

CIRI-CIRI PASAR MINGGU DAN TAHAP KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP KEMUDAHAN YANG DISEDIAKAN: KAJIAN KES PASAR MINGGU GAYA STREET, KOTA KINABALU, SABAH

CHARACTERISTICS OF A SUNDAY MARKET AND THE LEVEL OF VISITORS' SATISFACTION WITH THE FACILITIES PROVIDED: A CASE STUDY OF THE GAYA STREET SUNDAY MARKET, KOTA KINABALU, SABAH

**Jabil Mapjabil¹, Nurul Sakina Bahari², Datu Razali Datu Eranza³, Nor-Ina Kanyo⁴,
Christina Andin⁵, Noorziah Mohd Salleh⁶, Rosmiza M.Z.⁷, Mazdi Marzuki⁸,
Mohamad Pirdaus Yusoh⁹ & Jeannet Stephen¹⁰**

¹ Institut Kajian Orang Asal Borneo (BorIIS), Universiti Malaysia Sabah
(E-mel: jabil@ums.edu.my)

² Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah
(E-mel: sakina@gmail.com)

³ Fakulti Perniagaan, Ekonomi dan Perakaunan, Universiti Malaysia Sabah
(E-mel: drde@ums.edu.my)

⁴ Institut Kajian Orang Asal Borneo (BorIIS), Universiti Malaysia Sabah
(E-mel: norina@ums.edu.my)

⁵ Fakulti Psikologi dan Pendidikan, Universiti Malaysia Sabah
(E-mel: christina@ums.edu.my)

⁶ Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Kampus Sabah
(E-mel: noorziah@sabah.uitm.edu.my)

⁷ Program Geografi, Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia
(E-mel: miza@ukm.edu.my)

⁸ Jabatan Geografi dan Alam Sekitar, Fakulti Sains Kemanusiaan, Universiti Pendidikan Sultan Idris
(E-mel: mazdi@fsk.upsi.edu.my)

⁹ Pusat Pendidikan Asas dan Lanjutan, Universiti Malaysia Terengganu
(E-mel: m.pirdaus@umt.edu.my)

¹⁰ Pusat Penataran Ilmu dan Bahasa, Universiti Malaysia Sabah
(E-mel: jeannets@ums.edu.my)

Article history

Received date : 1-9-2021
Revised date : 2-9-2021
Accepted date : 11-10-2021
Published date : 28-10-2021

To cite this document:

Jabil Mapjabil, Nurul Sakina Bahari, Datu Razali Datu Eranza, Nor-Ina Kanyo, Christina Andin, Noorziah Mohd Salleh, Rosmiza M.Z., Mazdi Marzuki, Mohamad Pirdaus Yusoh & Jeannet Stephen (2021). Ciri-ciri pasar minggu dan tahap kepuasan pengunjung terhadap kemudahan yang disediakan: Kajian kes pasar minggu Gaya Street, Kota Kinabalu, Sabah. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 6 (36), 91 - 103.

Abstrak: Pasar minggu merupakan suatu perniagaan sektor tidak formal yang menjadi tumpuan pengunjung termasuk pelancong untuk mendapatkan keperluan barangan dan perkhidmatan. Namun begitu, pasar minggu memiliki ciri-ciri yang berbeza mengikut lokaliti, meskipun ada persamaan dengan lokasi lain di negeri Sabah. Justeru, artikel ini bertujuan untuk meneliti ciri-ciri pasar minggu yang dijalankan di Gaya Street, Kota Kinabalu, seterusnya meninjau tahap kepuasan pengunjung terhadap kemudahan yang disediakan di lokasi kajian. Reka bentuk kajian yang digunakan ialah eksploratif dan deskriptif manakala pendekatan yang digunakan adalah kaedah kuantitatif dan disokong dengan data kualitatif melalui temu bual dengan seorang pegawai dari Dewan Bandaraya Kota Kinabalu (DBKK). Seterusnya, seramai 83 orang responden dipilih secara rawak dalam kajian ini. Dapatan kajian menunjukkan daripada 14 ciri pasar minggu yang diteliti di Gaya Street, sembilan ciri mencatatkan skor min 'tinggi', antaranya tempat yang sesak, pelbagai produk dijual dan harga barang yang murah. Manakala lima parameter lain merekodkan skor min skala 'sederhana' sahaja, antaranya ciri keselamatan, kualiti barang yang dijual dan kebersihan persekitarannya. Daripada segi tahap kepuasan pengunjung terhadap kemudahan di pasar minggu Gaya Street, hasil kajian menunjukkan hanya kemudahan kedai makanan dan minuman mencatatkan skor min 'tinggi' manakala enam kemudahan lain merekodkan skor min 'sederhana', antaranya tong sampah, tempat istirehat dan tandas awam. Selain itu, terdapat satu parameter yang mencatatkan skor min 'rendah'. Sebagai implikasinya, suatu pelan strategik perlu dirancang dan dilaksanakan untuk meningkatkan imej, kemudahan dan perkhidmatan pasar minggu Gaya Street agar lebih bersih, berdaya saing dan lestari. Untuk itu, pelbagai pihak pemegang taruh perlu komited secara holistik dan bersepadu untuk merealisasikaninya.

Kata kunci: Pasar Minggu, Tahap Kepuasan, Pengunjung, Kemudahan, Aktiviti Membeli-belah

Abstract: The Sunday market is an informal business sector that attracts visitors, including tourists, to get their necessities for goods and services. However, this Sunday markets have different characteristics according to their locations. This article aims to examine the characteristics of the Gaya Street Sunday Market located in Kota Kinabalu, Sabah and surveying visitors' level of satisfaction with the facilities provided at the site. The design of the study is exploratory and descriptive while the approach used is quantitative and supported by qualitative data through an interview with an officer from Kota Kinabalu City Hall (DBKK). 83 respondents were randomly selected in this study. The findings showed that out of the 14 features of the Gaya Street Sunday Market, nine features recorded 'high' mean scores which include crowded places, variety of products sold, and the cheap prices of goods. The other five features recorded such as safety, quality of goods sold, and environmental hygiene recorded 'moderate' mean scores. In terms of visitor satisfaction with the facilities at the Gaya Street Sunday Market, the results showed that only food and beverage outlets registered 'high' mean scores while six other facilities recorded 'moderate' mean scores and these include rubbish bins, rest areas, and public toilets. In addition, there is a feature that registers a 'low' mean score. An implication of this study is that a strategic plan needs to be planned and implemented to enhance the image, facilities, and services of Gaya Street Sunday Market in order for it to be cleaner, more competitive, and sustainable. To that end, various stakeholders must be more integrated and holistically committed to realize this.

Keywords: Sunday Market, Satisfaction Level, Visitors, Convenience, Shopping Activities

Pengenalan

Pasar minggu merupakan suatu perniagaan sektor tidak formal yang popular di negeri Sabah dan lebih dikenali sebagai '*tamu*'. Menurut Jabil et al. (2020a), pasar minggu ialah sebuah ruang tempat jual beli secara terbuka dan bersifat konvensional yang lazimnya diadakan di medan pasar atau tempat sementara serta sering kali diadakan hanya pada hari tertentu pada setiap minggu. Pasar minggu berperanan sebagai pusat aktiviti perekonomian berasaskan sektor tidak formal, iaitu melalui penawaran dan penyediaan pelbagai barangan keperluan pengunjung. Pasar minggu sebagai sektor tidak formal berkait rapat dengan keusahawanan tempatan. Johan et al. (2018) menegaskan keusahawanan tempatan diperlukan bagi mencipta dan mengekalkan ekonomi yang berdaya saing kerana sektor ini mampu mencipta peluang pekerjaan baharu, menambah keupayaan eksport dan pertumbuhan ekonomi sesebuah negara. Nilai keusahawanan adalah penting dalam pertumbuhan dan pembangunan sesebuah masyarakat kerana kerencaman sistem perniagaan dan ekonomi pada hari ini menyebabkan wujudnya variasi capaian dalam memasarkan mahupun mendapatkan sesuatu barangan. Menurut Jabil et al. (2020b), sektor keusahawanan merupakan bidang penting dalam pembangunan sesebuah masyarakat dan negara. Kerajaan menggalakkan masyarakat untuk melibatkan diri dalam sektor keusahawanan. Misalnya, dalam Rancangan Malaysia Ke-11 (RMK 11), pihak kerajaan telah memfokuskan bidang keusahawanan sebagai sumber penjana pendapatan yang lebih tinggi melalui penglibatan swasta, aktiviti ekonomi dan penciptaan peluang pekerjaan.

Sehubungan dengan itu, terdapat sedikit perbezaan pasar minggu di kawasan tertentu, misalnya dari segi waktu beroperasi, kekerapan hari jualan, jenis barangan yang dijual, jumlah gerai dan sebagainya. Dalam konteks kajian ini, pasar minggu Gaya Street dipilih sebagai lokasi kajian. Sementara itu, pasar minggu lain, terdapat di beberapa daerah, antaranya Tuaran, Papar, Tenom, Kota Belud dan Telipok. Pasar minggu turut berperanan sebagai pusat tarikan pelancong, iaitu melalui penawaran dan penyediaan pelbagai barangan keperluan pengunjung. Di samping itu, pasar minggu adalah tempat utama pertemuan antara pembeli dengan penjual untuk membeli serta mendapatkan barangan bagi memenuhi keperluan dan kehendak penggunanya tanpa mengambil kira taraf sosial sesuatu masyarakat. Kewujudan pasar minggu semakin mendapat perhatian pengunjung sekali gus memacu pertumbuhan ekonomi negara, khususnya di Kota Kinabalu, Sabah. Menurut Nurulhuda dan Ramlee (2009), faktor lokasi yang strategik, pasaran yang dinamik, produk berkualiti, tapak perniagaan yang selesa, bersih dan sesuai untuk memperagakan barang-barang mempengaruhi kejayaan sesebuah keusahawanan tidak formal seperti pasar tani dan pasar minggu.

Berhubung kait dengan pasar minggu sebagai salah satu destinasi kunjungan pelancong, Jabil et al. (2020d) menegaskan sektor informal seperti pasar minggu turut menawarkan pelbagai barangan dan perkhidmatan yang menjadi permintaan kepada produk pelancongan. Antara produk barangan yang menjadi tumpuan pengunjung terutamanya pelancong adalah barangan kraftangan, makanan tradisi dan produk keluaran hasil Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Sektor keusahawanan ini mampu menawarkan peluang pekerjaan kepada komuniti miskin bandar seterusnya meningkatkan peluang guna tenaga dalam bidang perniagaan skala kecil-kecilan. Dalam usaha untuk meningkatkan minat pelancong untuk membeli-belah di sektor informal, kelebihan nilai barangan dan keunikan produk sektor informal perlu dipertingkatkan dan dipelbagaikan (Jabil et al., 2020d).

Meskipun pasar minggu sering menjadi tumpuan pengunjung, namun aspek perkhidmatan dan kemudahan yang disediakan perlu lebih baik agar pengunjung berpuas hati dan seronok untuk membeli-belah. Menurut Jabil et al. (2020a), tahap kepuasan pengunjung diukur berdasarkan beberapa parameter yang dikenal pasti mempengaruhi sikap dan persepsi pengunjung semasa kunjungan mereka ke pasar berkenaan. Kepuasan terhadap ciri-ciri perkhidmatan diperhatikan melalui sikap peniaga terhadap pengunjung manakala bagi kemudahan pula diukur berdasarkan kualiti kemudahan yang disediakan di kawasan pasar tersebut. Oleh itu, peniaga perlu meningkatkan kualiti perkhidmatan mereka terhadap pengunjung manakala kemudahan di sekitar pasar minggu pula perlu ditambah baik untuk keselesaan pengunjung. Persoalan utama yang mendorong kajian ini adalah bagaimanakah ciri-ciri pasar minggu yang dijalankan di bandar utama seperti Kota Kinabalu dan bagaimanakah tahap kepuasan pengunjung terhadap kemudahan yang disediakan di pasar minggu ini? Justifikasi kajian ini adalah untuk menambah baik kualiti kemudahan yang disediakan di sesebuah pasar minggu khususnya di Kota Kinabalu sejajar dengan tempoh operasinya yang telah berdekad lamanya. Hasil kajian ini diharapkan dapat membantu pihak pemegang taruh dalam merancang penambahbaikan pasar minggu ini agar menjadi tumpuan pengunjung dan pelancong, berdaya saing dan lestari.

Tinjauan Literatur

Pasar Minggu dan Aktiviti Membeli-Belah

Pasar minggu ialah sebuah ruang tempat jual beli secara terbuka dan bersifat konvensional. Menurut Stanton (1984), pasar diwujudkan untuk merencana, menentu, mempromosi dan mengedarkan barangan dan perkhidmatan untuk memberi kepuasan kepada pengunjung. Di samping itu, pasar adalah tempat masyarakat yang memiliki keinginan untuk kepuasan diri berbelanja bagi keperluan dan kehendak iaitu tempat jual beli dengan alat pertukaran wang (pengunjung) dengan barangan (penjual). Kotler dan Armstrong (1997) menegaskan pasar adalah suatu set aktuari dan potensi dari sebuah produk. Pasar bergantung terhadap jumlah pengunjung yang memiliki kemampuan dalam pertukaran barangan dan wang. Menurut Hermanto et al. (2018), meskipun pembangunan pasar moden semakin pesat membangun, namun sesetengah orang masih ingin berkunjung ke pasar yang tradisi dan konvensional. Hal ini berlaku kerana di pasar tradisi seperti pasar minggu masih wujud proses tawar-menawar, sedangkan di pasar moden, harga telah ditetapkan dengan tanda harga tertentu.

Menurut Tosun et al. (2007), kelebihan pusat membeli-belah di sesuatu lokasi adalah bilangan kedai yang banyak, persekitaran yang menyenangkan, memiliki unsur hiburan, restoran dan sebagainya. Aktiviti membeli-belah berperanan dalam mengubah kawasan sekitarnya melalui kepelbagaian trend sosial, budaya dan ekonomi yang membawa kepada kemunculan pola tingkah laku dan kepenggunaan baharu. Law dan Au (2000) menegaskan bahawa membeli-belah merupakan kuasa tarikan utama kepada pengunjung termasuk pelancong dari segi penggunaan sebenar pembelian barang dan sebagai sumber keseronokan dan kepuasan.

Kepuasan Pengunjung dan Pelancong

Kepuasan adalah merujuk terhadap pencapaian bersifat hodomistik atau memenuhi citarasa seseorang pengunjung. Selain itu, kepuasan perlu memfokuskan kepada faktor jangkaan dan pencapaian yang diharapkan oleh seseorang. Kepuasan merujuk terhadap perasaan suka atau kecewa yang muncul daripada hasil sesuatu produk yang diharapkan. Selain itu, kepuasan boleh dianggap sebagai respon maksimum daripada sesuatu produk atau perkhidmatan (Hamidi & Md Sirat, 2016). Berdasarkan konsep kepuasan ini, perasaan itu terhasil daripada psikologi ke

arah memenuhi jangkaan dan pencapaian berkaitan dengan penawaran sesuatu produk atau perkhidmatan. Dalam mencapai hasrat sebagai sebuah destinasi membeli-belah yang menjadi tumpuan pengunjung, komponen pengalaman pelancong dan ciri-ciri tarikan destinasi perlu diberi penekanan. Selain itu, kepuasan dianggap sebagai suatu reaksi dan keputusan terhadap emosi atau sifat dalaman seseorang (Bigné et al., 2001). Pada kebiasaannya, reaksi ini mempunyai kaitan dengan masa yang dianggap istimewa, iaitu kepuasan sebelum membeli, selepas membeli dan setelah menggunakan produk atau perkhidmatan yang disediakan.

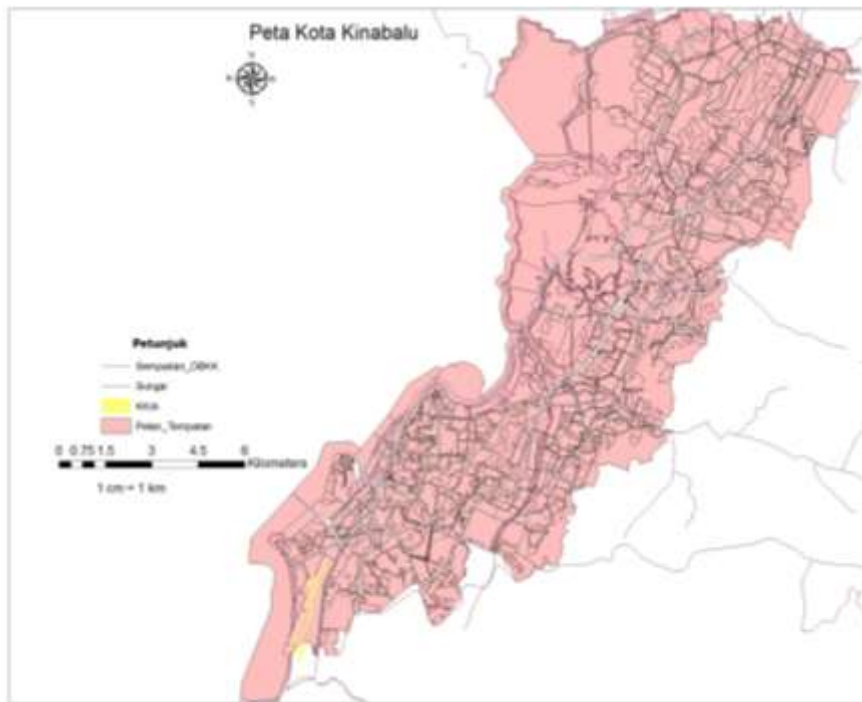
Metodologi Kajian

Reka bentuk kajian merupakan satu pelan tindakan yang memperlihatkan secara terperinci tentang cara sesuatu kajian itu dijalankan (Cresswell & Creswell, 2017). Hal ini berperanan sebagai panduan membantu penyelidik dalam proses memungut, menganalisis dan membuat pentafsiran hasil daripada penyelidikan yang dijalankan. Reka bentuk kajian yang digunakan dalam kajian ini ialah eksploratif dan deskriptif. Idea utama dalam reka bentuk eksploratif adalah mengukur persepsi, pendapat dan sikap yang berbentuk subjektif daripada pengumpulan data berskala besar yang menggunakan data kuantitatif dengan analisis deskriptif (Othman, 2013). Oleh itu, kajian berbentuk eksplorasi dan tinjauan ini sesuai dan relevan digunakan bagi mendapatkan maklumat yang diperlukan dalam penyelidikan ini. Pendekatan yang digunakan adalah kaedah kuantitatif dan disokong dengan data kualitatif melalui temu bual dengan seorang pegawai dari Dewan Bandaraya Kota Kinabalu (DBKK). Selain itu, seramai 83 orang responden dipilih secara rawak dalam kajian ini.

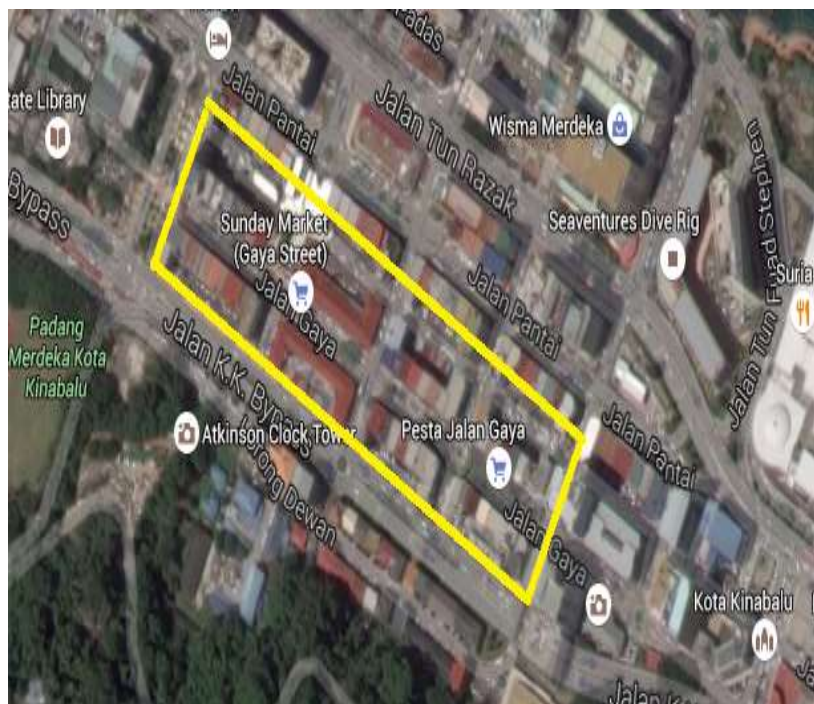
Kawasan Kajian

Sabah terletak di bahagian utara Borneo, iaitu pulau ketiga terbesar di dunia dan memiliki kawasan pesisir pantai sepanjang 1,600 kilometer. Sabah juga dikenali sebagai 'Negeri di Bawah Bayu' yang terbahagi kepada 265 daerah, iaitu termasuk Kota Kinabalu yang terletak di koordinat 5°58'17" N 116°05'43" E. Luas kawasannya adalah 136 batu persegi (351 km²). Pada awalnya, Kota Kinabalu dikenali sebagai Jesselton, iaitu ibu negeri Sabah yang terletak di Malaysia Timur (Rajah 1). Kota Kinabalu telah dinaik tarik kepada bandaraya pada 2 Februari 2002 dengan kepadatan penduduk seramai 452,058 orang. Bandar ini merupakan destinasi pelancongan utama dan pintu masuk yang terkenal bagi pelancong dalam dan luar negara yang melawat Sabah dan Borneo. Terdapat beberapa kawasan sekitar bandaraya Kota Kinabalu yang menjalankan aktiviti perniagaan secara informal, salah satunya adalah pasar minggu di Gaya Street (Rajah 2). Pada awalnya, Jalan Gaya dikenali sebagai 'Bond Street' yang terletak di tengah-tengah zon perniagaan (*Central Business District*). Kawasan ini telah beroperasi hampir lebih kurang 100 tahun dahulu dan kini kawasan tersebut dibangunkan sebagai salah satu kawasan pelancongan bandar.

Pada setiap hari Ahad, laluan jalan raya di sepanjang Gaya Street akan ditutup bagi memberi ruang khas kepada pasar minggu dijalankan, iaitu bermula seawal jam 6.30 pagi sehingga jam 1.00 tengah hari. Kawasan pasar minggu ini terdiri daripada 500 deretan kedai. Salah satu faktor kawasan tersebut menjadi tumpuan pengunjung termasuk pelancong adalah kerana produk yang dijual adalah menarik serta penawaran barangan yang pelbagai seperti cenderamata, pokok hiasan, perkakasan rumah, haiwan peliharaan, pakaian, makanan tempatan, kraftangan, perhiasan rumah, sayur-sayuran dan buah-buah tempatan. Keunikan pasar minggu ini dilihat melalui penglibatan peniaga daripada pelbagai kaum dan bukan sahaja berasal dari Kota Kinabalu, malahan daripada daerah lain seperti Tuaran, Kota Belud, Papar dan sebagainya (Oliver et al., 2009).



Rajah 1: Peta Bandaraya Kota Kinabalu
Sumber : Abdul Munir (2015).



Rajah 2: Kedudukan Gaya Street di Kota Kinabalu
Sumber : Google Earth (2019).

Dapatan Kajian

Profil Demografik Responden

Dari segi kategori responden, majoriti adalah penduduk tempatan, iaitu 53 orang (63.9%) dan selebihnya seramai 21 orang (25.3%) adalah pelancong domestik dan sembilan orang (10.8%) pelancong asing. Bilangan responden lelaki dan perempuan adalah agak seimbang iaitu masing-masing seramai 43 orang (51.8%) dan 40 orang (48.1%). Majoriti responden berumur dalam lingkungan 21 – 30 tahun, iaitu seramai 46 orang (55.4%). Seterusnya, responden yang berumur dalam lingkungan 31 – 40 tahun dan 41 – 50 tahun masing-masing mencatatkan 15.7% (13 orang) dan 13.3% (11 orang). Manakala, responden yang berumur 20 tahun dan ke bawah seramai 7 orang (8.4%) dan yang berumur 50 tahun dan ke atas pula seramai 6 orang (7.2%).

Jadual 1: Profil Demografik Responden

Ciri Demografik	Kriteria	Frekuensi	Peratus (%)
Kategori	Penduduk tempatan	53	63.9
	Pelancong domestik	21	25.3
	Pelancong asing	9	10.8
Jantina	Lelaki	43	51.8
	Perempuan	40	48.2
Umur	20 tahun dan ke bawah	7	8.4
	21 – 30 tahun	46	55.4
	31 – 40 tahun	13	15.7
	41 – 50 tahun	11	13.3
	50 tahun dan ke atas	6	7.2
Status Perkahwinan	Bujang	46	55.4
	Berkahwin	35	42.2
	Balu / janda / duda	2	2.4
Pendidikan	Tinggi	42	50.6
	Menengah	34	41.0
	Rendah	4	4.8
	Tiada pendidikan formal	3	3.6
Pekerjaan	Penjawat awam	16	19.3
	Penjawat swasta	25	30.1
	Peniaga / usahawan	11	13.3
	Bekerja sendiri	11	13.3
	Pesara	3	3.6
	Suri rumah	10	12.0
	Pelajar	7	8.4

Daripada segi status perkahwinan, seramai 46 orang (55.4%) adalah bujang, 35 orang (42.2%) sudah berkahwin dan bakinya seramai dua orang (2.4%) berstatus balu, duda atau janda. Seterusnya, majoriti responden memiliki latar belakang pendidikan di peringkat tinggi seperti universiti dan kolej, iaitu 42 orang (50.6%). Manakala yang berpendidikan menengah seramai 34 orang (41.0%), selebihnya empat orang responden (4.8%) bersekolah di peringkat rendah dan tiga orang (3.6%) pula tidak mendapat pendidikan formal. Daripada 83 orang responden yang ditemu bual, seramai 25 orang (30.1%) bekerja di sektor swasta dan 16 orang (19.3%)

sebagai penjawat awam. Seterusnya, terdapat 11 orang responden (13.3%) masing-masing bekerja sendiri dan usahawan. Manakala pesara seramai tiga orang (3.6%), suri rumah seramai 10 orang (12.0%) dan pelajar pula seramai tujuh orang (8.4%)(Jadual 1).

Ciri-Ciri Pasar Minggu di Gaya Street

Jadual 2 menunjukkan 14 pernyataan tentang ciri-ciri pasar minggu di Gaya Street, Kota Kinabalu. Jawapan responden adalah berdasarkan skala likert 5 mata, iaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = kurang setuju, 3 = sederhana, 4 = setuju dan 5 = sangat setuju. Terdapat lima skala skor min yang terlibat, iaitu skala 'sangat rendah' (1.00 - 1.80), 'rendah' (1.81 - 2.60), 'sederhana' (2.61 - 3.40), 'tinggi' (3.41 - 4.20) dan 'sangat tinggi' (4.21 - 5.00). Pernyataan ciri-ciri tersebut disusun mengikut urutan skala 'tinggi' hingga 'sederhana'. Dapatan kajian menunjukkan daripada 14 ciri pasar minggu yang diteliti di Gaya Street, sembilan ciri mencatatkan skor min 'tinggi'. Ciri lokasi yang sesak dan sibuk mencatatkan skor min 'tinggi' paling utama, iaitu dengan skor 4.01. Untuk tujuh lagi parameter ciri-ciri pasar minggu yang turut merekodkan skor min 'tinggi' antara 3.45 hingga 3.99 termasuklah pelbagai jenis produk dijual (3.99), suasana persekitaran yang ceria (3.83), tanda harga dipamerkan (3.66), produk yang sama / hampir sama dijual (3.66), produk memenuhi keperluan dan citarasa pengunjung (3.61), ketersampaian yang tinggi (3.57), gerai kedai dan sempit (3.57) dan harga barangan lebih murah (3.47).

Namun begitu, terdapat lima ciri pasar minggu yang mencatatkan skor min 'sederhana' sahaja, iaitu tempat selamat untuk dikunjungi (3.40), barangan yang dijual adalah berkualiti (3.35), susun atur gerai yang tersusun (3.31), persekitaran yang bersih (3.30) dan kemudahan infrastruktur yang lengkap (3.25).

Jadual 2: Ciri-Ciri Pasar Minggu di Gaya Street, Kota Kinabalu
(tafsiran mengikut nilai skor min)

Pernyataan Ciri-Ciri Pasar Minggu	Min	Tahap
Tempat yang sesak dan sibuk	4.01	Tinggi
Pelbagai jenis produk dijual	3.99	Tinggi
Suasana persekitaran yang ceria	3.83	Tinggi
Tanda harga dipamerkan	3.67	Tinggi
Produk yang sama / hampir sama dijual	3.66	Tinggi
Produk memenuhi keperluan dan citarasa	3.61	Tinggi
Ketersampaian yang tinggi	3.57	Tinggi
Gerai yang kecil dan sempit	3.57	Tinggi
Harga barang lebih murah	3.47	Tinggi
Tempat yang selamat untuk dikunjungi	3.40	Sederhana
Barang yang dijual adalah berkualiti	3.35	Sederhana
Susun atur gerai yang tersusun	3.31	Sederhana
Persekitaran yang bersih	3.30	Sederhana
Kemudahan infrastruktur yang lengkap	3.25	Sederhana

SR= Sangat Rendah, R= Rendah, S= Sederhana, T= Tinggi, ST= Sangat Tinggi

Tahap Kepuasan Pengunjung Terhadap Kemudahan di Pasar Minggu

Jadual 3 menunjukkan tahap kepuasan responden terhadap lapan pernyataan kemudahan yang disediakan di Pasar Minggu Gaya Street. Jawapan responden adalah berdasarkan skala likert 5 mata, iaitu 1 = sangat tidak memuaskan, 2 = kurang memuaskan, 3 = sederhana, 4 = memuaskan dan 5 = sangat memuaskan. Seterusnya jawapan responden tersebut ditafsirkan mengikut lima skala skor min, iaitu skala ‘sangat rendah’ (1.00 - 1.80), ‘rendah’ (1.81 - 2.60), ‘sederhana’ (2.61 - 3.40), ‘tinggi’ (3.41 - 4.20) dan ‘sangat tinggi’ (4.21 - 5.00). Skor min disusun mengikut urutan skala ‘tinggi’ hingga skala ‘rendah’.

Dapatan kajian menunjukkan hanya kemudahan kedai makanan dan minuman yang mencatatkan skor min skala ‘tinggi’, iaitu 3.72 manakala enam parameter lain merekodkan skala ‘sederhana’. Antaranya, kemudahan tong sampah (3.16), papan tanda / peta lokasi (3.10), pondok keselamatan (2.76) dan tandas awam (2.70). Namun begitu, terdapat satu parameter yang mencatatkan skor min skala ‘rendah’, iaitu ruang tempat letak kenderaan (2.45).

Jadual 3: Kemudahan yang Disediakan di Pasar Minggu Gaya Street
(tafsiran mengikut nilai skor min)

Kemudahan	Min	Skala
Kedai makanan dan minuman	3.72	Tinggi
Tong sampah	3.16	Sederhana
Papan tanda / peta lokasi	3.10	Sederhana
Tempat istirehat	3.08	Sederhana
Pondok keselamatan	2.76	Sederhana
Pusat aduan dan informasi	2.71	Sederhana
Tandas awam	2.70	Sederhana
Ruang tempat letak kenderaan	2.45	Rendah

Perbincangan

Ciri-Ciri Pasar Minggu di Gaya Street

Pasar minggu Gaya Street terletak di kedudukan yang strategik di bandaraya Kota Kinabalu. Justeru, terdapat ciri-ciri pasar minggu yang berbeza berbanding dengan pasar minggu di daerah lain terutamanya di kawasan pedalaman atau luar bandar. Berdasarkan pemerhatian penyelidik, keadaan pasar yang sibuk dan sesak adalah dipengaruhi oleh susunan kedai atau premis yang tidak teratur, laluan yang sempit serta ditambah lagi dengan ruang premis yang agak kecil (Foto 1). Faktor kesesakan turut dipengaruhi oleh kedudukan pasar minggu ini yang menjadi tumpuan penduduk tempatan di sekitar Kota Kinabalu untuk membeli keperluan seperti hasil tani khususnya sayur-sayuran, ulam dan buah-buahan serta kuih-muih dan barangan dapur. Dapatan kajian ini berbeza dengan kajian Jabil et al. (2020d) yang menunjukkan tempat yang tidak sibuk dan sesak di lokasi sektor informal yang dikaji dengan skor min 3.00, meskipun masih berada pada skala ‘tinggi’. Sebaliknya, kajian di pasar minggu Putatan pula menunjukkan keadaan sibuk dan sesak mencatatkan skor min yang tinggi, iaitu 3.58 (Jabil et al., 2020a).

Selain itu, lokasi pasar minggu ini turut terletak di kawasan blok bangunan yang menyediakan kemudahan penginapan hotel dan premis perniagaan seperti kedai makan, restoran, kedai serbaneka dan lain-lain lagi. Dengan kata lain, faktor ketersampaian yang tinggi turut mempengaruhi situasi ini. Dapatan kajian ini didapati selari dengan kajian Jabil et al. (2020d)

yang menunjukkan ketersampaian lokasi sektor informal yang dikaji adalah tinggi iaitu senang untuk dikunjungi dengan skor min 3.58. Namun begitu, responden berpendapat suasana persekitaran adalah ceria dan menyeronokkan kerana aktiviti tawar-menawar boleh dilakukan.



Foto 1: Suasana sibuk dan sesak di Pasar Minggu Gaya Street

Ciri-ciri pasar minggu di Gaya Street turut boleh diteliti dari segi jenis produk yang dijual dan harga yang ditawarkan. Responden bersetuju bahawa terdapat pelbagai jenis produk yang dijual di pasar minggu ini dengan skor min 3.99. Selain daripada produk hasil tani, barang keperluan dapur, pekakas dan peralatan rumah dan kegunaan am, ubat-ubatan, barang perhiasan, pakaian dan keperluan peribadi serta kraftangan boleh didapati di sini. Dapatan kajian ini selari dengan kajian pasar minggu di Putatan yang menunjukkan pelbagai jenis produk yang dijual dengan skor min 3.91 (Jabil et al., 2020a). Seterusnya, responden mengakui kebanyakan peniaga meletakkan tanda harga untuk produk dan barang yang dijual (min 3.67), namun mereka masih boleh tawar-menawar untuk harga yang lebih murah dan berpatutan (min 3.47). Kajian Jabil et al. (2020d) mendapati 72.2% responden dalam kajian sektor informal di bandaraya Kota Kinabalu menunjukkan harga barangan yang lebih murah dan berpatutan. Manakala kajian di pasar minggu Putatan pula mencatatkan skor min 3.62 untuk tanda harga yang dipaparkan dan min 3.62 untuk harga barangan yang murah (Jabil et al., 2020a).

Seperti juga pasar minggu di daerah lain, kebanyakan produk dan barang yang dijual di pasar minggu Gaya Street adalah sama atau lebih kurang sahaja (skor min 3.66). Namun begitu, barangan yang dijual tersebut dapat memenuhi keperluan citarasa pengunjung termasuk pelancong (skor min 3.61). Sebagai perbandingan, kajian pasar minggu di Putatan mendapati produk dan barang yang dijual di situ adalah memenuhi keperluan dan citarasa pengunjung dengan skor min 3.90 (Jabil et al., 2020a). Skor min yang tinggi di pekan Putatan menunjukkan penduduk setempat termasuk pengunjung mendapatkan keperluan harian mereka di pasar minggu tersebut.

Namun begitu, terdapat juga ciri-ciri pasar minggu di Gaya Street yang menunjukkan responden agak kurang berpuas hati, antaranya aspek keselamatan (skor min 3.40), kualiti barang yang dijual (3.35), susunan gerai yang tidak kemas dan sempit (3.31), persekitaran yang bersih (3.30) dan kemudahan yang disediakan di pasar minggu berkenaan (3.25). Berbanding dengan kajian di pasar minggu Putatan (Jabil et al., 2020a) menunjukkan wujud trend yang sama bagi ciri persekitaran yang bersih (3.34) dan kemudahan yang disediakan (3.32). Namun demikian, aspek keselamatan (3.78), kualiti barang yang dijual (3.58) dan susun atur gerai mencatatkan

skor min yang tinggi, iaitu 3.58. Berbeza dengan kajian tahap kepuasan pengunjung terhadap kemudahan gerai makanan laut di Kota Kinabalu oleh Jabil et al. (2020c) mendapati susun atur gerai dan keadaan persekitaran gerai masing-masing mencatatkan skor min 'sederhana' dengan 3.23 dan 2.88.

Tahap Kepuasan Pengunjung terhadap Kemudahan Pasar Minggu di Gaya Street

Hasil kajian tahap kepuasan pengunjung terhadap kemudahan di pasar minggu Gaya Street menunjukkan hanya satu parameter yang merekodkan skor min 'tinggi' - 3.72, iaitu kemudahan kedai makanan dan minuman. Berdasarkan temu bual penyelidik dengan Pengawai DBKK di bahagian penjaja dan pasar, Encik Leong menjelaskan Jalan Gaya (Gaya Street) telah lama dirancang dan dibangunkan khas untuk pusat perniagaan, justeru terdapat pelbagai premis perniagaan di blok bangunan di kawasan tersebut, antaranya kemudahan kedai makanan dan minuman termasuk restoran (Foto 2). Dapatan kajian ini selari dengan kajian oleh Jabil et al. (2020a) yang menunjukkan pengunjung berpuas hati dengan kemudahan kedai makanan dan minuman berdekatan dengan pasar minggu Putatan dengan skor min 3.90.



Foto 2: Kedai Makanan dan Minuman (termasuk Restoran)

Namun begitu, tahap kepuasan pengunjung di Gaya Street adalah sederhana untuk enam kemudahan yang dikaji, iaitu tong sampah (3.16), papan tanda / peta lokasi (3.10), tempat isitirehat (3.08), pondok keselamatan (2.76), pusat aduan dan informasi (2.71) dan tandas awam (2.70). Hal ini memiliki persamaan dengan kajian Jabil et al. (2020a) di pasar minggu Putatan yang menunjukkan empat kemudahan di pasar berkenaan turut merekodkan skor min 'sederhana', iaitu tong sampah (3.13), tandas (3.06), kemudahan aduan dan informasi (2.85) dan pondok keselamatan (2.64). Demikian juga kajian tentang tahap kepuasan pengunjung terhadap kemudahan gerai makanan laut di Kota Kinabalu yang menunjukkan kemudahan tong sampah (2.86), papan tanda / peta lokasi (3.02) dan tandas (2.70) adalah pada skala sederhana. Namun begitu, untuk kemudahan pondok keselamatan pula adalah pada skala rendah dengan skor min 2.41 sahaja.

Hasil kajian menunjukkan terdapat satu kemudahan yang mencatatkan tahap kepuasan yang rendah dalam kalangan pengunjung pasar minggu di Gaya Street, iaitu ruang tempat untuk meletakkan kenderaan (skor min 2.45). Berdasarkan pemerhatian penyelidik, pengunjung yang menggunakan kenderaan peribadi adalah lebih tinggi berbanding pengunjung yang menggunakan pengangkutan awam. Ini menyebabkan peningkatan bilangan penggunaan kereta sehingga mengehadkan tempat letak kereta yang disediakan oleh Dewan Bandaraya Kota Kinabalu (DBKK). Keadaan bertambah teruk apabila sesetengah pengunjung meletakkan

kereta di bahu jalan sehingga menyebabkan kesesakan jalan raya. Namun begitu, kajian Jabil et al. (2020a) di pasar minggu Putatan menunjukkan tempat letak kenderaan mencatatkan skor min sederhana, iaitu 2.70.

Kesimpulan

Pasar minggu Gaya Street, Kota Kinabalu adalah sektor perniagaan tidak formal yang menjadi tumpuan penduduk setempat dan penduduk dari daerah berdekatan, selain pelancong domestik dan pelancong antarabangsa. Terdapat ciri pasar minggu ini yang unik dan berbeza dengan pasar minggu di daerah lain yang bukan sahaja disebabkan faktor lokasinya strategik yang terletak di ibu negeri tetapi aspek lokaliti yang dikelilingi oleh premis penginapan hotel pelbagai penarafan bintang termasuk penginapan bajet dan *backpackers* serta kemudahan premis pebagai perniagaan lain termasuk restoran, farmasi, bank dan kedai serbaneka. Secara umumnya, kajian ini menunjukkan daripada 14 pernyataan tentang ciri-ciri pasar minggu di Gaya Street, sembilan adalah pada skala 'tinggi' dan lima parameter lain mencatatkan skala 'sederhana'. Namun begitu, untuk tahap kepuasan pengunjung terhadap kemudahan di pasar minggu ini pula merekodkan hanya satu kemudahan yang berada pada skala 'tinggi' dan selebihnya enam parameter berada pada skala 'sederhana' dan satu parameter lain pada skala 'rendah' sahaja. Dapatan kajian ini memberikan dua implikasi, pertama, masih ada aspek yang berkaitan dengan ciri-ciri pasar minggu dan tahap kepuasan pengunjung yang berada pada tahap sederhana dan rendah serta kurang memuaskan. Kedua, suatu pelan strategik perlu dirancang dan dilaksanakan untuk meningkatkan imej, kemudahan dan perkhidmatan pasar minggu Gaya Street agar lebih bersih, berdaya saing dan lestari. Untuk itu, pelbagai pihak pemegang taruh perlu komited secara holistik dan bersepadu untuk merealisasikan hasrat ini, bukan sahaja dari aspek perancangan, malah melibatkan penguatkuasaan undang-undang, pemantauan serta penyelidikan dan pembangunan (R&D).

Rujukan

- Abdul Munir Hafizy Ladoni. (2015). *Peta Bandaraya Kota Kinabalu*. Program Geografi, FSSK, Universiti Malaysia Sabah.
- Bigné, J. E., Sánchez, M. I. & Sánchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616.
- Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Hamidi Ismail & Md Sirat Abu. (2016). Tahap kepuasan pelancong di Malaysia: Kajian lokasi ekopelancongan sekitar Melaka. *Malaysian Journal of Society and Space*, 12(9),69-78.
- Hermanto, B., Suryanto. S & Dai, R. M. (2018). Identification of traditional market characteristics and modern markets in Pangandaran District, West Java Province, Indonesia, *Advanced Science Letters*, 24(1), 365-368.
- Jabil Mapjabil, Datu Razali Datu Eranza, Ridhuan Mohd, Herman Obi, Muhammad Nashrul Azam Shabri & Gulam Mohammad (2020a). Tahap kepuasan pengunjung terhadap ciri-ciri perkhidmatan dan kemudahan di pasar minggu Putatan, Kota Kinabalu, Sabah. *Jurnal Penyelidikan Islam dan Kontemporari (JOIRC)*, 3(7), 24-35.
- Jabil Mapjabil, Johan Johnes, Nuramira Atiqah Morshidi, Al Malik Abdullah, Eagan Parir Jonly, Sim Yoon Phin & Nur Nabihah Izzati Wahit. (2020b). Peranan perniagaan produk berasaskan hasil ikan dalam pembangunan sosioekonomi komuniti di Kimanis, Papar, Sabah. *Journal of Advanced Research in Social and Behavioural Sciences*, 20(1), 29-45.
- Jabil Mapjabil, Rosmiza M.Z., Noorziah Mohd Salleh, Datu Razali Datu Eranza & Sanisah Sarida Awang Hamat (2020c). Tahap kepuasan pengunjung terhadap kemudahan dan

- perkhidmatan gerai makanan laut di Kota Kinabalu, Sabah. *Asian People Journal*, 3(2), 123-133.
- Jabil Mapjabil, Siti Nurul Asyikin Che Mat, Mazdi Marzuki & Rosmiza M. Z. (2020d). Ciri-ciri dan tahap kepuasan pelancong domestik terhadap sektor informal di Bandar Raya Kota Kinabalu, Sabah. *Journal of Human Development and Communication*, Vol. 9, 47-56.
- Johan Johnes, Nur Faraein Zainal Abidin, Jabil Mapjabil, Nur Izzah Nabilah Haron, Siti Hairah Taba & Corina Claire Alexander (2018). Faktor penentu kejayaan usahawan kuih tradisional di daerah Papar, Sabah. *Geografia - Malaysian Journal of Society and Space*, 14(1), 142-157.
- Kotler. P. & Amstrong G. (1997). *Marketing: An Introduction*. (4th ed.). Prentice Hall. International.
- Law, R. & Au, N. (2000). Relationship modeling in tourism shopping: A decision rules induction approach. *Tour. Manage.*, 21, 241-249.
- Nurulhuda Che Abdullah & Ramlee Mustapha. (2009). Kajian kes usahawan tani industri kecil sederhana (IKS) bumiputera di Negeri Terengganu. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 34(2), 143-165.
- Oliver Valentine Eboy, Mustapa Abd. Talip, Jurry Foo & Abdul Munir Ladoni. (2009). *Permodelan Nilai Sewa Harta Tanah Komersial Menggunakan Pengintegrasian GIS dan MRA di Kota Kinabalu Sabah*. Malaysia: Universiti Malaysia Sabah.
- Othman Talib. (2013). *Asas Penulisan Tesis Penyelidikan dan Statistik*. Serdang: Universiti Putra Malaysia.
- Stanton, W. J. (1984). *Fundamentals of Marketing*. (7th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Tosun, C., Temizkan, S. P., Timothy, D. J. & Fyall, A. (2007). Tourist shopping experiences and satisfaction. *Int. J. Tour. Res.*, 9, 87-102.