi yang berdekatan dengan pasar modern menunjukkan minat yang lebih rendah. Faktor kemudahan akses pada pasar tradisional merupakan faktor penting yang menentukan minat beli masyarakat di pasar tradisional.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Mulianto, D., Mulyadi, A., Siregar, YI. (2013). Persepsi Sikap Pedagang dan Masyarakat Mengenai Kondisi Lingkungan Pasar terhadap Revitalisasi Pasar Dupa Kencana Pekanbaru. *Lingkungan* 7(1): 15-27
- Christine, E. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Dan Demografi Terhadap Preferensi Belanja Konsumen Di Pasar Beringharjo (Doctoral Dissertation, UAJY).
- Hidayat, A. T., Elita, F. M., & Setiaman, A. (2012). Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen. *Students E-Journal*, 1 (1).
- Pramono, A. H., (2011). Menahan Serbuan Pasar modern. Yogyakarta: Lembaga Ombudsman Swasta Daerah Istimewa Yogyakarta.

- Ratnasari, M.I. (2015). Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Sampangan Bagi Pedagang di Kota Semarang. *Economics Development Analysis Journal*, 4 (2).
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Zamzammi, S. (2015). Studi Sosiologis tentang Pengelolaan Kebersihan Pada Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru (Studi Kasus di Pasar Cik Puan, Pasar Pagi Dupa, dan Pasar Sail). *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 2 (1).

