ANALISIS DAMPAK PASAR MODERN METRO MEGA MALL TERHADAP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA METRO

(*Skripsi*)

OLEH :

Shelya Oktaviani Ulfa

EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2019

ABSTRACT

IMPACT ANALYSIS OF THE MODERN METRO MEGA MALL MARKET TOWARDS TRADITIONAL MARKET TRADES IN THE METRO CITY

(CENDRAWASIH MARKET CASE STUDY)
By

Shelya Oktaviani Ulfa

The purpose of this research is to differences in income, labor and capital of traders in the Cendrawasih Metro City market, after the construction of the modern Metro Mega Mall market. The results of this study using the different Wilcoxon test, there are differences in income, labor and merchant capital in Cendrawasih Market after the construction of the modern Metro Mega Mall market. The weakness factor is that many traders experience a decline in income so that some traders also have to reduce their workforce so as not to harm traders in traditional markets. All traders increase capital so that they can still compete with the modern Metro Mega Mall market. The excess factor is where the market in Metro City experiences improved quality and a better number of markets. The opportunity factor for people who want to increase their business to increase income can trade in the modern Metro Mega Mall market that was built.

KEY WORDS: Different Wilcoxon Tests, Normality Tests, Modern Markets and Traditional Markets.

ABSTRAK

ANALISIS DAMPAK PASAR MODERN METRO MEGA MALL TERHADAP PASAR TRADISIONAL DI KOTA METRO

(STUDI KASUS PASAR CENDRAWASIH)

Oleh

Shelya Oktaviani Ulfa

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada perbedaan pendapatan, tenaga kerja dan modal pedagang di pasar Cendrawasih Kota Metro, setelah adanya pembangunan pasar modern Metro Mega Mall. Hasil dari penelitian ini dengan menggunakan uji beda wilcoxon yaitu terdapat perbedaan pendapatan, tenaga kerja dan modal pedagang di Pasar Cendrawasih setelah adanya pembangunan pasar modern Metro Mega Mall. Faktor kelemahan yaitu para pedagang banyak mengalami penurunan pendapatan sehingga ada beberapa pedagang juga harus mengurangi tenaga kerja nya agar tidak merugikan para pedagang di pasar tradisional. Semua pedagang menaikkan modal agar mereka tetap dapat bersaing dengan pasar modern Metro Mega Mall. Faktor kelebihan yaitu dimana pasar di Kota Metro mengalami peningkatan kualitas dan jumlah pasar yang lebih baik. Faktor peluang bagi masyarakat yang ingin menambah usaha untuk meningkatkan pendapatan dapat berdagang di pasar modern Metro Mega Mall yang dibangun tersebut.

KATA KUNCI : Uji Beda Wilcoxon, Uji Normalitas Pasar modern dan pasar tradisional.

ANALISIS DAMPAK PASAR MODERN METRO MEGA MALL TERHADAP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA METRO
(Studi Kasus Pasar Cendrawasih)

Oleh
Shelya Oktaviani Ulfa

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA EKONOMI

pada

Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019

Judul Skripsi : **ANALISIS DAMPAK PASAR MODERN METRO MEGA MALL TERHADAP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA METRO (Studi Kasus Pasar Cendrawasih)**

Nama Mahasiswa : Shelya Oktaviani Ulfa

No. Pokok Mahasiswa : 1311021085

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

M. Husaini, S.E., M.EP.
NIP 19601220 198903 1 004

2. Ketua Jurusan

Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **M. Husaini, S.E., M.EP.** .....

Penguji I : **Dr. Arivina Ratih Y.T., S.E., M.M.** .....

Penguji II : **Emi Maimunah, S.E., M.Si.** .....

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
NIP 19610904 198703 1 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **07 Januari 2019**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah di tulis dengan sungguh- sungguh dan bukan merupakan hasil penjiplakan dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman / sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Bandar Lampung, Januari 2019

Sheiya Oktaviani Ulfa

Riwayat Hidup

Penulis dilahirkan di Kota Metro pada tanggal 28 Oktober 1994 sebagai anak bungsu dari bapak Arfah dan ibu Ernawati.

Pendidikan penulis diawali dari Taman Kanak-Kanak Perwanida pada tahun 1999, kemudian melanjutkan di Sekolah Dasar Negeri 7 Metro Timur pada tahun 2000dan diselesaikan pada tahun 2006, pada tahun 2007 melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Metro yang diselesaikan pada tahun 2009, kemudian pada tahun 2010 melanjutkan di Sekolah Menengah Atas Negeri 4 Metro diselesaikan pada tahun 2012. Pada tahun 2013 penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi S1 Ekonomi, di jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Selama di bangku kuliah, penulis pernah aktif dan bergabung dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (HIMEPA) UniversitasLampung.

Penulis mengambil pilihan konsentrasi ekonomi perencanaan.

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada

Kedua orang tua yang sangat saya sayangi, Bapak Arfah dan Ibu Ernawati, terimakasih kalian yang selalu mendo'akan, mencintai, menyayangi dan memberikan semangat serta bimbingan yang sangat tulus kepada saya.

Terimakasih untuk semua perjuangan dan cinta kasih yang bapak dan ibu berikan, untuk dukungan, kesabaran, pengertian, motivasi dan kepercayaan yang begitu besar kepada saya.

Terimakasih juga kepada kakak-kakak ku Dian Wahyuni, Ferdiansyah Paristiwa, kakak ipar ku Winder Vahlevi dan Paryanti yang telah memberikan do'a dan semangatnya. Keponakan kutercinta Raffasyah Artha Fariz.

Almamater tercinta Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

MOTTO

Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam surga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya.

(Qs. Al-furqan: 75)

Siapa yang kalah dengan senyum, dialah pemenangnya.

(A.Hubard)

Sebaik apapun keberhasilan mu di dunia, proses tidak dapat di bohongi di hadapan Tuhan.

(Penulis)

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji dan Syukur Penulis ucapakan kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia – Nya, Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Analisis dampak Pasar Modern Metro Mega Mall terhadap pedagang pasar tradisional di Kota Metro (Studi kasus Pasar Cendrawasih)".**

Adapun maksud dalam penulisan skripsi ini adalah guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ekonomi, pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan arahan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehigga pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih setulus – tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. dan Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. sebagai Ketua dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Bapak M.Husaini, S.E., M.E.P. selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan ilmu, semangat, arahan, serta saran dalam penyusunan skripsi penulis

4. Ibu Dr.Arivina Ratih Y.T, S.E., M.M. selaku DosenPengujidanPembimbing Akademik selama penulis menyelesaikan masa pendidikan.
5. Ibu Emi Maimunah,S.E.,M.Siselaku Dosen Penguji yang telahmemberikanilmudanmotivasiuntukpenulis.
6. Seluruh Bapak, Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama proses perkuliahan hingga selesai.
7. Staf Ekonomi Pembangunan dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Orang tuaku tercinta, Bapak Arfah dan Ibu Ernawati untuk semua do'a dan kasih sayang serta perjuangan yang selalu dipersembahkan untukku.
9. Kakak-kakak ku tersayang, Dian Wahyuni, Ferdiansyah Paristiwa, Winder Vahlevi dan Paryanti yang selalu memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi.
10. Sahabat – sahabatku di kampus, Fauziyyah Dian Larasati,Elis Setyowati, Norma Fristyazika N, Putrisia Ibrayusedi, M. Yofi Herlambang, Fadeli Yusuf Afifyang selalu mendengarkan curhat, menasehati, menemani, dan menghibur ku selama waktu kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabatku tersayang, Indartiana, Ardiansyah, Vicky Saputra, Amin Rais, Baru Hermawan, Rudi Yaqub dan sepupu ku Ayu Rahmadhania yang selalu memberi semangat dan saran untukku.
12. Teman-teman kuliah Dwi Surya Ananda, Shandi Farizki, Mas Ahmad Mahardika, Nanda Rohman, Tio Fanny Renaldo, Dhea Paramitha, Putri Permata, Eka Puji Lestari, Sabrina Maharani, Anggun Apriliya, Ahmad Dwi

Kurniawan, Untung Zenianto, Ardi Albrian, Ahmad Dhea Pratama, M. Andan Daya, Yahya Putra, Heru Nurcahyadi yang sudah memberikan masukan dan menemani dikampus.

13. Teman – teman Ekonomi Pembangunan Angkatan Tahun 2013 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah menemani dan saling memberikan dukungan satu sama lain, terimakasih telah menjadi bagian dalam cerita suka dan duka selama perkuliahan ini.
14. Teman-teman satu pembimbing, Malik, Milda, Efran, ruly, tio terimakasih untuk kebersamaannya selama menjalankan proses penyelesaian skripsi ini.
15. Adik-adik tingkatku, Sarah Mega, Eno, Bellia, Nisa, Ade yang sudah menemani selama mengerjakan skripsi ini.
16. Sahabat – sahabat Kuliah Kerja Nyata, Wida, Nana, Dimas, Dicky, Aya, Koko terimakasih untuk kebersamaannya dalam menjalankan program kerja serta kegiatan lainnya selama 40 hari di Desa Setia Bumi Seputih Banyak, Lampung Tengah.
17. Semua pihak yang telah membantu demi terselesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan kepada saya dan semoga penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca.

Bandar Lampung, 07 Januari 2019
Penulis,

Shelya Oktaviani Ulfa

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kota Metro pada tanggal 28 Oktober 1994 sebagai anak bungsu dari Bapak Arfah dan Ibu Ernawati.

Pendidikan penulis diawali dari Taman Kanak-Kanak Perwanida pada tahun 1999, kemudian melanjutkan di Sekolah Dasar Negeri 7 Metro Timur pada tahun 2000 dan diselesaikan pada tahun 2006, pada tahun 2007 melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Metro Pusat yang diselesaikan pada tahun 2009, kemudian pada tahun 2010 melanjutkan di Sekolah Menengah Atas Negeri 4 Metro diselesaikan pada tahun 2012.

Pada tahun 2013 penulis diterima sebagaimahasiswa Program Studi S1 Ekonomi, di Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis mengambil pilihan konsentrasi ekonomi perencanaan. Selama di bangku kuliah, penulis pernah aktif dan bergabung dalam Organisasi Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (HIMEPA) Universitas Lampung.

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI i
DAFTAR TABEL iii
DAFTAR GAMBAR iv
DAFTAR LAMPIRAN v

I. PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. ManfaatPenelitian 6

II. TINJAUAN PUSTAKA
A. Landasan Teori 7
1. Pengertian Pasar 7
2. Pengertian Pasar Tradisional dan Pasar Modern 8
3. Karakteristik Pasar Modern 12
4. Persaingan Antara Pasar Tradisinal dan Pasar Modern 13
5. Pengertian Pendapatan 15
6. Pengertian Tenaga Kerja 16
7. Pengertian Modal Pedagang 17
B. Tinjauan Pustaka 17
C. KerangkaPemikiran 20
D. Hipotesis 21

III. METODE PENELITIAN
A. Data dan Sumber data 22
B. Definisi Oprasional Variabel 23
C. Populasi dan Sample 24
D. Metode Analisis Data 26
E. Subjek dan Objek Penelitian 26
F. Teknik Pengumpulan Data 26
G. Alat Analisis 27

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. GambaranUmumDaerah Penelitian 30
a. Kondisi Geografis 30
b. Demografi 31
c. Penduduk Kota Metro 32
d. Profil Pasar Modern Mega Mall 33
B. Gambaran Responden di Pasar Cendrawasih 34
C. HasilUji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov) 36
D. Hasil Uji Beda Wilcoxon 38
E. Dampak Pasar Metro Mega Mall 41
F. Pendapatan Pedagang Pasar 41
G. Tenaga Kerja Pedagang.....43
H. Modal Pedagang.....45
I. Implikasi.....46

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 49
B. Saran.....50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1. Data Jumlah Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Metro 3
2. Data Jumlah Pedagang di Pasar Cendrawasih 4
3. Perbedaan Karakteristik Pasar Tradisional dan pasar Modern 9
4. Jenis Usaha Ritel di Indonesia 11
5. Tinjauan Pustaka.....18
6. Sampel Menurut Jenis Dagangan 25
7. Penduduk Kota Metro Menurut Jenis Kelamin 32
8. Responden Menurut Usia 35
9. Responden Menurut Jenis Kelamin 35
10. Lama Pengalaman Berdagang Responden 36
11. Hasil Uji Normalitas Pendapatan 36
12. Hasil Uji Normalitas Tenaga Kerja 37
13. Hasil Uji Normalitas Modal Pedagang 37
14. Hasil Uji Beda Pendapatan Pedagang 38
15. Hasil Uji Beda Tenaga Kerja 39
16. Hasil Uji Beda Modal Pedagang 40
17. Data Pendapatan Pedagang Perminggu 41
18. Perubahan Pendapatan Pedagang 42
19. Data Tenaga Kerja Pedagang Pertahun 44
20. Data Perubahan Tenaga Kerja Pertahun 44
21. Rata-Rata Modal Pedagang di Pasar Cendrawasih 45

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

1. Kerangka Pemikiran 21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Halaman**

1. Kuisioner Penlitian.....L-1
2. Data Pendapatan Pedagang di Pasar Cendrawasih Perminggu.....L-3
3. Data Tenaga Kerja di Pasar Cendrawasih Perbulan.....L-5
4. Data Modal Pedagang di Pasar Cendrawasih.....L-7
5. Hasil Perhitungan Uji Normalitas Pendapatan.....L-9
6. Hasil Perhitungan Uji Normalitas Tenaga Kerja.....L-9
7. Hasil Perhitungan Uji Normalitas Modal L-10
8. Hasil Uji Beda Wilcoxon Pendapatan L-10
9. Hasil Uji Beda Wilcoxon Tenaga Kerja.....L-11
10. Hasil Uji Beda Wilcoxon Modal Pedagang.....L-11

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia hidup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, harus berusaha menjadi seseorang yang dapat bermanfaat bagi orang lain. Seiring perkembangan zaman, banyak sekali profesi manusia, ada yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil, sebagai pengusaha, sebagai dokter, dan masih banyak profesi yang lain. Salah satu kegiatan manusia adalah dalam bidang usaha atau dagang, dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut, memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya. Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, tidak hanya sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial.

Menurut para ahli ekonomi, pasar dideskripsikan sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas produk tertentu atau kelompok produk tertentu (Hakim, 2005). Menurut William J. Stanton (1993) pasar adalah sekumpulan orang yang ingin meraih kepuasan dengan menggunakan uang untuk berbelanja, serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut. Pengertian pasar menurut Kotler dan Amstrong (2001) adalah sejumlah pembeliaktual dan juga potensial dari sebuah produk atau jasa. Besarnya pasar

tergantung pada jumlah orang yang punya kebutuhan dan mau melakukan transaksi.

Pasar dapat dibagi menjadi pasar tradisional dan modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung. Pasar tradisional biasanya memiliki harga yang bisa ditawar, karena ada proses tawar menawar yang dilakukan penjual dan pembeli. Di pasar tradisional, biasanya banyak menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayur, telur, daging, pakaian, elektronik, jasa dan lain-lain. Pasar seperti ini masih banyak dijumpai di Indonesia dan umumnya terletak di dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar (Devi 2013).

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik salah satunya mengandalkan keramahan, kerapihan, potongan harga dan fasilitas tempat yang bersih (Sinaga 2006).

Ada tujuh pasar tradisional di Kota Metro, salah satunya yaitu Pasar Cendrawasih. Pasar tradisional Cendrawasih ini letaknya berdekatan dengan pasar modern Metro Mega Mall, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti pasar tradisional Cendrawasih untuk melihat perbedaan pendapatan, tenaga kerja dan modal pedagang setelah adanya pasar modern Metro Mega Mall. berikut data pasar tradisional dan pasar modern di Kota Metro :

Tabel 1. Data Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Metro

Pasar Tradisional	Pasar Modern
Pasar Cendrawasih	Pasar Modern Metro Mega Mall
Pasar Shoping	PB Swalayan
Pasar Tejo Agung	PB Kado 21
Pasar Kopindo	Giant Exspress
Pasar Margorejo	Supermarket & Mall bahan bangunan Indo Metro
Pasar Sumber Sari	Menara Metro
Pasar Ganjar Agung	Chandra Superstore
	Chandra Mart

Sumber : Dinas perdagangan Kota Metro 2017

Pada Tabel 1 di atas, terdapat beberapa pasar tradisional dan pasar modern di Kota Metro, salah satu pasar tradisional di Kota Metro yaitu Pasar Cerndrawasih,yang menjadi pusat penelitian ini dalam objek pasar tradisional. Pasar ini sudah berdiri lama di Kota Metro. Pada saat itu Pasar Cendrawasih ini termasuk pasar yang menjadi favorit warga Kota Metro untuk berbelanja. Tetapi pada saat ini semakin banyak berdirinya pasar-pasar yang tentu saja menjadi pesaing Pasar Cendrawasih tersebut. Ada pula pasar modern di Kota Metro salah satunya yaitu pasar Metro Mega Mall yang menjadi pusat dari analisis ini sebagai pasar modern, pasar Mega Mall yang dibangun lebih modern dari pasar tradisional sebelumnya, sehingga konsumen dapat lebih nyaman untuk berbelanja di pasar Metro Mega Mall.

Dalam hal ini yang akan dibahas peneliti adalah pendapatan pedagang pasar Cendrawasih setelah adanya Pasar Modern Metro Mega Mall, yang lokasi pasar Modern Metro Mega Mall dengan pasar Cendrawasih ini sangat berdekatan. Maka peneliti akan meneliti pedagang Pasar Cendrawasih dari segi pendapatan, tenaga kerja dan modalnya saat sesudah adanya pasar Metro Mega Mall. Seiring dengan perkembangan jaman dan era modernisasi, eksistensi Pasar Tradisional di

Kota Metro sedikit memudar, dengan kehadiran pasar-pasar modern. Kehadiran pasar Metro Mega Mall ini dikhawatirkan berdampak negatif terhadap pedagang pasar Cendrawasih karena jarak yang berdekatan dan barang-barang yang dijual hampir serupa.

Tabel 2. Data Jumlah Pedagang di Pasar Cendrawasih

Nama Pasar	**Jenis Dagangan**	**Jumlah Pedagang**
Pasar Cendrawasih	Pakaian	87
	Sendal & Sepatu	45
	Makanan	30
	Elektronik	15
	Sayuran	18
	Sembako	13
Jumlah		**67**

Sumber : Dinas Perdagangan Kota Metro, 2017

Tabel 2 di atas adalah data jumlah pedagang di Pasar Cendrawasih. Produk-produk yang diperdagangkan di pasar-pasar tersebut hampir seluruhnya sama yang di jual di pasar Metro Mega Mall dan hanya saja lokasi penjualan yang berbeda dari pasar modern. Ini akan menyebabkan konsumen pedagang pasar tradisional akan berpindah ke pasar modern, yang pada akhirnya akan menurunkan pendapatan pedagang Pasar Cendrawasih.

Dari latar belakang di atas, dengan adanya Pasar Modern Metro Mega Mall ini kebutuhan gaya hidup konsumen (masyarakat) terpenuhi, di sisi lain bahwa keberadaan Pasar Metro Mega Mall ini akan mempermudah konsumen memperoleh beberapa jenis produk yang di inginkan. Namun di satu sisi pedagang pasar tradisional yang berada di sekitar pasar Mega Mall Tersebut mengalami penurunan omset akibat konsumen berkurang karena konsumennya secara tidak langsung terbagi dengan konsumen pasar Mega Mall.

Alasan selanjutnya setelah adanya pasar modern, pedagang pasar tradisional yang berada disekitar Pasar Metro Mega Mall tersebut sebagian tidak diizinkan berdagang lagi di tempat tersebut, dengan alasan tempat tersebut akan dirapihkan agar memudahkan konsumen Pasar Metro Mega Mall berbelanja di pasar tersebut. Atas alasan-alasan diatas penulis tertarik untuk meneliti pengaruh berdirinya pasar Mega Mall terhadap pedagang pasar tradisional Cendrawasih.

Penelitian ini menganalisis dampak Pasar Modern Metro Mega Mall terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Cendrawasih, responden nya adalah pedagang Pasar Cendrawasih tersebut. Karena produk yang diperdagangkan para pedagang ini juga tersedia di Pasar Metro Mega Mall, lalu tempat yang mereka tempati saat ini sangat bertolak belakang dengan pasar Metro Mega Mall karena bangunannya masih bangunan lama, maka Pasar Metro Mega Mall menjadi pesaing utama mereka. Dari pembahasan diatas, penulis akan melakukan penelitian mengenai **"Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Metro Mega Mall Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (studi kasus Pasar Cendrawasih)".**

B. Rumusan Masalah

1) Apakah ada perbedaan pendapatan pedagang pasar Cendrawasih sesudah adanya pembangunan Pasar Modern Metro Mega Mall?
2) Apakah ada perbedaan penggunaan tenaga kerja di setiap toko di pasar Cendrawasih sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern Metro Mega Mall?
3) Apakah ada perbedaan modal usaha para pedagang di pasar Cendrawasih sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern Metro Mega Mall?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perbedaan pendapatan pedagang di pasar tradisional Cendrawasih sebelum dan sesudah berdirinya Pasar Modern Metro Mega Mall di Kota Metro.
2. Untuk mengetahui perbedaan jumlah tenaga kerja yang bekerja disetiap toko di Pasar Cendrawasih sebelum dan sesudah berdirinya Pasar Metro Mega Mall.
3. Untuk mengetahui perbedaan besaran modal usaha yang digunakan pedagang di Pasar Cendrawasih sebelum dan sesudah berdirinya Pasar Metro Mega Mall.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi tempat penelitian, yaitu dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengantisipasi dampak keberadaan Pasar Modern Metro Mega Mall yang semakin pesat di Kota Metro dan menjadi bahan pertimbangan untuk mengembangkan pasar tradisional di Kota Metro.
2. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemerintah Kota Metro setempat maupun pihak-pihak yang terkait untuk menentukan kebijakan pengembangan pasar tradisional.
3. Bagi peneliti, Sebagai sarana untuk menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.

II.TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pasar

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjualan lebih dari satu baik yang disebut pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Dalam konteks perekonomian pasar menurut W.J. Stanton (Waluyo, 2011) adalah sekumpulan orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja (*disposable income*) serta kemauan untuk membelanjakannya. Dalam pasar terdapat tiga unsur yang tidak dapat dipisahkan, yaitu penjual, pembeli, dan barang. Pertemuan penjual dan pembeli menimbulkan transaksi jual beli. Dengan demikian pasar memiliki fungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi.

Pasar biasanya menjadi pusat hasil penjualan pertanian, dan pusat perbelanjaan orang yang tinggal dekat dengan pasar tersebut. Pasar merupakan sarana yang dapat menyerap dan menyediakan semua hasil serta kebutuhan masyarakat. Jika diperhatikan secara seksama, kehadiran pedagang dan petani di pasar hanya ingin mendapatkan pendapatan tambahan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Bagi pedagang, kelebihan harga dari harga beli tiap unit barang merupakan rezeki yang diperoleh melalui perdagangan. Pengunjung pasar bervariasi, dari berbagai

lapisan masyarakat. Pertemuan pengunjung itu berdampak positif, bahwa dibalik kedatangan mereka dengan tujuan yang berbeda-beda dapat berjumpa dengan seseorang yang berasal dari kampung yang berbeda, baik yang masih memiliki hubungan kekeluargaan maupun tidak ada sama sekali. Kelompok pedagang saling bertukar informasi naik turunnya harga, masalah kredit dari bank, hasil penjualan pertanian, maupun kebijaksanaan pemerintah tentang perdagangan. Oleh karena itu pasar dipandang sebagai tempat pertemuan sosial, serta media yang baik untuk menyampaikan informasi. Kenyataan ini dapat dilihat selain tersebut diatas, juga adanya spanduk, baik tentang kegiatan sesuatu, baik reklame film, dan lain sebagainya (Waluyo, 2011).

2. Pengertian Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha sekala kecil modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar menawar (Peraturan Presiden RI, 2007:112). Pasar dalam arti luas adalah suatu bentuk transaksi jual beli yang melibatkan keberadaan produk barang atau jasa dengan alat tukar berupa uang atau dengan alat tukar lainnya sebagai alat transaksi pembayaran yang sah dan disetujui oleh kedua belah pihak.

Berdasarkan Pasal 1 butir 5 Perpres 112/2007 jo Pasal 1 butir 5 Permendag 53/2008 yang dimaksud dengan ritel modern atau toko modern yaitu toko dengan

sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket,* ataupun grosir berbentuk Perkulakan. Sedangkan, ritel tradisional dapat didefinisikan sebagai perusahaan yang menjual barang eceran selain berbentuk ritel modern. Bentuk dari perusahaan ritel tradisional adalah perusahaan kelontong yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari yang berada di wilayah perumahan, pedagang kaki lima, pedagang yang berjualan di pasar tradisional.

Tabel 3. Perbedaan Karakteristik antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern

No	Aspek	Pasar Modern	Pasar Tradisional
1	Histori	Fenomena Baru	Evolusi panjang
2	Fisik	Baik danMewah	Kurang baik, sebagian baik
3	Pemilikan / kelembagaan	Umumnya perorangan/swasta	Milik masyarakat/ desa,Pemda, sedikit swasta
4	Modal	Modal kuat/digerakkan oleh swasta	Modal lemah/subsidi/ swadaya masyarakat/ Inpres.
5	Konsumen	Umumnya golongan menengah keatas	Golongan menengah ke bawah
6	Metode pembayaran	Ada ciri swalayan, pasti	Ciri dilayani, tawar menawar
7	Status tanah	Tanah swasta/perorangan	Tanah Negara, sedikit sekali Swasta
8	Pembiayaan	Tidak ada subsidi	Kadang-kadang ada subsidi
9	Pembangunan	Pembangunan fisik umumnya oleh swasta	Umumnya pembangunan dilakukan oleh Pemda/desa/masyarakat

bersambung

Sambungan

No	Aspek	Pasar Modern	Pasar Tradisional
10	Pedagang yang masuk	Pemilik modal juga pedagangnya (tunggal) atau beberapa pedagang formal skala menengah dan besar.	
11	Partisipasi	Terbatas, umumnya pedagang tunggal, dan menengah ke atas.	Bersifat masal (pedagang kecil, menengah dan bahkan besar).
12	Jaringan	Sistem rantai korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luar negeri (manajemen tersentralisasi.	Pasar regional, pasar kota, pasar kawasan

Sumber: Cooperative Ewing's Sarcoma Study (1998)

Dari sisi pemilikan atau kelembagaan, perbedaan karakteristik pengelolaan pasar modern dan pasar tradisional nampak dari lembaga pengelolanya. Pada pasar tradisional, kelembagaan pengelola umumnya ditangani oleh Dinas Pasar yang merupakan bagian dari sistem birokrasi. Sementara pasar modern, umumnya dikelola oleh profesional dengan pendekatan bisnis. Selain itu, sistem pengelolaan pasar tradisional umumnya terdesentralisasi dimana setiap pedagang mengatur sistem bisnisnya masing-masing. Sedangkan pada pasar modern, system pengelolaan lebih terpusat yang memungkinkan pengelola induk dapat mengatur standar pengelolaan bisnisnya. Bentuk dan sistem pasar tradisional akan selalu menarik, di mana di dalam pasar tradisional terdapat unsur-unsur yang dapat diperoleh misalnya, perilaku konsumen maupun perilaku pedagang didalam pasar. Menurut Belshaw mengatakan bahwa pasar tidak hanya

merupakan lembaga tukar menukar, tetapi pasar berfungsi sebagai tempat penyebaran dan penyimpanan barang, serta tempat berpindahnya komoditas dari satu orang ke orang lain, atau dari satu tempat ke tempat lain, dan dari peranan satu keperanan lain. Jadi pasar adalah tempat yang mempunyai unsur-unsur sosial, ekonomis, kebudayaan, politis yang juga dipergunakan sebagai sarana pembeli dan penjual untuk saling bertemu dan melakukan kegiatan tukar-menukar, Sadilah, (2011).

Tabel 4. Jenis Usaha Ritel di Indonesia

Usaha Ritel	Batasan Fisik	Barang-Barang yang Tersedia
Minimarket "Convenience Stores"	- Mempekerjakan 2–6 orang - Luasnya kurang dari 350 m3	- Makanan kemasan -Barang-barang higienis pokok
Supermarket	- Luasnya 350–8000 m3 - Memiliki lebih dari 3 mesin hitung	- Makanan -barang-barang rumah tangga
Hipermarket	- Berdiri sendiri (tanpa bergabung dengan yang lain)	- Makanan
	- Luasnya di atas 8.000 m3	- Barang Rumah tangga
	- Memiliki mesin hitung untuk setiap 1.000 m3	- Elektronik
	- Memperkerjakan 350-400 orang	- Busana/Pakaian

bersambung

sambungan

Usaha Ritel	Batasan Fisik	Barang-Barang yang Tersedia
Toko dengan system pembayaran cash and carry	- Luasnya lebih dari 500 m3	- Makanan
	- Perlu menjadi anggota untuk masuk	- Barang rumah tangga
Toko kecil layanan penuh	- Milik keluarga - Independen	- Makanan tertentu
Pasar tradisional	- Banyak pedagang - Lapak kecil dengan ukuran 2–10 m3	- Bahan-bahan segar - Barang-barang produksi rumah tangga - Barang-barang pokok runah tangga

Sumber: Collett & Wallace (2006), dalam Pandin (2009)

3. Karakteristik Pasar Modern

Pasar modern juga disebut perdagangan yang terorganisir dan lokasi pasar yang lebih higienis. Pasar ini menjadi sarana akses bagi pabrik memperluas jaringan toko mereka sehingga pabrikan tersebut dapat mendistribusikan produk mereka sampai ke target pasar. Yang inilah merupakan inti dari kesuksesan *supply chain* secara keseluruhan.

Grosir atau Hypermarket merupakan pasar modern dalam skala besar. Sebenarnya prinsip awal pasar modern jenis ini adalah melakukan penjualan skala besar atau grosir.Tetapi, seiring perkembangannya, hypermarket kini menjual barang secara eceran. Pasar Modern komposisi penjualan barangnya adalah sekitar 70% makanan yang mencakup kebutuhan sehari-hari dan bahan pokok secara eceran. Setelah minimarket menjamur yang bahkan berdekatan, kini hadir lagi pasar modern Ukuran dari pasar modern ini beragam, ada yang seukuran minimarket ada pula yang besar seperti supermarket.

4. Persaingan Antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Menurut Samuelson (1996:214) dengan kondisi yang terjadi di pasar jika banyak perusahaan menjual produk-produk yang serupa tapi tak samahal ini termasuk ke dalam struktur pasar yang dikenal dengan persaingan monopolistik. Persaingan monopolistik menyerupai persaingan sempurna dalam tiga hal: terdapat banyak penjual dan pembeli, mudah keluar masuk industri, dan perusahaan-perusahaan menganggap harga perusahaan lain tetap. Adapun perbedaan antar persaingan sempurna dengan monopolistik adalah pada produknya. Jika pada persaingan sempurna produknya identik tetapi pada monopolistik produknya lebih didiferensiasikan, Sri dan Fitanto, (2010).

Dengan semakin pesatnya pertumbuhan jumlah retail modern maka persaingan di bidang perdagangan semakin ketat. Bagi para pedagang yang tidak siap menghadapi gencaran masuknya pedagang baru yang lebih menarik dengan menggunakan berbagai strategi pemasaran yang menarik dan disertai dengan teknologi yang modern dibarengi dengan manajemen yang lebih baik maka persaingan akan semakin ketat. Siapa saja yang tidak bisa membaca peluang bisnis yang terjadi maka akan menjadi ancaman tertindas atau kalah dalam persaingan, Rahardja, (2010).

West dalam Suryani, (2010) mengatakan bahwa dengan berlanjutnya pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya rata-rata pendapatan yang dapat dibelanjakan, akan bertambah besar pula permintaan akan pasar yang lebih khusus dan spesifik. Sehingga dapat dikatakan bahwa pasar yang berhasil adalah yang paling dapat menyesuaikan barang dan jasanya dengan permintaan pasar. Hal ini

dipertegas oleh pernyataan Smith bahwa memandang perekonomian sebagai sebuah sistem seperti halnya semesta.Sebagai sistem, perekonomian memiliki kemampuan untuk menjaga keseimbangannya.

Dalam sistem ekonomi pasar, aktivitas produsen dan konsumen tidak direncanakan oleh sebuah lembaga sentral, melainkan secara individual oleh para pelaku ekonomi.dan persainganlah yang bertindak sebagai tangantangan tidak terlihat yang mengkoordinasi rencana masing-masing.Sistem persaingan yang terbentuk dapat membuat produksi serta konsumsi dan alokasi sumber daya alam, sumber daya manusia, dan modal menjadi efisien, (Rahardja, 2010).

Dalam sebuah persaingan usaha sangat diperlukan adanya strategi. Strategi merupakan modal utama untuk bertahan.Bagi perusahaan kecil maupun perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensinya, dapat mengadakan segmentasi pasar. Mereka dapat memusatkan kegiatan pemasaran pada segmen-segmen pasar yang dipilih.Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan ke dalam empat strategi, yaitu strategi produk, strategi harga, dan strategi promosi, strategi distribusi. Kombinasi dari keempat strategi tersebut akan membentuk *marketing mix, (*Swastha, 2002).

Menurut (Rahardja, 2010) konsep preferensi berkaitan dengan kemampuan konsumen menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan. Perilaku konsumen dengan sejumlah permintaan dapat diasumsikan bahwa seorang konsumen akan mengalokasikan pendapatannya berupa uang yang terbatas

terhadap barang dan jasa yang tersedia untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Dalam mengalokasikan pendapatannya tersebut seorang konsumen akan memaksimalkan agar mendapatkan kepuasanya. Sehingga dapat dikatakan seorang konsumen akan mengatur pembeliannya sesuai dengan pendapatan yang dimilikinya dengan memilih berbelanja di pasar tradisional atau di pasar modern.

Jika seorang konsumen ingin mendapatkan harga yang lebih murah mereka rela berdesak-desakan di dalam pasar tradisional dengan suasana yang kumuh, kotor, dan bau. Lain hal nya dengan seorang konsumen yang berpendapatan tinggi menengah ke atas pasti lebih senang belanja ke supermarket, minimarket atau di psar tradisional dengan pertimbangan tempat yang nyaman, bersih, serta pelayanan baik. Kepuasan mereka ketika suasana berbelanja terasa nyaman harga tidak menjadi permasalahan yang utama. Setelah preferensi konsumen sudah ditetapkan maka akan muncul utilitas (*utility*). utilitas (*utility*) adalah manfaat yang diperoleh karena mengkonsumsi barang dan utilitas merupakan ukuran manfaat suatu barang dibanding dengan alternatif penggunaannya (Rahardja, 2010).

5. Pengertian pendapatan

Menurut Boediono (2002), pendapatan dapat digolongkan menjadi tiga macam, yaitu :

1. Gaji dan Upah

   Pendapatan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain dalam waktu tertentu baik satu hari, satu minggu, satu bulan.

2. Pendapatan dari usaha sendiri

   Pendapatan yang diperoleh dari nilai total produksi dikurangi biaya-biaya yang harus dibayarkan. Usaha disini merupakan milik sendiri atau keluarga.

3. Pendapatan dari usaha lain

   Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga dan biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain pendapatan dari menyewakan aset yang dimilikinya, sumbangan pihak lain, bunga tabungan, atau pendaptan dari pensiun.

Menurut Eachern (2000) yang dimaksud dengan pendapatan yaitu pemasukan yang telah diperoleh dari jumlah produk fisik yang dihasilkan dikalikan dengan harga jualnya atau dalam persamaan matematika dinyatakan sebagai berikut:

$$TR = Q \times P$$

Dimana :

TR = Pendapatan Total

Q = Kuantitas Barang dan Jasa

P = Harga

6. Pengertian Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah penduduk dalam usia kerja yang siap melakukan pekerjaan, antara lain mereka yang sudah bekerja, mereka yang sedang mencari pekerjaan, mereka yang bersekolah, dan mereka yang mengurus rumah tangga. (Mt Rionga dan Yoga Firdaus, 2007:2) Sedangkan menurut pendapat Sumitro Djojohadikusumo (1987) mengenai arti tenaga kerja adalah semua orang yang

bersedia dan sanggup bekerja, termasuk mereka yang menganggur meskipun bersedia dan sanggup bekerja dan mereka yang menganggur terpaksa akibat tidak ada kesempatan kerja.

7. Pengertian Modal pedagang

Pada permulaannya, orientasi dari pengertian modal adalah “physical-oriented”. Dalam hubungan ini dapat dikemukakan misalnya pengertian modal yang klasik, di mana artian modal ialah sebagai “hasil produksi yang digunakan untuk memprodusir lebih lanjut”. Dalam perkembangannya kemudian ternyata pengertian modal mulai bersifat “non-physical oriented”, di mana antara lain pengertian modal ditekankan pada nilai, daya beli atau kekuasaan memakai atau menggunakan yang terkandung dalam barang-barang modal, meskipun dalam hal ini sebenarnya juga belum ada persesuaian pendapat di antara para ahli ekonomi sendiri. Riyanto (2015: 17-19).

B. Tinjauan Pustaka

Untuk menunjang penelitian ini, telah dilakukan beberapa penelitian terdahulu,Pasar sebagai tempat usaha rakyat harus diciptakan secara lebih imajinatif, kreatif, dan rekreatif agar bisa berkompetisi dengan pusat perbelanjaan modern.Ragam pasar yang lebih transformatif seperti pasar tematik (pasar elektronik, pasar tekstil, pasar seni, pasar banten, dan lain-lain), dapat dikembangkan menjadi model pengembangan pasar tradisional.Selain itu, perlu dikembangkan konsep pasar sebagai koridor ekonomi (pasar wisata). Karena bukan hanya dari segi produk yang membuat saingan antar pedagang, tetapi juga lokasi berpengaruh besar terhadap penjualan pedagang. Pemerintah harus dapat

mengubah pasar tradisional menjadi lebih baik sehingga masyarakat dapat lebih nyaman berbelanja di pasar tradisional.

Tabel 5. Tinjauan Pustaka

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
Stefano yesse Bria Yudhistira, 2014	Dampak Keberadaan Mall Armada Town Square terhadap pedagang pasar Gotong-Royong dan Pasar Rejowinangun di Kota Magelang tahun 2011-2014	**Variabel** -Pembangunan Pasar -Pemberdayaan Pedagang -Pendapatan Pedagang Metode Analisis Deskiptif	Konsumen lebih banyak berbelanja produk pakaian, sandal/ sepatu, dan tas di pasar modern. Tetapi konsumen tetap memilih berbelanja keperluan dapur, dan kosmetik di pasar tradisional dikarenakan harga yang lebih murah dan dapat melakukan tawar-menawar. Dampak negatif yang ditimbulkan Mall Armada Town Square terhadap pedagang pasar tradisional Gotong-Royong dan Rejowinangun adalah berkurangnya jumlah pembeli. Untuk dampak positifnya dari sudut pandang pedagang, khususnya pedagang kelontong terkadang kulakan di Mall Armada Town Square. alternatif bagi pembeli pasar tradisional untuk berbelanja,membandingkan harga, dan bisa saling melengkapi antara pasar tradisional dan Mall Armada Town Square

bersambung

sambungan

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Dewi Fatmasari, S.E, M.Si 2014	Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Hegemoni Pasar Modern (studi kasus pada pasar karamat mulya)	Variabel -Sumber Daya Pedagang -Pendapatan Metode deskriptif	Dengan adanya pembangunan pasar kramatmulya diharapkan agar meningkatkan pendapatan para pedagang di pasar pasar tradisional hususnya pasar kramatmulya.
Endi Sarwoko 2008	Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang	**Variabel** -Jumlah Kunjungan Konsumen -Pendapatan Pedagang **Metode** Analisis Deskriptif Kualitatif	Hasil analisis dan dukungan data yang telah dijelaskan menunjukkan bahwa kinerja pedagang pasar tradisional terkena dampak secara signifikan dari aspek keuntungan dengan keberadaan ritel modern alfamart dan indomart di sekitar pasar tradisional, sedangkan omset dan jumlah tenaga kerja ditemukan bukti tidak ada dampak yang signifikan. Tetapi berkurangnya keuntungan pedagang di pasar tradisional lebih disebabkan oleh semakin ketatnya persaingan mendapatkan konsumen, sehingga para penjual menerapkan strategi pengurangan margin keuntungan, sebab jika dilihat dari omset ternyata justru mengalami peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

bersambung

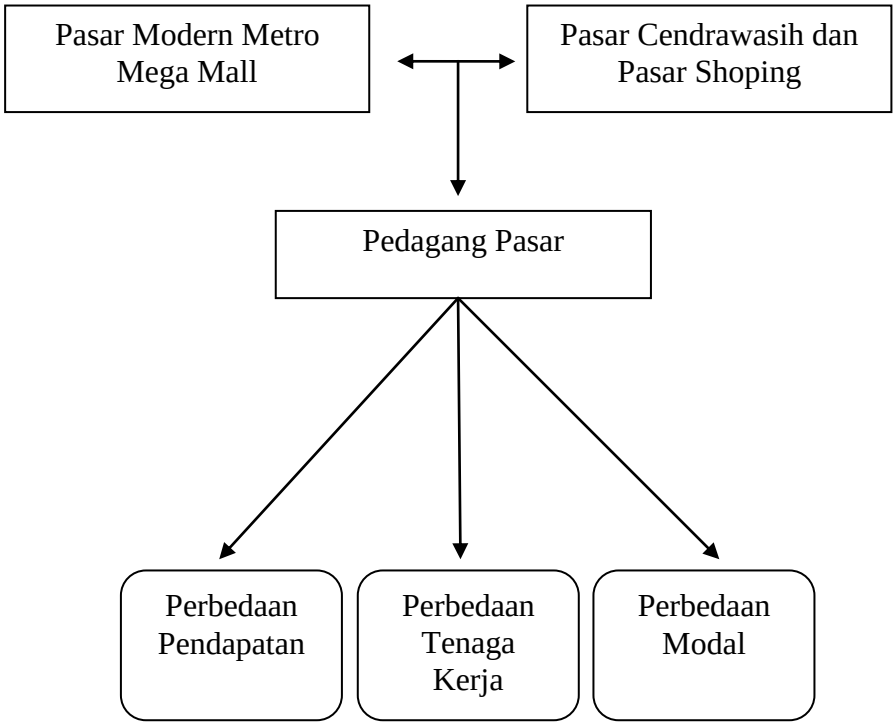
sambungan

Nama peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Fatmawati 2014	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Pasar Raya Padang	Variabel -Pendapatan -Modal -Jam kerja -Pengalaman usaha Metode Analisis Deskriptif Asosiatif	Variabel modal, jam kerja, pengalaman usaha secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang kaki lima yang ditunjukkan oleh nilai koefisdien sebesar 1,583.

C. Kerangka Pemikiran

Di dalam era modern ini banyak masyarakat ingin semua bisa instan, semua serba bagus dan tertata, kenyamanan itu yang terpenting. Membicarakan tentang kenyamanan masyarakat ini salah satunya bisa kita lihat dari cara masyarakat berbelanja kebutuhannya. Saat ini sudah banyak sekali bangunan pasar modern, sehingga masyarakat ingin lebih nyaman berbelanja di pasar modern, alasannya lebih bersih dan nyaman.

Antara pasar modern dan pasar tradisional terdapat persaingan yang cukup sulit, pasalnya pemikiran setiap konsumen berbeda-beda. Jadi pedagang harus dapat mengambil kesempatan yang ada, untuk pedagang pasar tradisional harus bagaimana caranya agar konsumen tetap ingin berbelanja di tempatnya berdagang, misalkan mereka menaruh harga yang lebih murah dibandingkan pasar modern dan untuk pedagang dipasar modern, mereka harus membuat bagaimana caranya konsumen dapat beralih ke pasar modern, contohnya dengan membuat konsumen senyaman mungkin berbelanja di pasar modern karena tempat yang bersih dan higienis.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Berdasarkan tinjauan teoritis dan kerangka pikir yang telah dijelaskan sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga bahwa ada perbedaan jumlah pendapatan, tenaga kerja dan modal pedagang di Pasar Cendrawasih sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern Metro Mega Mall.

III.METODE PENELITIAN

A. Data dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data primer

Penulis menggunakan data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara langsung dan pengisian kuisioner dengan para pedagang di Pasar Cendrawasih, serta penulis melakukan tanya jawab secara langsung guna memperoleh data yang akurat. Data yang di ambil pada bulan Oktober tahun 2017.

2. Data sekunder

Dalam penelitian ini adalah hasil-hasil penelitian, serta data pedagang dari Dinas Perdagangan Kota Metro pada bulan Oktober tahun 2017.

Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Cendrawasih di dekat Pasar Modern Mega Mall yang terdapat di Kota Metro. Letak Pasar Cendrawasih dengan Pasar Metro Mega Mall adalah radius 3 km. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata pendapatan pedagang , rata-rata penggunaan tenaga kerja sebelum dan sesudah adanya pasar Metro Mega Mall dan rata-rata modal pedagang di pasar Cendrawasih pada tahun sebelum yaitu tahun 2007-2012 dan

tahun sesudah yaitu tahun 2013-2017. Dikarenakan jarak antara kedua pasar terlalu dekat, maka penulis tertarik untuk mengambil lokasi kedua pasar ini untuk diteliti.

B. Definisi Operasional Variabel

Untuk lebih mengarahkan dalam pembahasan, maka penulis memberikan batasan variabel yang meliputi:

1. Keberadaan pasar modern dapat berdampak negatif dan positif. Adapun dampak positif seperti memberikan motivasi bagi pedagang pasar tradisional untuk menjual barang yang berkualitas dan menjaga kebersihan, dampak negatif dari pasar modern seperti menurunnya pendapatan pedagang pasar tradisional.
2. Pasar Modern adalah pasar yang menjual barang homogen dengan produk di pasar tradisional tetapi kemasannya lebih baik, tempat berjualan lebih bersih sehingga konsumen dapat berbelanja dengan nyaman. Pasar modern juga berciri dari tempat yang lebih bersih dan menjual barang grosir. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern biasanya memiliki tingkat harga yang lebih sedikit mahal dari pada harga di pasar tradisional.
3. Pasar Tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.

4. Pendapatan adalah seluruh pendapatan yang diterima oleh pedagang dari hasil penjualan barang. Dalam hal ini jumlah barang yang terjual dikalikan dengan harga satuan.
5. Tenaga kerja adalah orang yang mampu melakukan pekerjaan berkaitan dengan penjualan barang dari pedagang, baik dalam hal melayani konsumen maupun penataan barang.
6. Modal pedagang adalah seluruh pengeluaran yang dilakukan pedagang untuk membeli produk atau membuat produk yang akan dijual kembali atau di pasarkan. Bukan hanya berbentuk uang untuk produk tetapi tempat dan keperluan berdagang lain masih termasuk dalam modal pedagang.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Populasi penelitian adalah keseluruhan subjek penelitian (Suharsimi, 2006:130). Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang pasar Cendrawasih di dekat pasar Mega Mall yang diketahui sebanyak 208 pedagang.

2. Sampel

   Penelitian ini menggunakan metode rumus Slovin (Ummar, 2001 : 120), untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila prilaku daari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Dalam penelitian ini diketahui N sebesar 208, e ditetapkan sebesar 10%.

Jadi jumlah minimal sampel yang diambil oleh peneliti adalah sebesar :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{208}{1 + 208(0,1)^2}$$

$$n = 67,63$$

Jadi, jumlah minimal sampel yang diambil sebesar 67,53 yang dibulatkan menjadi 67 pedagang dari berbagai jenis dagangan.

Penarikan sampel dengan cara *proporsional sampling* yaitu pengambilan sampel dengan memberikan proporsi menurut jumlah populasi pedagang Pasar Cendrawasih.

Tabel 6. Sampel Menurut Jenis Dagangan

Pengambilan Sampel dari Jenis Dagangan			
Jenis dagangan	**Jumlah**	**Sampel**	**Persentase**
Pakaian	87	28	41,83
Sendal sepatu	45	14	21,63
Makanan	30	9	14,42
Elektronik	15	5	7,22
Sayuran	18	6	8,65
Sembako	13	5	6,25
Jumlah	**208**	**67**	**100%**

Sumber : Data diolah,2018

Metode pengacakan sampel dilakukan dengan menggunakan alat bantu*Microsoft Excel 2007.* Peneliti mengumpulkan kemudian mengurutkan dan memberi nomor pada populasi pedagang yang ada berdasarkan tempat mereka berdagang selanjutnya dengan menggunakan fungsi =Randbetween *Microsoft Excel 2007* peneliti akan mendapatkan nomor pedagang untuk dijadikan sampel penelitian.

D. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data Deskriptif Kuantitatif yang bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional di Kota Metro.

Statistik deskriptif adalah statistik yang mempunyai tugas mengorganisasi dan menganalisa data agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas dan jelas, mengenai suatu gejala, peristiwa atau keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu.

E. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang yang berada di pasar tradisional Cendrawasih di dekat pasar Metro Mega Mall. Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah perbedaan pendapatan, tenaga kerja dan modal pedagang di pasar tradisional Cendrawasih, sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern Metro Mega Mall di Kota Metro.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1) Wawancara

Dalam melakukan penelitian ini saya akan menggunakan metode wawancara langsung atau tanya jawab kepada responden. Wawancara ini ditujukan kepada para pedagang di Pasar Cendrawasih, Kota Metro. Wawancara digunakan untuk mengetahui hal-hal mengenai responden secara lebih mendalam.

2) Kuisioner

Kuisioner digunakan dalam penelitian ini karena jumlah responden cukup banyak.Kuisioner diberikan ke lapangan pada saat wawancara. Data yang ditampilkan dalam kuisioner terkait dengan pendapatan pedagang di Pasar Cendrawasih Metro pusat sebelum dan sesudah adanya pasar Metro Mega Mall.

3) Pengumpulan Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang bersumber dari badan/ instansi terkait yaitu Dinas Perdagangan Kota Metro.

G. Alat Analisis

Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Uji Kolmogorov Smirnov merupakan pengujian normalitas yang banyak dipakai, terutama setelah adanya banyak program statistik yang beredar. Kelebihan dari uji ini adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi di antara satu pengamat dengan pengamat yang lain, yang sering terjadi pada uji normalitas dengan menggunakan grafik. Konsep dasar dari uji normalitas Kolmogorov

Smirnov adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. jadi sebenarnya uji Kolmogorov Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku.

Seperti pada uji beda biasa, jika signifikansi di bawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika signifikansi di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan. Penerapan pada uji Kolmogorov Smirnov adalah bahwa jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal.

Uji normalitas data ini bertujuan untuk menentukan struktur data normal atau tidak normal. Jika sebaran data adalah normal maka penelitian dilakukan dengan metode statistik parametrik, sedangkan apabila sebaran data tidak normal maka penelitian dilakukan dengan menggunakan statistik non parametrik. (Arikonto, Suharsimi 2013. Manajemen penelitian, Jakarta : PT Rineka Cipta).

Uji Beda Wilcoxon *(Wilcoxon Signed Rank Test)*

Wilcoxon signed rank test merupakan uji yang digunakan untuk menganalisis data berpasangan karena adanya dua perlakuan yang berbeda. *Wilcoxon signed rank test* digunakan apabila data tidak berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan pada uji *wilcoxon signed rank test* adalah sebagai berikut:

Jika probabilitas (Asymp.Sig) < 0,05 maka ditolak.

Jika probabilitas (Asymp.Sig) > 0,05 maka diterima.

Prosedur uji *wilcoxon signed rank test* (Siregar, 2013):

a. Menentukan hipotesis
b. Menentukan *level of significant* sebesar 5% atau 0,05.
c. Menentukan kriteria pengujian.
d. Penarikan kesimpulan berdasarkan pengujian hipotesis

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Bahwasannya ada perbedaan pendapatan, tenaga kerja dan modal pedagang di Pasar Cendrawasih setelah adanya pembangunan Pasar Metro Mega Mall.

1. Pendapatan pedagang mengalami penurunan setelah adanya pembangunan Pasar Metro Mega Mall. Pedagang yang mengalami penurunan pendapatan yaitu pedagang pakaian, sayuran, sendal, sepatu dan sebagainya. Rata-rata pedagang yang mengalami kenaikan yaitu pedagang makanan siap saji, karena tidak adanya pedagang makanan siap saji dipasar Metro Mega Mall.
2. Perbedaan jumlah tenaga kerja setelah adanya pembangunan Pasar Modern Metro Mega Mall yaitu para pedagang di pasar tradisional mereka mengurangi jumlah tenaga kerja, karena omset yang semakin menurun, dan konsumen berkurang.
3. Pedagang pasar Cendrawasih setiap tahun menaikkan modal dagang untuk meningkatkan kualitas produk yang dijual agar lebih menarik perhatian konsumen dan dapat bersaing dengan mengikuti perkembangan zaman.

B. Saran

Berdasarkan pada analisis dan kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian ini,maka saran yang dapat saya ajukan adalah sebagai berikut :

a. Pengelola pasar modern sebaiknya memfasilitasi pedagang dengan kondisi tempat berdagang yang sama, untuk menciptakan persaingan yang sehat.
b. Pengelola pasar Metro Mega Mall membantu membuat promosi melalui media cetak, radio atau elektronik, sehingga konsumen tahu produk-produk yang ada di Pasar Metro Mega Mall.
c. Pemerintah harus memastikan izin produk supaya memiliki standar layak konsumsi dan kesehatan untuk diperjual belikan di pasar modern.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar, A. z. (2014).*Analisis Terhadap Penerapan Penentuan Jarak Antara Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Dalam Rangka Peningkatan Perekonomian Daerah (Doctoral Dissertation, Unpas).*

Alfattah Aziz, 2013. *Berbagi Ilmu uji Chi-square, Wordpress.*

BPS Kota Metro, 2016

CESS, 1998.*Dampak Krisis Ekonomi dan Liberalisasi Perdagangan terhadap Strategi dan Arah Pengembangan Pedagang Eceran Kecil-Menengah di Indonesia,* Jakarta: TAF dan USAID.

Collett & Wallace (2006), dalam Pandin (2009).

Dewi Fatmasari, 2014. *Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Hegemoni Pasar Modern (studi kasus pada pasar karamat mulya kabupaten kuningan).*

Dinas Perdagangan Kota Metro, 2017.

Fatmawati, 2014.*Analisis dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional di kabupaten maros.* Universitas Hasanuddin, Makasar.

Fatmawati, 2014.*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Pasar Raya Padang.*

Hakim, 2005. "*Peran Pemerintah Daerah Dalam Penataan Minimarket Di Sekitar Pasar Tradisional Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Dan Toko Modern"*. Universitas Gajah Mada.

Hari Waluyo,2011. *Sosialisasi Pasar Tradisional Sebagai Aset Wisata Budaya di Lampung. WWW.budpar.go.id*

J. Supranto, M.A. *Teknik sampling (untuk survey dan Eksperimen)*

MT Rionga & Yoga Firdaus, 2007:2 dan Sumitro Djojohadikusumo 1987. *Mendeskripsikan Permasalahan Angkatan Kerja serta Peran Pemerintah dalam Menanggulanginya.*

Nur Fadhilah, Ani. 2011. *Dampak Minimarket Terhadap Pasar Tradisional (Studi Kasus di Ngaliyan)*. Semarang : Fakultas Syari'ah Institut Agama IslamNegeri Walisongo

Pandin, Marina L., *Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern*. *Economic* .Review No.215 Maret 2009

Pariaman Sinaga. *Makalah Pasar Modern VS Pasar Tradisional*.

Perpres Nomor 112 tahun 2007, *Tentang Penataan Pembinaan Pasar Tradisional.*

Rahardja, Pratama. 2010. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: LP-FEUI.

Rizki, Alfa. 2010. *Metode Penelitian Deskriptif* (Online : http://alfaruq2010. blogspot.com)

Riyanto (2015: 17-19). *Modal dan Jenis Modal*. Universitas Guna Dharma.

Sadillah, Emiliana dkk.2011. *Eksistensi Pasar Tradisional.Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional.*

Sistem Informasi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia,2017

Sri Rahayu, Yenika dan Fitanto, Bahtiar. 2010. *Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan dengan Retail Modern dan Preferensi Konsumen (Studi Kasus pada Pasar Legi Kota Blitar).* Malang : Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.

Stefano Yesse BriaYudhistira, 2014. *Dampak Keberadaan Mall Armada Town Square terhadap pedagang pasar Gotong-Royong dan Pasar Rejowinangun di Kota Magelang tahun 2011-2014.*

Endi Sarwoko, 2008. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang.*

Suryani, Desi. 2010. *Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Peterongan Kabupaten Jombang*. Malang. Fakultas Ekonomi: Universitas Brawijaya.

Swastha, Basu. 2002. *Pengantar Bisnis Modern.* Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Yenika Sri Rahayu, Bahtiar Fitanto, 2010. *Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan dengan Retail Modern dan Preferensi Konsumen (Studi Kasus Pada Pasar Legi Kota Blitar).* Universitas Brawijaya.