

**ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG PASAR PASCA KEBIJAKAN
REVITALISASI PASAR TRADISIONAL
(Studi kasus Pasar Simpang Srimenanti Kabupaten Lampung Timur)**

(Skripsi)

**Oleh
FERDI GALANG BONANZA
2011021038**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

**ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG PASAR PASCA KEBIJAKAN
REVITALISASI PASAR TRADISIONAL
(Studi kasus Pasar Simpang Srimenanti Kabupaten Lampung Timur)**

**Oleh
FERDI GALANG BONANZA**

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**

2024

ABSTRAK

ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG PASAR PASCA KEBIJAKAN REVITALISASI PASAR TRADISIONAL (Studi kasus Pasar Simpang Srimenanti Kabupaten Lampung Timur)

Oleh

FERDI GALANG BONANZA

Kebijakan revitalisasi pasar merupakan salah satu cara pemerintah untuk meningkatkan potensi yang dimiliki pasar tradisional ditengah munculnya pasar modern yang mengglobalisasi. Penelitian ini menyelidiki perbedaan pendapatan pedagang, jumlah konsumen, dan biaya retribusi antara sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasi pasar. Melalui pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data dari informan terkait, yang dilanjutkan dengan pengujian uji wilxocon signed rank test, peneliti menemukan bahwa kebijakan revitalisasi pasar menimbulkan perbedaan yang negatif yaitu menurunnya pendapatan dan jumlah konsumen pedagang pasar, serta meningkatnya biaya retribusi setelah adanya kebijakan revitalisasi pasar.

Kata Kunci : Pendapatan, Konsumen, Retribusi, Revitalisasi Pasar

ABSTRACT

ANALYSIS OF VENDORS INCOME AFTER THE TRADITIONAL MARKET REVITALIZATION POLICY (Case Study: Simpang Market, Srimenanti, East Lampung Regency)

By

FERDI GALANG BONANZA

Market revitalization policy is one of the government's ways of increasing the potential of traditional markets amidst the emergence of globalized modern markets. This study investigates the differences in traders' income, number of customers, and retribution fees between before and after the market revitalization policy. Through a quantitative approach and data collection from relevant informants, followed by the Wilcoxon signed rank test, the study found that the market revitalization policy led to a negative difference, namely a decrease in the income and number of consumers of market traders, as well as an increase in retribution costs after the market revitalization policy.

Keywords: Income, Consumers, Retributions, Market Revitalization

Judul Skripsi

**ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG
PASAR PASCA KEBIJAKAN
REVITALISASI PASAR TRADISIONAL
(Studi kasus Pasar Simpang Srimenanti
Kabupaten Lampung Timur)**

Nama Mahasiswa

Ferdi Galang Bonanza

Nomor Pokok Mahasiswa

2011021038

Jurusan

Ekonomi Pembangunan

Fakultas

Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI

Komisi Pembimbing

Emi Maimunah, S.E., M.Si.
NIP 19800218 200501 2 002

MENGETAHUI

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dr. Arivina Ratih YT. S.E., M.M.
NIP 19800705 200604 2 002

MENGESAHKAN

Tim Penguji

Ketua

Emi Maimunah, S.E., M.Si.

Penguji I

Dr. Asih Murwiati, S.E., M.E.

Penguji II

Zulfa Emalia, S.E., M.Sc.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.

NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 15 Agustus 2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferdi Galang Bonanza

NPM : 2011021038

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi kasus Pasar Simpang Srimenanti Kabupaten Lampung Timur)” adalah hasil karya saya sendiri, dan dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari peneliti lain tanpa pengakuan peneliti aslinya. Apabila terdapat hal tersebut diatas, baik sengaja ataupun tidak, sepenuhnya tanggung jawab ada pada penyusun.

Bandar Lampung, 06 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan,



Ferdi Galang Bonanza
NPM. 2011021038

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah Ferdi Galang Bonanza, penulis dilahirkan di Kota Metro, Provinsi Lampung pada Tanggal 03 Bulan Agustus Tahun 2002. Penulis tinggal bersama kedua orang tua di Desa Sribhawono, Kecamatan Bandar Sribhawono, Lampung Timur. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Andi Wibowo dan Ibu Melly Rusdiyati. Penulis menyelesaikan Taman Kanak-kanak (TK) di Tk Al-Azhar 08 Mataram Baru pada tahun 2008, Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Sribhawono pada tahun 2014, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Bandar Sribhawono kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 (SMAN 1) Bandar Sribhawono pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2020.

Pada tahun 2020 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung Jurusan Ekonomi Pembangunan melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Pada tahun 2023 penulis melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Negara Sakti Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan. Selanjutnya pada tahun 2024 penulis mengikuti program magang mandiri yang dilakukan di Kantor Direksi PT Perkebunan Nusantara 1 Regional 7 di bagian Pengadaan dan teknologi Informasi selama 40 hari.

MOTTO

“Dan laksanakanlah salat pada kedua ujung siang (pagi dan petang) dan pada bagian permulaan malam. Perbuatan-perbuatan baik itu menghapus kesalahan-kesalahan.”

(QS. Hud : 114)

”Ngluruk Tanpo Bolo, Menang Tanpo Ngasorake, Sekti Tanpo Aji-Aji, Sugih Tanpo Bondo”

(Sunan Kalijaga)

“Selesaikan apa yang sudah kamu mulai, sebab orang tua menunggu mu dengan hasil yang membanggakan, lelahmu tak sebanding dengan perjuangan mereka”

(Ferdinand Bonanza)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Bismillahirrohmanirrohim”

Alhamdulillahirabbil’alamin, dengan segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT dan Nabi Besar Muhammad SAW, serta berkat limpahan rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini.

Penulis persembahkan karya sederhana ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati kepada:

Kedua orang tua penulis yang terhormat, yang tersayang, yang penulis banggakan, sebagai panutan dalam hidup, yaitu Ayah Andi Wibowo dan Ibu Melly Rusdiyati.

Terima kasih atas segala bentuk pengorbanan, perjuangan dan semua hal yang telah diberikan kepada penulis semua limpahan kasih sayang dan semua nasihat yang tidak akan pernah bisa terbalas.

Untuk Adikku tersayang, Athaya Beryl Bonanza, keluarga besar Bani Suparman dan Bani Mukiyanto, serta semua teman-temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih selalu memberikan dukungan, semangat dan kepercayaan bagi penulis untuk terus menjadi kebanggaan.

Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Pembangunan dan teman-teman yang senantiasa membantu, memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaan karya tulis ini. Serta Almamater tercinta Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

SANWACANA

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh,
Alhamdulillahirobbil alamin Puji dan Syukur penulis haturkan kepada Allah SWT. Karena berkat karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi kasus Pasar Simpang Srimenanti Kabupaten Lampung Timur)”** yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Pembangunan di Universitas Lampung.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak sehingga membantu proses dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karenanya, pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada.:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Arivina Ratih YT, S.E., M.Si. selaku ketua jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Lampung.
3. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, motivasi serta ilmunya yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan wawasannya yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Seluruh karyawan dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
6. Kedua Orang Tuaku, “Ayah Andi Wibowo” dan “Ibu Melly Rusdiyati”, yang telah merawat, mendidik, menyayangi, mendoakan, memotivasi, dan yang

tiada hentinya memberikan kasih dan sayang kepada penulis, serta mendukung penulis secara moral maupun materi. Semoga selalu diberikan kesehatan, kenikmatan rasa syukur, serta kebahagiaan selama menjalani kehidupan bersama penulis.

7. Saudari kandungku, “Athaya Beryl Bonanza”, yang selalu menemani, mendukung, dan memberikan kebahagiaan serta keceriaan bagi penulis saat kelas V SD hingga saat ini.
8. Keluarga besar “Mbah Kakung” dan “Pakwo” yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat SMA “Bagus, Bregi, Surya, Dani, Ragil, Andrean, Andika Firman, Andika Purbo, Niko, Erik, Danu, yang telah mendukung, membantu, dan memberikan semangat baik secara moral dan materi, serta sudah menjadi keluarga bagi penulis pada masa senang maupun sulit hingga bertahan sampai saat ini.
10. Terima kasih kepada “Erid, Ilham, Fadli, Rizky, Akbar, Fauzi, Fajar, Ferdi, Adit, Ade, Rafli, Wayan, Fakhri, Adit Budi, Alung, Ageng, dan seluruh rekan-rekan seperjuangan angkatan 20 S1 Ekonomi Pembangunan yang menemani, membantu, dan memberikan semangat penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir.
11. Teman-teman kos “Bagus, Ragil, David, Yoga, Erik, Aqil, Nanda, Mas Gom, Mas Udin, yang telah menemani dan mendukung penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-Teman se-hobby sekaligus keluarga “Mas Ivan, Kak Iguh, Mas Ferdi, Mas Paksi, Mas Reza, Mas Sigit, Mas Nanda, Yudha, Ndaru, Bendol, dan seluruh rekan-rekan sabans basketball lainnya” yang telah memberikan hiburan, semangat, dan motivasi kepada penulis.
13. Pengelola dan seluruh pedagang Pasar Simpang Srimenanti yang telah membantu memberikan informasi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
14. Teman-teman KKN Desa Negara Sakti yang telah mendukung penulis selama KKN hingga saat ini.

15. Kepada wanita bernama “Nanda Rita Nova Kumala”, yang telah menjadi sosok rumah yang sederhana bagi penulis hingga saat ini. Terima kasih telah memberikan warna baru di kehidupan penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu, maupun moral dan materil kepada penulis. Banyak yang berkata jangan menulis nama seseorang yang belum tentu menjadi milik kita. Tetapi penulis yakin bahwa yang ditakdirkan bagi kita, akan tetap menjadi milik kita, dan apabila bukan menjadi milik kita, penulis yakin akan mendapat gantinya yang dapat memahami dan mengerti posisi penulis pada saat penulisan ini.
16. Terima kasih untuk seorang anak laki-laki yang saat ini sangat sulit untuk dimengerti isi kepala dan akan memulai kehidupan yang sesungguhnya yaitu diri saya sendiri. Seorang anak laki-laki yang harus mempersiapkan untuk kehidupan selanjutnya dengan tanggung jawab yang besar, walaupun terkadang memiliki sifat seperti anak kecil sehingga sulit untuk melakukan sesuatu dalam mencapai tujuan tertentu. Terima kasih sudah mampu merayakan diri sendiri sampai di titik ini, walaupun maasih memiliki kebiasaan malas-malasan yang pada dasarnya harus perlahan dimusnahkan. Terimakasih untuk tidak pernah lelah walaupun sering mengalami kegagalan. Terima kasih untuk dapat selalu berusaha melangkah melakukan yang terbaik dalam kehidupan ini. Penulis yakin terselesainya penulisan skripsi ini merupakan langkah awal penulis dalam memberikan arti kehidupan bagi penulis. “Hidup adalah perjalanan, jadi nikmati setiap langkahnya”.

Bandar Lampung, 06 Agustus 2024

Penulis

Ferdi Galang Bonanza

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
II. KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Konsep Pasar	13
2.1.2 Pasar Tradisional	18
2.1.3 Pendapatan Pedagang	19
2.1.4 Revitalisasi Pasar Tradisional.....	22
2.1.5 Pengukuran Variabel	23
2.2 Studi Empiris	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
III. METODE PENELITIAN	28
3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.2.1 Jenis Penelitian	28
3.2.2 Sumber Data	28
3.3 Populasi dan Teknik sampling	29

3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampling.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 Kuisisioner	30
3.4.2 Wawancara	30
3.4.3 Teknik Dokumentasi	31
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.5.1 I (Income)	31
3.5.2 R (Rent)	32
3.5.3 QC (Quantity Consumer)	32
3.6 Metode Analisis Data.....	33
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	33
3.6.2 Pengujian Data.....	33
3.6.3 Uji Statistik.....	35
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Pasar Simpang.....	38
4.1.1 Letak Geografis	38
4.1.2 Sejarah Pasar Simpang	39
4.2 Statistik Deskriptif	40
4.2.1 Karakteristik Responden	40
4.2.2 Data Komposisi Responden	40
4.2.3 Hasil Crosstabs Tingkat Pendidikan.....	41
4.2.4 Hasil Deskriptif Statistik Variabel.....	45
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	47
4.3.1 Uji Validitas.....	47
4.3.2 Uji Reabilitas	48
4.4 Hasil Uji Normalitas	49
4.5 Hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test.....	49
4.5.1 Pendapatan.....	50
4.5.2 Konsumen.....	50
4.5.3 Retribusi	51
4.6 Pembahasan.....	52

4.6.1 Pendapatan Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar	52
4.6.2 Konsumen Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar	56
4.6.3 Retribusi Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar	61
4.7 Implikasi Penelitian	66
V. SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Data Pasar Srimenanti/ Simpang Sribhawono	9
2 Penelitian Terdahulu	24
3 Crosstabs tingkat pendidikan – pendapatan sebelum.....	42
4 Crosstabs tingkat pendidikan – pendapatan sesudah	43
5 Crosstabs tingkat lama dagang – pendapatan sebelum	44
6 Crosstabs Tingkat Lama dagang – pendapatan sesudah	45
7 Hasil Deskriptif Statistik Variabel Pendapatan.....	46
8 Hasil Deskriptif Statistik Variabel Konsumen.....	46
9 Hasil Deskriptif Statistik Variabel Retribusi.....	46
10 Hasil Uji Validitas.....	47
11 Hasil Uji Reabilitas	48
12 Hasil Uji Normalitas	49
13 Hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test Pendapatan.....	50
14 Hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test Konsumen.....	51
15 Hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test Retribusi	51
16 Jumlah Responden Variabel Pendapatan Sebelum Revitalisasi.....	52
17 Jumlah Responden Variabel Pendapatan Sesudah Revitalisasi	54
18 Jumlah Responden Variabel Konsumen Sebelum Revitalisasi.....	57
19 Jumlah Responden Variabel Konsumen Sesudah Revitalisasi	59
20 Jumlah Responden Variabel Retribusi Sebelum Revitalisasi	62
21 Jumlah Responden Variabel Retribusi Sesudah Revitalisasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Persentase Sebaran Revitalisasi Pasar di Indonesia 2019	4
1.2 Sebaran Pasar dan Pusat Perbelanjaan di Lampung 2020.....	5
1.3 Persentase lama beroperasi pasar tradisional di Lampung.....	6
1.4 Jumlah pasar dan renovasi pasar di Lampung.....	7
1.5 Data pasar Per-kecamatan di Lampung Timur.....	8
2.1 Kurva Keseimbangan Pasar	13
2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
4.1 Peta Lokasi Pasar Sempang	38
4.2 Persentase Komposisi Responden.....	40
4.3 Data Responden Berdasarkan Kelompok Usia	41

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena yang memberikan penjelasan terjadinya peningkatan pendapatan masyarakat di suatu negara yang disebabkan oleh produksinya barang jasa di satu waktu tertentu dikenal sebagai pertumbuhan ekonomi. Saat ini pertumbuhan ekonominya Indonesia perlahan sudah menunjukkan eksistensinya menuju lebih baik, tapi keseluruhannya belum bisa dibilang stabil karena mayoritas masyarakat belum bisa memenuhi kebutuhannya pada masa krisis. Menurut data (BPS, 2021) pertumbuhan ekonomi Indonesia berada pada posisi yang tinggi ditengah perlambatan ekonomi global yaitu pada triwulan II 2021 sebesar 5,17% (yoy), hal ini terjadi peningkatan pertumbuhan dari triwulan sebelumnya. Peningkatan pertumbuhan ekonomi tidak terlepas dari pengaruh adanya perkembangan perekonomian yang dapat dinilai melalui pembangunannya pusat perdagangan. Pusat perdagangan menjadi satu indikasi kegiatan ekonominya masyarakat secara nyata di satu daerah. Salah satu pusat perdagangan yang terjadi di masyarakat adalah pasar yang dapat menciptakan kesempatan pekerjaan (Dewi, 2018).

Pasar ialah suatu tempat calon pembeli dan penjual berhadapan untuk bertransaksi dalam memperoleh barang jasa. Transaksi ini dilakukan dengan sejumlah pengorbanan guna pemenuhan kebutuhannya hidup di lingkup masyarakat. Seiring berkembangnya zaman dengan majunya teknologi, selain menjadi tempat bertemunya pembeli dan penjual bertransaksi barang dan jasa, pasar sudah dijadikan sebagai sarana penggerak perekonomian secara besar-besaran (Lubis et al., 2021). Pasar menjadi wujud nyata adanya perekonomian rakyat, dimana konsep politik-perekonomian adalah kemampuan masyarakat yang berperan dalam mengendalikan roda perekonomian sehingga naik turunnya perekonomian

dipengaruhi oleh aktivitas perekonomian pasar. PP RI No. 112 2007, mengemukakan pasar tradisional ialah pasar dibangun dan dikelola Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ataupun Daerah. Pasar tradisional atau biasa disebut juga pasar rakyat, memiliki hubungan langsung dengan perilaku masyarakat yang juga ada perannya penting guna mencapai indikator tingkat kestabilannya harga kebutuhan pokok, terbukanya lapangan pekerjaan, dan adanya aktivitas transaksi perdagangan. Hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat pengangguran dan juga pengentasan kemiskinan bagi masyarakat. Pasar sebagai salah satu indikator pembangunan ekonomi yang melibatkan interaksi masyarakat dalam transaksi jual beli sehingga dengan hadirnya pasar di tengah masyarakat secara tidak langsung dapat meningkatkan pertumbuhan output nasional.

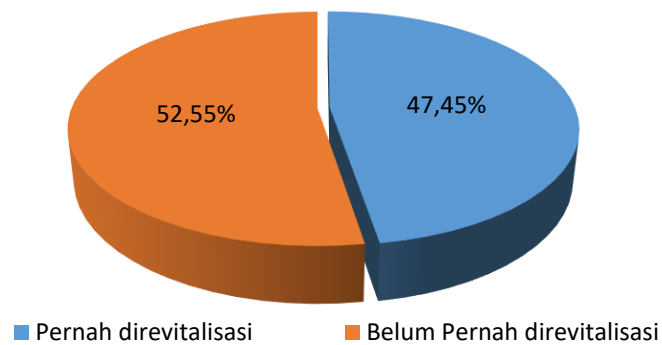
Di sisi lain, seiringan berkembangnya zaman amat pesat ke tingkat modernnya, saat ini eksistensi pasar tradisional mulai menurun. Perubahan gaya hidup masyarakat yang menyebabkan munculnya pasar-pasar modern mampu menyingkirkan keberadaan pasar tradisional. Menurunnya peran pasar tradisional memberikan dampak pada kesejahteraan masyarakat menengah kebawah terutama di pedesaan yang berkaitan langsung dengan perekonomian masyarakat seperti pendapatan masyarakat yang menurun, hilangnya lapangan pekerjaan, yang berdampak buruk pada perekonomian masyarakat dalam skala makro ekonomi (Dewi, 2018).

Pasar tradisional dengan identik yang kotor, kumuh, dan bau menjadi salah satu penyebab kemunduran pasar tradisional secara nyata sehingga menimbulkan kondisi yang tidak nyaman bagi keberadaan konsumen di pasar tersebut. Selain itu dengan munculnya keberadaan pasar-pasar modern/ritel ditengah pasar tradisional dengan keunggulan yang dimilikinya yang secara tidak langsung memunculkan kompetitif diantara dua pasar itu. Beberapa kelemahan pasar tradisional secara langsung dan memang sudah menjadi ciri dan karakter dari pasar tradisional adalah desain, tata letak, dan tampilan yang jika dibandingkan dengan pasar modern sangat jauh tertinggal. Selain itu kurangnya teknologi digunakan, kualitas barang kurang baik, keamanan tak memadai, parkir tak terorganisir, kurangnya promosi penjualan, juga sejumlah masalah lainnya dimana merugikan reputasi pasar tradisional.

Penyebab matinya pasar itu antara lain tersebarnya pengetahuan barang mengandung bahan kimia berbahaya, praktik penjualan daging tercemar, juga berbagai penipuan yang melibatkan penjualan dan perdagangan. Pelanggan berpindah dari pasar tradisional ke kompleks perbelanjaan modern karena rumitnya kekurangan pasar tradisional (Ayuningsasi, 2011).

Perkembangan pasar modern di Indonesia meningkat hingga 31,4% tiap tahunnya, berbanding terbalik dengan pasar tradisional yang ada penyusutannya 8% pertahun dengan jumlah 13.450 pasar tradisional terbangun dari 12,6 juta pedagang kecil (Korenkova et al., 2020). Fenomena ini hampir di seluruh belahan dunia termasuk Indonesia akibat dari perkembangan globalisasi yang menjadi faktor utama konsumen berbelanja di pasar modern/ritel seperti di supermarket, mini market, dan mall dengan fasilitas yang lebih lengkap dan nyaman dibanding harus berbelanja di pasar tradisional. Bila ini diteruskan menerus bisa berdampaknya ke pendapatan bahkan hilangnya mata pencaharian para aktor pasar tradisional seperti pedagang, pengantar barang (kuli), satuan pengaman, penjaga toko, dan jasa jasa lainnya sehingga secara tidak langsung bisa menjadi satu penyebabnya kesejahteraan para pedagang pasar tradisional turun. BPS menyebutkan ada 8 indikator kesejahteraan masyarakat yakni Kependudukan, Kesehatan dan Gizi, Pendidikan, Ketenagakerjaan, Taraf dan Pola Konsumsi, Perumahan dan Lingkungan, Kemiskinan, serta Sosial Lainnya (BPS, 2020). Dari 8 indikator tersebut memiliki hubungan yang amat erat ke pendapatan. Apabila pendapatan dapat terpenuhi, beberapa indikator tersebut pun bisa terpenuhi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, pemerintah melaksanakan kebijakan revitalisasi pasar tradisional yang termasuk satu langkahnya pemerintah untuk meningkatkan potensi dimiliki pasar tradisional sehingga bisa berkompetisi dengan pasar modern di era globalisasi kini. Revitalisasi pasar ialah salah satu inisiatif pemerintah guna menjaga pasar tradisional tetap hidup menghadapi pertumbuhan pusat perbelanjaan juga supermarket. Guna meningkatkannya kesejahteraan pedagang, daya saingnya, juga efisiensi logistik pun distribusi produk kebutuhan masyarakat, revitalisasi memerlukan peningkatan struktur pasar fisik dan kemajuan manajemen (Menteri Perdagangan Republik Indonesia, 2013).

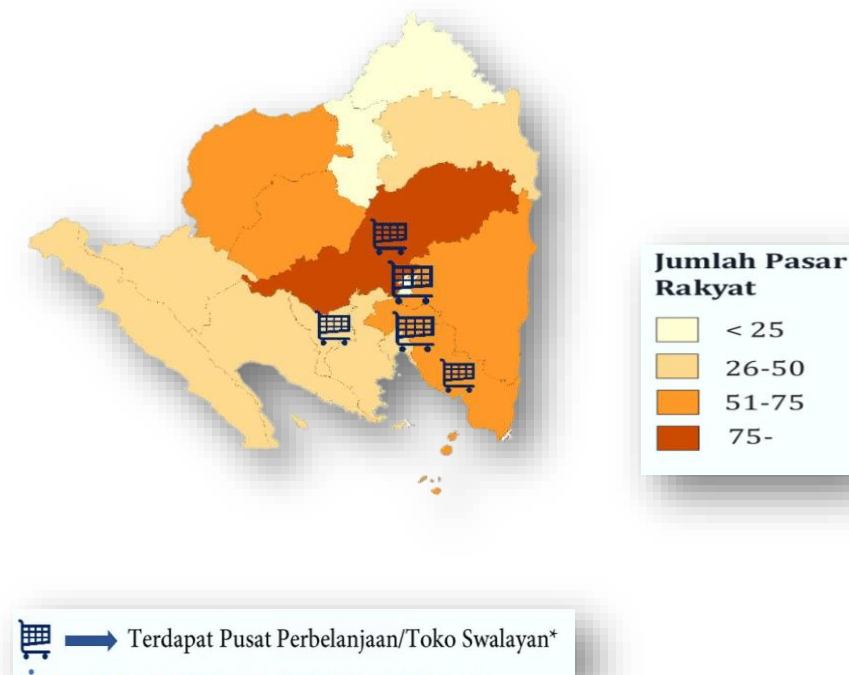


Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2019)

Gambar 1.1 Persentase Sebaran Revitalisasi Pasar di Indonesia 2019

Gambar 1.1 menunjukkan persentase sebaran revitalisasi pasar hampir menyentuh setengah dari total pasar tradisional di Indonesia yaitu sebesar 47,45 % sudah dilakukan kebijakan revitalisasi pasar dimana angka tersebut menunjukkan pasar yang direvitalisasi memiliki beberapa tujuan penting yaitu: 1) mengubah struktur pasar yang ada agar lebih teratur, nyaman, dan terstruktur; 2) memperkuat perlindungan konsumen dan pedagang; 3) meningkatkan kesadaran pedagang akan perlunya menjaga produknya higienis, aman, dan bersih; 4) menekankan semua pihak, pentingnya keamanan dan mutu produk. 5) melestarikan meningkatkan daya saing pasar tradisional (Kemendag, 2017).

Lampung merupakan daerah yang menjadi jembatan penghubung Pulau Sumatera dan Pulau Jawa. Dapat dikatakan Lampung sebagai daerah penyanggah lalu lintas mobilitas ekonomi nasional sehingga menjadikan daerah ekonomi strategis. Dengan demikian, Lampung semestinya menjadi tolok ukur kemajuan pertumbuhan ekonomi Pulau Sumatera terutama di bidang perdagangan.



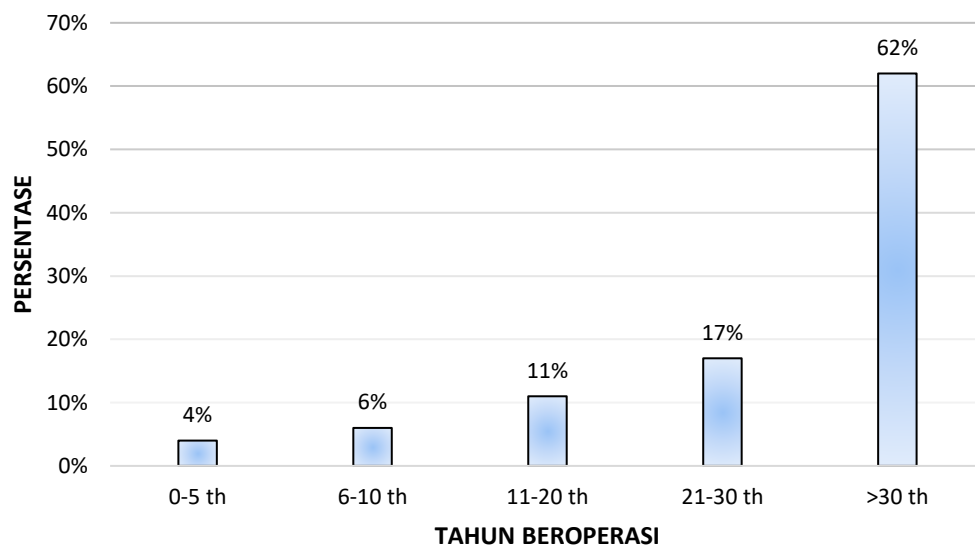
Sumber: BPS, Direktori Pasar Indonesia tahun 2020 (diolah)

Gambar 1.2 Sebaran Pasar dan Pusat Perbelanjaan di Lampung 2020

Gambar 1.2 menunjukkan sebaran pasar tradisional di berbagai wilayah kabupaten di Provinsi Lampung. Berdasarkan gambar diatas, sebaran jumlah pasar tradisional per Kabupaten Kota di Provinsi Lampung tertinggi yaitu Kabupaten Lampung Tengah yang memiliki lebih dari 75 pasar tradisional, kemudian Kabupaten Lampung Timur memiliki jumlah pasar tradisional kisaran berjumlah 51-75 pasar tradisional. Selanjutnya, dari ke-15 Kabupaten Kota, 5 diantaranya sudah memiliki pusat perbelanjaan/toko swalayan yaitu: Lampung Selatan, Lampung Tengah, Pringsewu, Kota Bandar Lampung, dan Kota Metro. Sisanya, sebanyak 10 kabupaten di Lampung belum memiliki pusat perbelanjaan/toko swalayan. Jumlah pasar dan pusat perbelanjaan menurut klasifikasi pasar di Lampung yaitu: terdapat 651 pasar tradisional, 12 pusat perdagangan, dan 38 toko swalayan tersebar di berbagai wilayah Kabupaten/Kota.

Berlandaskan data diatas, diketahui persebaran pasar dan pusat perbelanjaan modern yang ada di Provinsi Lampung tidak merata antar kabupaten. Hal ini berdasarkan data dari BPS tentang luas wilayah Kabupaten di Provinsi Lampung yang berbeda-beda, mempengaruhi jumlah persebaran pasar rakyat sehingga

Kabupaten dengan usia paling tua dan wilayah paling luas memiliki jumlah pasar rakyat paling banyak.



Sumber: BPS, Direktori Pasar Indonesia tahun 2020 (diolah)

Gambar 1.3 Persentase lama beroperasi pasar tradisional di Lampung

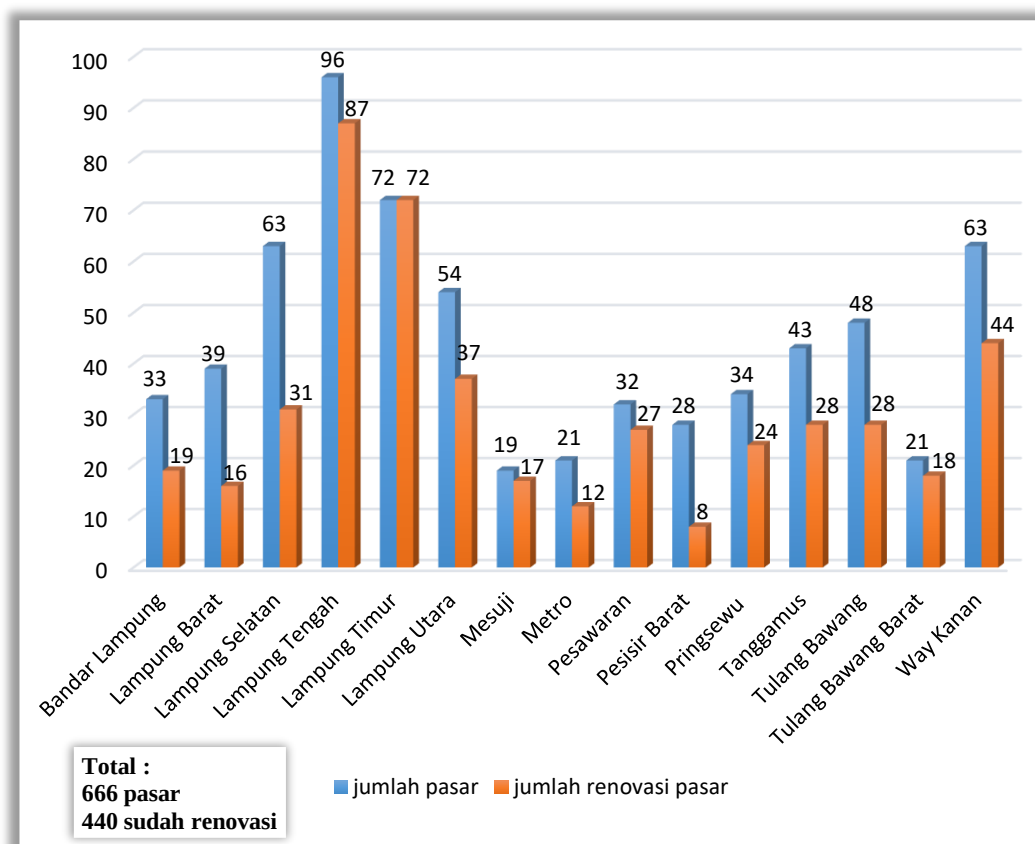
Dari total 666 pasar tradisional yang ada di Lampung, persentase terbanyak menurut lama beroperasinya pasar yaitu 4% usianya 0-5 tahun, 6% berusia 6-10 tahun, 11% berusia 11-20 tahun, 17% berusia 21-20 tahun, dan 62% dibangun lebih dari 30 tahun sampai saat ini (Gambar 1.3).

Lama beroperasinya pasar tradisional mempengaruhi infrastruktur juga sarana-prasarananya di pasar tradisional karena seiring perkembangan zaman akan mengalami perubahan. Perubahan tersebut salah satunya yaitu revitalisasi pasar supaya pasar tradisionalnya bisa adu saing bersama pasar modern yang terus bermunculan akibat globalisasi saat ini.

Menurut Kepala Dinas Perdagangan (Disdag) Lampung, “sebanyak 540 pasar tradisional di wilayah Lampung tidak higienis atau tidak sehat karena belum memiliki Sertifikat Nasional Indonesia (SNI). Pasar tradisional yang dibuka juga

masih banyak yang belum memiliki fasilitas yang wajib ada di pasar, sehingga dalam hal ini diperlukan adanya revitalisasi pasar tradisional.

Di era globalisasi ini, pasar tradisional perlu menjalani proses yang disebut revitalisasi. Pentingnya pasar tradisional akan menurun seiring dengan semakin banyaknya pasar kontemporer dengan fasilitas yang memadai. Tujuan dari revitalisasi adalah untuk menghidupkan kembali kawasan atau bagian kota yang dulunya ramai, namun kini telah terdegradasi seiring berjalannya waktu akibat pembangunan (Martokusumo, 2006).



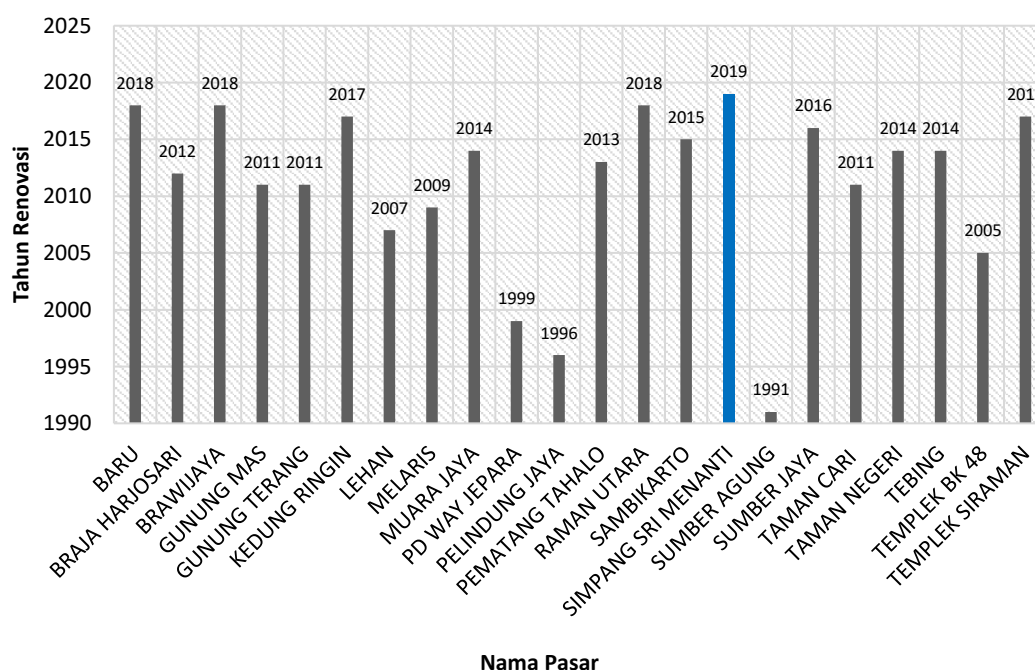
Sumber: BPS, Direktori Pasar Indonesia Tahun 2020 (diolah)

Gambar 1.4 Jumlah pasar dan renovasi pasar di Lampung

Berdasarkan data pada gambar 1.4, dapat kita ketahui jumlah pasar dan renovasi pasar paling banyak terdapat di Kabupaten Lampung Tengah berjumlah 96 pasar dengan 87 pasar telah direnovasi. Sedangkan jumlah pasar paling sedikit terdapat di Kabupaten Mesuji dengan total jumlah 19 pasar dengan 17 pasar diantaranya sudah direnovasi. Kabupaten Lampung Timur sendiri memiliki total jumlah 72

pasar yang telah direnovasi secara keseluruhan dengan kata lain sudah 100% pasar di Lampung Timur sudah melakukan renovasi pasar. Oleh sebabnya, peneliti ada ketertarikan melaksanakan penelitiannya di pasar yang ada di Lampung Timur dengan melihat persentase kebijakan renovasi atau revitalisasi yang mencapai angka 100. Salah satu pasar di Lampung Timur yang telah melakukan renovasi pasar yaitu Pasar Simpang Srimenanti.

Tujuan dilaksanakannya program revitalisasi pasar tradisional seperti yang disebutkan oleh (Kemendag, 2019) yaitu merubah tatanan pasar, perlindungan konsumen dan pedagang, mendorong pedagang akan kebersihan produk, menyadarkan semua pihak akan keamanan dan mutu produk, serta meningkatkan daya saing pasar. Tetapi yang menjadi permasalahan adalah, apakah dilaksanakannya program revitalisasi pasar ini bisa menstimulus pendapatan pedagang sehingga dapat mempengaruhi kesejahteraannya pedagang Pasar Simpang Srimenanti, berdasarkan pengamatan peneliti dalam pra survei terdapat beberapa pedagang yang merasa tidak adanya pengaruh dari kebijakan revitalisasi pasar.



Sumber: BPS, Direktori Pasar Indonesia tahun 2020 (diolah)

Gambar 1.5 Data pasar Per-kecamatan di Lampung Timur

Kabupaten Lampung Timur memiliki 72 pasar tradisional tersebar di berbagai kecamatan lalu menjadi pusat perbelanjaannya masyarakat setempat. Data pasar pada gambar diatas merupakan data pasar yang di ambil per-kecamatan dengan satu pasar, sehingga terdapat 23 pasar yang mewakili setiap kecamatan di Lampung Timur. Pemilihan perwakilan pasar yang diambil berdasarkan terbarunya tahun renovasi pasar. Beberapa pasar yang sudah tua seiring berjalannya waktu banyak pasar tradisional yang merevitalisasi pasarnya. Revitalisasi pasar ini dilakukan guna memperbaiki seluruh tatanan pasar yang memiliki beberapa kekurangan baik strukturnya, desain tata ruangnya juga lokasinya, kurangnya teknologi yang digunakan, dan keamanan pasar. Selain itu, revitalisasi ini dilakukan guna mengikuti perkembangan trend masyarakat yang kian modern sehingga dapat bersaing dengan pasar pasar ritel yang juga mulai bermunculan. Revitalisasi pasar yang di lakukan oleh pemerintah, contohnya pasar tradisional Simpang Sribhawono yang terletak di Kabupaten Lampung Timur ialah satu pasar yang telah direvitalisasi dari 72 pasar tradisional tersebar di sejumlah Kecamatan di Lampung Timur.

Tabel 1 Data Pasar Srimenanti/ Simpang Sribhawono

Nama Pasar	Tahun Beroperasi	Tahun Renovasi	Perkiraan Jumlah Pedagang	Kelompok Komoditas	Waktu Operasi
Pasar Srimenanti/ Simpang	1960	2019	100 - 199 Pedagang	Bahan Makanan	Rabu, Jumat, Minggu

Sumber: BPS, Direktori Pasar Indonesia tahun 2020 (diolah)

Sesuai dengan namanya *Simpang*, *Pasar Simpang Srimenanti* terletak di persimpangan jalan Lintas Timur Sumatera Kecamatan Mataram Baru dan Jalan Ir. Sutami Kecamatan Bandar Sribhawono. Oleh karena itu, dengan letak yang strategis berpotensi bisa menjadi kunci perekonomian wilayah sekitarnya. Berdasarkan data pasar yang di ambil dari BPS, Pasar Simpang Srimenanti di bangun pada tahun 1960 dan dilaksanakan program revitalisasi pasar pada tahun 1996. Namun, berdasarkan data informasi dari observasi juga wawancara dengan kepala desa Mataram Baru yaitu Bapak Mamin Sudarmin mengatakan “ *Terdapat*

beberapa bangunan pasar yang letak nya di desa Mataram Baru yang lakukan renovasi pada tahun 2017 dan selesai secara keseluruhan pada tahun 2019”.

Program tersebut diadakan oleh pemerintah terkait yaitu pemerintah daerah Kabupaten Lampung Timur guna memperbaiki sarana infrasturktur pasar yang sudah mulai menua. Selain itu juga, program revitalisasi pasar bukan hanya untuk melakukan perbaikan dan penyegaran pembangunan pasar tapi juga untuk meningkatkan kualitas kesejahteraan pedagang pasar. Berdasarkan data dari publikasi BPS Indonesia dengan judul Direktori Pasar Indonesia tahun 2020 terdapat kurang lebih 200 pedagang pasar simpang yang diharapkannya bisa ada daya saingnya dengan pedagang di pasar modern yang mulai muncul yang memiliki fasilitas layanan yang lebih unggul.

Pasar Simpang ialah contoh pasar yang telah melaksanakan kebijakan revitalisasi, diharapkan seluruh aspek infrastruktur akan lebih teratur, tata kelola pasar yang membaik, lahan parkir yang lebih memadai guna mengurangi tingkat kemacetan di jalan sekitar pasar, serta kenyamanan konsumen lebih terjaga. Selain itu, kebijakan revitalisasi pasar ini dimaksudkan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang dalam hal peningkatan pendapatannya pedagang, peningkatan penyerapannya tenaga kerja, penambahan pengunjung/konsumen pasar. Dalam mewujudkan kebijakan tersebut, terdapat unsur-unsur pasar agar dapat dikelola secara efektif dan optimal antara lain: 1) Penyesuaian sarana distribusi perdagangan pasar; 2) Adanya struktur kerangka pasar yang bertugas; 3) Pengendalian pasar objektif; 4) Keragaman barang dan jasa yang ditawarkan; 5) Waktu pelayanan pasar mencukupi (Viktor, 2006). Oleh adanya program revitalisasi pasar ini semoga bisa ada kontribusinya dalam hal peningkatan kesejahteraannya masyarakat terutama pedagang yang berjualan di pasar tersebut yang berdampak pada kemajuan perekonomian nasional.

Oleh karena itu, sesuai paparan latar belakangnya, peneliti ada ketertarikan guna meneliti juga menganalisis dampak kebijakan pemerintah revitalisasi pasar tradisional pada 2019 pada pendapatan pedagang yang mana studi kasus berada di Pasar Simpang Srimenanti dimana itu ialah satu pasar tradisional yang memiliki ciri fisik seperti yang sudah dijelaskan pada latar belakang sebelumnya sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian di Pasar Simpang Srimenanti yang letaknya

berada di jalan Lintas Timur, Mataram Baru, Kabupaten Lampung Timur yang mana revitalisasi pasar tersebut sudah berjalan 4 tahun sampai dengan sekarang. Penelitian ini akan menggunakan beberapa indikator untuk menentukan perbedaan antara sebelum-sesudah dampak kebijakan revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang yaitu indikator peningkatan pendapatan, harga sewa kios atau retribusi, dan jumlah konsumen Pasar Simpang Srimenanti. Oleh sebabnya, dari pembahasan topik maka studi ini penting untuk dilaksanakan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar penjabarannya latar belakang, terbentuklah sejumlah perumusan masalah yakni:

1. Bagaimanakah perbedaan pendapatan pedagang pasar sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasi Pasar Simpang Srimenanti?
2. Bagaimanakah perbedaan jumlah konsumen pasar sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasi Pasar Simpang Srimenanti?
3. Bagaimanakah perbedaan biaya retribusi pasar sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasi Pasar Simpang Srimenanti?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar perumusan masalah, olehnya sejumlah tujuan studi ini yakni:

1. Untuk menganalisis perbedaan pendapatan pedagang pasar sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasinya Pasar Simpang Srimenanti.
2. Untuk menganalisis perbedaan jumlah konsumen pasar sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasinya Pasar Simpang Srimenanti.
3. Untuk menganalisis perbedaan biaya retribusi pasar sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasinya Pasar Simpang Srimenanti.

1.4 Manfaat Penelitian

Studi ini diupayakan ada kebermanfaatannya yakni:

1. Penelitian ini bisa membantu penulis menambah pemahaman dan pengetahuan mengenai variasi pendapatan pedagang sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasi pasar tradisional Simpang Srimenanti.

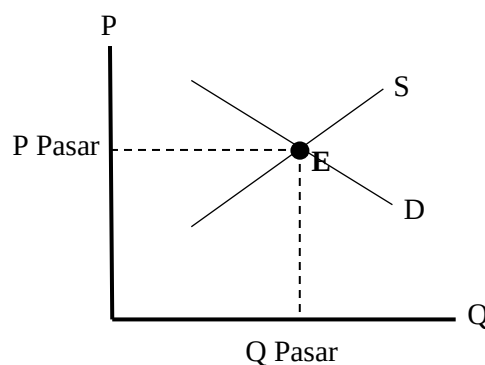
2. Bagi pemerintah dan instansi: bisa memberikan manfaat sebagai bahan acuannya saat perencanaan kebijakan yang akan datang.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait dampak dan hasil dari kebijakan revitalisasi pasar tradisional.

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Pasar

Dalam bahasa ilmu ekonomi, pasar ialah suatu lingkungan terjadinya pertukaran barang jasa antara produsen dan pelanggan. Interaksi antara calon pelanggan dan penjual barang atau jasa di pasar digambarkan dalam pengertian ekonomi penawaran dan permintaan. Menurut hukum permintaan Suatu barang akan memiliki lebih sedikit permintaan ketika harganya naik. Kebalikannya, ketika harganya turun, permintaan produknya naik. Di sisi lain, hukum penawaran menyatakan ketika harga suatu barang naik, akan lebih banyak barang ditawarkan. Kebalikannya, semakin murah harga suatu barang, semakin sedikit pula produk ditawarkan (Parkin, 2017). Ini nantinya mendorong pasar menetapkan harga sesuai ekuilibrium.



Sumber: Buku Ajar Ekonomi Mikro (2017)

Gambar 2.1 Kurva Keseimbangan Pasar

Permintaan pasar dipengaruhi oleh biaya produk atau layanan. Penetapan harga juga dapat mempengaruhi posisi kompetitif dan pangsa pasar perusahaan. Pelanggan sering kali mengharapkan harga yang adil untuk barang berkualitas

tinggi, meskipun penjual ingin mendapat untung besar. Kecenderungan-kecenderungan yang bertentangan secara diametral ini tidak akan berujung pada transaksi jika tidak ada kesepakatan harga. Pembeli dan penjual bernegosiasi untuk mencapai kesepakatan mengenai harga pasar. Dalam ilmu ekonomi, hasil diskusi antara pembeli dan penjual disebut sebagai harga pasar, atau harga keseimbangan. Harga keseimbangan, kadang-kadang disebut harga pasar, adalah harga yang muncul dari interaksi penawaran dan permintaan di pasar. Apabila kurva penawaran berada di sebelah kanan kurva permintaan maka terjadi kelebihan penawaran (surplus), namun bila berada di sebelah kiri kurva permintaan maka terjadi defisit penawaran.

Secara umum pengertian pasar bisa diartikannya secara sempit dan luas. Secara sempit pasar ialah suatu tempat untuk berkumpulnya produsen konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Secara luasnya, pasar ialah mekanisme bertemunya kepentingan produsen dan konsumen dalam proses tawar menawar suatu barang dan jasa sehingga ditemukan pada titik keseimbangan pasar (Noor, 2007).

Berbagai interaksi sosial, struktur organisasi, dan infrastruktur yang digunakan perusahaan untuk memperdagangkan barang, tenaga kerja, dan jasa untuk mendapatkan uang tunai dengan klien disebut sebagai pasar. Pasar berbeda satu sama lain dalam hal kuantitas, jangkauan geografis, jenis dan keragaman kelompok manusia, serta barang dan jasa yang ditawarkan. Tempat jual beli barang atau jasa dari berbagai vendor telah bermunculan di pasar; tempat-tempat ini memiliki berbagai nama, seperti pusat perdagangan, pertokoan, mal, plaza, dan pusat perbelanjaan pasar tradisional (PP RI No. 112, 2007). Dalam teori ekonomi, pasar dapat dipahami terutama sebagai tempat terjadinya transaksi antara pembeli dan penjual. Pada hakikatnya landasan kegiatan ekonomi di pasar adalah kemampuan bersaing, baik pembeli maupun penjual. Vendor memiliki kendali penuh atas barang dan jasa apa yang akan diproduksi dan disediakan. Pelanggan atau pembeli bebas memutuskan apa yang ingin mereka beli dan berapa banyak mereka bersedia membayarnya untuk sementara (Faisal dkk., 2020).

Seseorang dapat melihat sudut pandang pasar secara luas dan ringkas. Pasar pada dasarnya adalah tempat berkumpulnya pembeli dan penjual lokal. Sementara itu,

perspektif pasar secara keseluruhan didasarkan pada Robert S. Pindyck (1959), adalah metode untuk menyeimbangkan kepentingan produsen dan konsumen ketika memutuskan produk atau jasa apa yang akan ditukarkan oleh pembeli dan penjual, sehingga memungkinkan penetapan harga untuk barang atau jasa yang dipertukarkan.

Pendapatnya (Kotler, 2000), pasar ialah sumber berbagai jenis klien potensial dengan persyaratan atau ambisi serupa, di mana pun perdagangan dilakukan untuk memenuhi satu permintaan atau lainnya. Sebagaimana Damsar & Indrayani (2016) menggambarkan bagaimana orang memenuhi keinginannya dalam hidup, baik secara individu maupun dalam komunitas. Sedangkan (Suwondo, 1998) mengemukakan selain sebagai lokasi fisik, pasar juga berfungsi sebagai wahana untuk mengatur kepentingan pembeli dan penjual. Oleh karena itu, dalam hal ini, pasar berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. perdagangan terjadi di pasar, dan perdagangan merupakan bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Karena pertumbuhan penduduk yang pesat, terdapat kebutuhan yang lebih besar baik kuantitas maupun kualitas di pasar (Nika et al., 2013).

Pasar ialah suatu lingkungan ekonomi di mana pembeli dan penjual dapat bertukar barang atau jasa secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, pasar adalah tempat di mana pembeli dan penjual melakukan transaksi bisnis. Jumlah vendor dan pelanggan, variasi produk yang ditawarkan, dan metode distribusi merupakan faktor kunci yang menentukan struktur pasar. Intervensi pasar berupa mekanisme abstrak ketika pembeli dan penjual berkumpul untuk berinteraksi.

A. Struktur Pasar

Struktur pasar adalah beberapa petunjuk mengenai aspek penting yang harus dimiliki sebuah pasar yang mana dalam struktur tersebut terdapat keanekaragaman barang jasa dijual juga penjual/pembeli sebagai aktor utamanya. Pasar memiliki empat struktur utama yakni: pasar persaingan sempurna, monopoli, monopolistik, dan oligopoli (Rizkyanti, 2017):

1. Pasar persaingan sempurna, dimana banyak penjual dengan barang jasa yang dijualnya homogen sehingga tak ada yang bisa memberi pengaruhnya ke perubahan harga.

2. Pasar monopoli, yaitu pasar yang memiliki output barang atau jasa yang hanya didirikan oleh satu perusahaan saja.
3. Pasar monopolistik, adalah kombinasinya antara pasar persaingan sempurna dan pasar monopolistik dimana itu berada ditengah tengahnya.
4. Pasar oligopoli, merupakan pasar dengan penjual yang sama dan dengan barang/jasa yang dijual heterogen dengan jumlah penjual yang sedikit.

B. Jenis Pasar

1. Pasar ditinjau dari kegiatannya

Pasar bila ditinjaunya dari kegiatan mereka bisa dikelompokkan menjadi 2: pasar tradisional dan modern.

a. Pasar Tradisional

Sebagian besar pedagang di pasar tradisional menawarkan komoditas sehari-hari seperti pakaian jadi, elektronik, jasa dan produk, ikan, buah-buahan dan sayur-sayuran, daging, telur, dan bahan-bahan lain untuk memasak. Di pasar ini, pedagang melayani konsumen di kiosnya dan melakukan tawar-menawar harga dengan jumlah yang telah ditentukan untuk mencapai kesepakatan. Untuk kenyamanan, pasar semacam ini terletak di kawasan pemukiman (Wibowo, 2015).

Pasar tradisional sangat beragam dan membutuhkan waktu yang sangat lama untuk berkembang. Setiap pasar menetapkan tujuan, fungsi, dan strukturnya sendiri. Mereka berfungsi sebagai pasar eceran pada umumnya, namun mereka juga menjadi pedagang grosir di kota-kota besar. Sejumlah pasar berkonsentrasi pada penjualan barang-barang tertentu, termasuk ternak, barang pertanian, dan sebagainya. Pasar tradisional menyebut waktu terjadinya perdagangan sebagai “pasar harian” atau “pada waktu-waktu tertentu”, tergantung situasi dan kebutuhan barang pasar masyarakat setempat yang tidak serta merta perlu disediakan setiap hari.

b. Pasar Modern

Mal, supermarket, *department store*, dan kompleks perbelanjaan merupakan contoh pasar modern yang dibangun oleh koperasi, pemerintah, atau swasta.

Pasar-pasar ini memiliki label harga tetap, bermodal cukup, mengutamakan layanan belanja yang nyaman, dan dijalankan dengan cara modern. Pasar modern sebagian besar tertarik pada konsumen melalui pilihan hiburan yang mereka tawarkan, seperti restoran, bioskop, dan produk ramah anak.

2. Pasar ditinjau dari kegiatannya

a. Pasar Umum

Ada yang mengatakan bahwa pasar umum berpusat pada jenis barang yang dibeli dan dijual. Kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan masyarakat setempat untuk memenuhi kebutuhan pokoknya biasanya terdapat di antara beragamnya barang yang terdapat di pasar ini.

b. Pasar Khusus

Pasar tempat diperjualbelikannya barang-barang yang sebagian besar berupa satu jenis barang beserta perlengkapannya disebut pasar khusus. Biasanya para pedagang di pasar ini menyediakan perhiasan, barang elektronik, dan barang lainnya yang termasuk dalam kategori barang khusus.

C. Fungsi Pasar

Dalam hal ini, pasar melayani masyarakat dengan berperan sebagai tempat terjadinya pembelian dan penjualan. Hal ini juga terlihat dalam berbagai konteks atau aspek, antara lain:

1. Aspek Ekonomi

Jika mempertimbangkan pasar dari sudut pandang ekonomi, pasar berfungsi sebagai tempat jual beli komoditas antara produsen dan konsumen, sehingga menyeimbangkan penawaran dan permintaan.

2. Aspek Sosial Budaya

Dalam bidang sosial budaya, pasar berfungsi sebagai wahana interaksi sosial langsung yang terjadi antara masyarakat formal dan informal sehingga membentuk suatu tradisi dalam masyarakat lokal.

3. Arsitektur

Memperlihatkan ciri-ciri daerah yang menampilkan bentuk fisik konstruksi yang berbeda.

2.1.2 Pasar Tradisional

A. Definisi Pasar Tradisional

Berdasarkan (Peraturan Presiden RI No. 112, 2007), pasar tradisional ialah pasar dibangun dikelola pemerintah otonomi daerah yang juga bekerjasamanya dengan pihak swasta dengan beberapa bentuk bangunan contohnya toko, kios, ruko, dan los yang dimiliki ataupun disewa oleh pedagang kecil, menengah, dan lembaga swadaya yang mana proses transaksi jual beli secara tawar menawar secara langsung. (Kotler, 1998) mengartikan pasar dalam pemasaran yaitu sekumpulan orang atau organisasi yang memiliki kepentingan atau kebutuhan akan barang dan jasa yang dijualbelikan guna mencukupi kehidupan sehari-harinya.

Pasar tradisional yang merupakan suatu tempat terbuka secara langsung memfasilitasi proses transaksi jual beli yang memungkinkan adanya negosiasi. Aktor dalam pasar tersebut bersifat fleksibel yang berarti pengunjung pasar pun dapat berubah dari konsumen menjadi penjual. Pasar tradisional ialah salah satu sektor ekonomi amat krusial karena banyak orang yang tidak mampu (miskin) menggantungkan kebutuhan sehari-harinya pada pasar tradisional. Populasi penganggurannya Indonesia cukup besar, diantaranya bekerja menjadi pedagang pasar dimana itu merupakan sumber pendapatan alternatifnya (Masitoh, 2013).

Pasar berperan penting dalam menentukan nilai suatu barang dan jasa yang mana aktor yang terkait dalam penentuan nilai tersebut adalah konsumen (pembeli) dan produsen (penjual). Selain itu, pasar secara umum adalah sebagai tempat untuk memfasilitasi kebutuhan masyarakat besar karena barang dan jasa yang diperjualbelikan cenderung relatif lebih murah dan menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat sehingga dapat dikatakan pasar sebagai tempat vital bagi perekonomian masyarakat yang menjadi tolak ukur bagi pertumbuhan ekonomi daerah (Mujahidin, 2007).

B. Ciri-Ciri Pasar Tradisional

Ciri pasar tradisional yakni: (Menteri Perdagangan Republik Indonesia, 2013):

- 1) Terdapat proses transaksi tawar menawar diantara penjual pembeli. Proses transaksi tawar-menawarnya itu sudah tradisi dalam pasar tradisional sehingga menyebabkan relasi yang sangat kuat antara penjual dan pembeli.
- 2) Pasar tradisional dibuat dan dibangun oleh pemerintah daerah.
- 3) Terdapatnya pengelompokan perdagangan berdasar jenisnya contohnya kelompok pedagang sayuran, pedagang ikan dan daging, pedagang perlengkapan rumah tangga, pedagang pakaian, dan pedagang jenis lainnya.
- 4) Sebagian besar barang jasa dijual di pasar tradisional ialah hasil bumi dari daerah itu.

2.1.3 Pendapatan Pedagang

A. Definisi Pendapatan

Pendapatan ialah jumlah total uang yang diterima seseorang dari pekerjaannya selama jangka waktu tertentu, baik mingguan, bulanan, tahunan, atau harian (Sukirno, 2006). Pendapatan adalah keseluruhan jumlah uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima masyarakat sehubungan dengan kinerjanya, baik uang itu diperoleh harian, mingguan, bulanan, atau tahunan. Ini juga mencakup pendapatan non-moneter (Prathama & Mandala, 2001). Kedua definisi tersebut membawa pada kesimpulan bahwa pendapatan adalah sejumlah uang atau non tunai yang diterima suatu masyarakat dalam jangka waktu tertentu, tergantung kinerjanya. Pendapatan operasional merupakan pendapatan suatu perusahaan dari aktivitas utama, tidak termasuk pendapatan yang diperoleh dari sumber lain. Pendapatan ini diperoleh dari penjualan barang, produk, atau jasa dalam jangka waktu tertentu yang termasuk dalam aktivitas atau tujuan utama bisnis dan terkait erat dengan bisnis (operasi) utama entitas yang terlibat (Riza & Maimunah, 2023).

(Mankiw, 2011) menjelaskan bahwa jumlah unit terjual dikalikan harga per unit sama dengan rumus pendapatan. Berdasarkan rumusan matematis, hasilnya adalah:

$$TR = \text{total revenue}$$

$$P = \text{price}$$

$Q = \text{quantity}$

Hasilnya, pendapatan penjual dapat dihitung dengan mengalikan jumlah produk yang terjual dengan harga barang tersebut.

Menurutnya (Swastha, 2008), sejumlah faktor mempengaruhi pendapatan penjualan yakni:

- 1) Kemampuan seorang pedagang adalah jumlah usaha yang mereka lakukan untuk membujuk pelanggan agar membeli barang guna mendapatkan keuntungan yang diharapkan.
- 2) Keadaan pasar berkaitan dengan karakteristik pasar, jenis pasar, demografi pembeli, lokasi perdagangan, frekuensi pembeli, dan preferensi pembeli.
- 3) Modal mengacu pada pengeluaran dana awal penjual untuk kelangsungan usahanya. Menurut fundamental ekonomi, pendapatan meningkat seiring dengan belanja modal.
- 4) Kondisi organisasi bisnis. Jika usaha perdagangan semakin besar dan frekuensi penjualan semakin tinggi, maka pendapatan juga akan semakin tinggi.
- 5) Elemen tambahan, seperti pengeluaran terkait pengemasan produk atau iklan, juga dapat berdampak pada pendapatan.

Menurutnya Jaya dalam (Firdaus & Juliansyah, 2019), 3 golongan pendapatan yakni:

- 1) Gaji dan penghasilan, yang didefinisikan sebagai uang yang diterima seseorang dalam sehari, seminggu, atau sebulan untuk melakukan jasa bagi orang lain.
- 2) Seluruh hasil produksi dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan merupakan pendapatan dari usaha sendiri, bisa saja usaha sendiri atau usaha keluarga.
- 3) Pendapatan dari usaha tambahan atau sampingan yang tidak memerlukan tenaga kerja, seperti pendapatan pensiun, pendapatan dari menyewakan aset, sumbangan orang lain, dan lain sebagainya.

Selainnya itu, berikut golongan pendapatan berdasar jenis perolehan:

- 1) Penjualan barang atau jumlah omset penjualan yang dihasilkan sebelum dikurangi biaya-biaya dan biaya-biaya lainnya disebut pendapatan kotor.
- 2) Pendapatan bersih, atau total pendapatan dikurangi total pengeluaran, adalah hasil penjualan setelah dikurangi biaya pembelian perlengkapan, transportasi, pajak, dan biaya lainnya.

Menurutnya BPS, 4 tingkat pendapatan yakni:

- a. Kategori sangat kaya, yaitu memiliki rata-rata pendapatan bulanan lebih dari Rp3.500.000,-
- b. Kategori berpendapatan tinggi, yaitu mempunyai rata-rata pendapatan bulanan antara Rp 2.500.000 sampai dengan Rp 3.500.000,-
- c. Kelompok berpendapatan menengah, yaitu kelompok yang mempunyai rata-rata bulanan antara Rp1.500.000 sampai dengan Rp2.500.000.
- d. Kelompok berpendapatan rendah, dengan pendapatan rata-rata per bulan Rp 1.500.000,-

Berikut rincian pendapatan rata-rata pedagang:

- a. Sangat tinggi jika omzet rata-rata bulanan melebihi Rp 2.000.000.
- b. Tinggi, jika rata-rata omset bulanan antara Rp 1.500.000 sampai dengan Rp 2.000.000.
- c. Sedang, jika omset bulanan antara Rp. 1.000.000 dan Rp. 1.500.000.
- d. Rendah, dengan asumsi omzet rata-rata bulanan sebesar Rp 1.000.000
- e. Sangat rendah, jika rata-rata omzet bulanan kurang dari Rp 1.000.000

B. Definisi Pedagang

Pedagang adalah seseorang yang melakukan perdagangan, membeli dan menjual barang-barang yang tidak diproduksi sendiri dengan tujuan memperoleh keuntungan (Sujatmiko, 2014). Berikut pengklasifikasiannya pedagang:

- 1) Pedagang Besar adalah pengecer yang menjual barang dalam jumlah besar kepada pengecer eceran. Pengecer ini biasanya membeli barang mereka langsung dari produsen.
- 2) Pedagang eceran adalah mereka yang menjual barangnya secara langsung kepada pelanggan dalam jumlah kecil.

Pedagangnya pasar tradisional, diklasifikasikan menjadi 2:

- 1) Pedagang yang mendirikan toko di kios pasar untuk menjual barang dagangannya disebut pedagang kios.
- 2) Pedagang yang beroperasi di luar kios disebut pedagang nonkios. Sebagai gambaran, perhatikan pondasi warung, palyon, bagian dalam, dan bagian luar (LumbanGaol, 2011).

2.1.4 Revitalisasi Pasar Tradisional

Di era globalisasi ini, pasar tradisional perlu menjalani proses yang disebut revitalisasi. Pentingnya pasar tradisional akan menurun seiring dengan semakin banyaknya pasar kontemporer dengan fasilitas yang memadai. Tujuan dari revitalisasi adalah untuk menghidupkan kembali kawasan atau bagian kota yang dulunya ramai, namun kini telah terdegradasi seiring berjalannya waktu akibat pembangunan (Martokusumo, 2006).

Upaya revitalisasi ini diharapkan dapat menjadikan pasar tradisional lebih mampu bersaing dengan pasar modern. Banyaknya pedagang yang tidak menampung, tampilan pasar tradisional yang kumuh, tampilan produk dagangan makanan siap saji yang tidak sehat, tumbuh dan berkembangnya pusat perbelanjaan modern yang menjadi ancaman serius bagi pasar tradisional, serta rendahnya kesadaran para pedagang untuk memperluas jangkauannya. Pasar tradisional dan menempati lokasi dasar yang telah ditentukan, fakta bahwa banyak pasar tidak beroperasi dengan baik, rendahnya kesadaran membayar biaya, dan fakta bahwa beberapa pasar masih hanya beroperasi pada hari pasar merupakan permasalahan umum yang dihadapi oleh pasar tradisional (Kuncoro, 2010). Pemerintah yang mempunyai kewenangan membuat undang-undang perlu mampu menjaga fungsi pasar tradisional dengan memperhatikan beberapa faktor.

Selain mempertimbangkan kondisi pasar, volume perdagangan, ketersediaan lahan untuk perbaikan pasar, dan penyusunan rencana perbaikan pasar, revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan pemerintah juga mempertimbangkan perlunya pembatasan perluasan pasar kontemporer (Hidayat, 2010). Jika program revitalisasi

pemerintah hanya berupa perbaikan fisik tanpa regulasi yang lebih baik, maka hal ini tidak akan memberikan dampak besar terhadap revitalisasi pasar-pasar bersejarah tanpa membatasi perluasan pasar-pasar baru. Sektor komersial kota-kota kecil akan menjadi satu-satunya hal yang hancur akibat inisiatif revitalisasi ini (Adiyadnya & Setiawina, 2015).

Kedua, pemerintah daerah harus mempunyai keberanian untuk mewujudkan pasar modern. Pasar kontemporer harus ditempatkan jauh dari pasar tradisional. Ketiga, persaingan harga menjadi hal yang harus diperhatikan pemerintah. Persaingan harga harus dikendalikan agar tidak ada pihak yang dirugikan. Jika pemerintah, pedagang, dan pembeli bekerja sama, revitalisasi bisa terlaksana. Pertimbangan utama dalam melakukan revitalisasi adalah faktor fisik, ekonomi, dan sosial. Diharapkan dengan tercapainya kemudahan dalam melakukan kegiatan ekonomi, maka akan diperoleh keuntungan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Program revitalisasi ini ialah penerapan pasal 13 ayat 1-3 (Undang-Undang No 07 RI, 2014) tentang Perdagangan, dimana mewajibkan Pemerintah bekerjasama bersama Pemerintah Daerah dalam pengembangan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas tata kelola pasar tradisional guna mengimbangi daya saing dengan program revitalisasi pasar. Tujuan akhir dari revitalisasi adalah untuk memberikan kesejahteraan kepada masyarakat secara keseluruhan. Masyarakat perlu memahami bahwa berbelanja di pasar konvensional sudah tidak ketinggalan zaman lagi. Membeli di pasar tradisional menguji keterampilan komunikasi dan merupakan cara untuk menunjukkan penghargaan terhadap barang milik sendiri. Sudah waktunya untuk melindungi pasar konvensional agar dapat terus mendorong pertumbuhan ekonomi regional.

2.1.5 Pengukuran Variabel

Skala ordinal yang terdiri dari lima tingkat parameter digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi berbagai faktor. Ini mengukur sudut pandang, sikap, dan kesan individu atau kelompok dan digunakan untuk memberikan serangkaian pertanyaan yang telah diajukan sebelumnya kepada responden. Kriteria evaluasi umum adalah sebagai berikut:

- a) Jawabannya (a) nilai = 5

- b) Jawabannya (b) nilai = 4
- c) Jawabannya (c) nilai = 3
- d) Jawabannya (d) nilai = 2
- e) Jawabannya (e) nilai = 1

Responden harus menjawab pertanyaan secara lebih ringkas dan mendasar dengan menggunakan lima jawaban yang telah disediakan di atas.

2.2 Studi Empiris

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

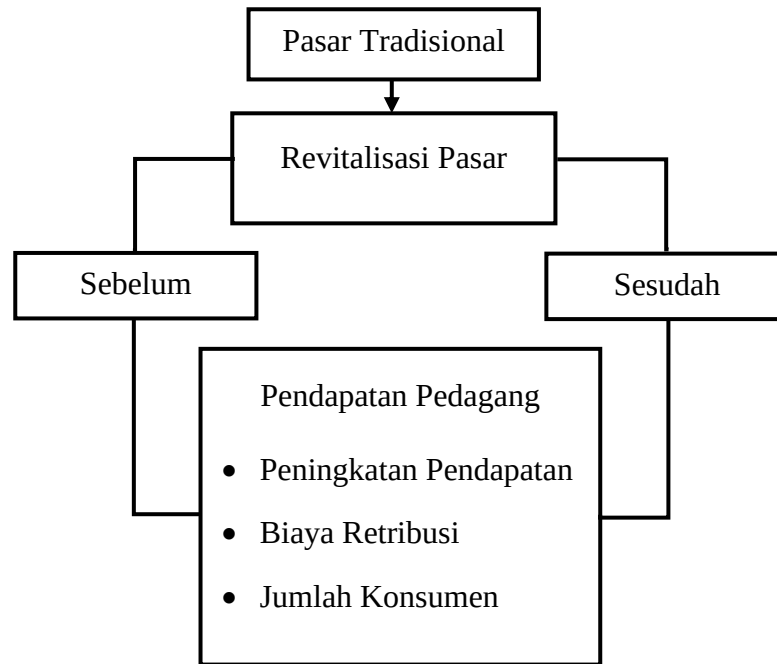
No	Penulis (Tahun)	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Rizka Aprilia (2018)	Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang	Analisis data model interaktif dan Uji t Sampel berpasangan.	Mayoritas pedagang yang berjualan di Pasar Bulu adalah penduduk asli kota Semarang. Aspek sosiokultural, ekonomi, dan fisik Pasar Bulu Semarang semuanya terkena dampak kebangkitan pasar tersebut. Para pedagang di Pasar Bulu Semarang mengalami penurunan pendapatan akibat bangkitnya kembali pasar bulu.

2	Hartono, M.Adik Rudiyanto, dan Fachrudy Asj'ari (2020)	Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar (Studi pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kec. Laren Kabupaten Lamongan)	Menggunakan analisis uji t secara parsial	Variabel Revitalisasi dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di desa Bulubrangsi (thitung = 23,159 > ttabel = 0,254). Jelas dari temuan ini bahwa H_a diterima, H_0 ditolak. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pasar tradisional di Desa Bulubrangsi telah direvitalisasi sehingga meningkatkan pendapatan para pedagang.
3	Made Rai Tiwi Silviyanti dan Ida Bagus Darsana (2021)	Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Tata Kelola Dan Pendapatan Pedagang Pasar Kerta Waringin Sari Di Desa Anggabaya, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar	Uji statistik deskriptif dan uji mc nemar	Hasil rata-rata menunjukkan bahwa upaya rehabilitasi pasar tradisional di Pasar Kerta Waringin Sari telah dilaksanakan dengan cukup berhasil. Variabel input, proses, dan output mempunyai rata-rata efektivitas yang dikategorikan sangat efektif. Tata kelola dan pendapatan pedagang pasar di Pasar Kerta Waringin Sari terkena dampak positif dan signifikan dari program rehabilitasi pasar tradisional.

4	Dwi Cahyanti dan Khoirul Fuddin (2022)	Determinan Revitalisasi Pasar Pon Trenggalek	Paired Sample Test dan Wilcoxon Sign Test	Hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan dengan adanya revitalisasi pasar variabel modal, jumlah los dan jam kerja tidak mengalami perubahan, biaya sewa dan variabel pendapatan pedagang dengan menggunakan uji ranks yaitu dari 30 sampel pedagang mereka merasakan penurunannya pendapatan lalu 0 pedagang yang pendapatannya naik.
5	Dinda Praba Indira Laxmi (2022)	Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Seni Sukawati	Analisis uji beda dengan uji Wilcoxon Signed Rank Test.	Agar H1 diterima, maka hasil pengolahan data pengaruh revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang diperoleh Asymp.Sig.(2-tailed) dengan nilai sebesar 0,017. Terdapat perbedaan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah revitalisasi, dan Program Revitalisasi Pasar Seni Sukawati dinilai cukup efektif.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasar studi kepustakaan dimana sudah dikumpulkan, selanjutnya kerangka pemikiran konseptual yang menganalisis tentang kebijakan revitalisasi pasar tradisional pada kesejahteraannya pedagang Pasar Simpang Srimenanti dimana gambaran kerangka pemikiran secara singkat dalam penelitian ini akan dijabarkan pada skema berikut ini:



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Pernyataan singkat bahwa terdapat hubungan unik antara variabel dan indikator yang digunakan disebut hipotesis. Berikut ini yang dikembangkan sebagai hipotesis penelitian:

1. Terdapat perbedaan tingkat pendapatan pedagang pasar antara sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasi Pasar Simpang Srimenanti.
2. Terdapat perbedaan tingkat jumlah konsumen pasar antara sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasi Pasar Simpang Srimenanti.
3. Terdapat perbedaan tingkat biaya retribusi pasar antara sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasi Pasar Simpang Srimenanti.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Pasar Simpang Srimenanti ialah lokasi studi ini dijalankan, dimana pasar itu yakni salah satu pasar tradisional di Kabupaten Lampung Timur. Pasar Simpang Srimenanti dipilih sebab telah dilakukannya program revitalisasi pasar tahun 2019, sehingganya lokasi itu menjadi tujuan studi ini guna mengetahui dampaknya kebijakan revitalisasi pada pendapatan pedagang.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Penelitian

Pendekatannya studi ini ialah kuantitatif. Pendekatannya itu dimaksudkan guna menjelaskan beberapa variabel yang diamati sehingga membuat arah penelitian ini dapat terlaksana. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati semua keadaan yang sesuai pada indikator yang digunakan yaitu sebelum juga sesudah Pasar Simpang Srimenanti direvitalisasi yang nantinya bisa dilakukan pengukuran juga diubah menjadi angka sebagai bahan analisis statistik sehingga dapat dijabarkan.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data yang peroleh sangatlah penting sebab bisa ada pengaruhnya pada kualitas hasil studi. Data digunakan studi ini ialah data primer juga sekunder.

a) Data Primer

Data primer adalah data dimana diperolehnya langsung. Data primer studi ini diperolehnya melalui wawancara pada pihak yang terkait dengan pengelolaan pasar dan pengisian kuisioner secara lisan dan tertulis pada pedagang di Pasar Simpang Srimenanti.

b) Data Sekunder

Data sekunder yakni data bersumber dari media ataupun orang lain seperti buku, catatan, media informasi, baik itu dipublikasi ataupun tidak secara keseluruhannya. Data sekunder studi ini asalnya dari data kepemilikan pengelola pasar, BPS, dan penelitian sebelumnya.

3.3 Populasi dan Teknik sampling

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan seluruh objek yang menjadi kajian penelitian juga sekumpulan manusia dimana ciri juga kualitas bisa dicirikan (Sugiyono, 2022). Populasi studi ini yakni seluruh pedagang pasar sebelum juga sesudah dilaksanakannya program revitalisasi di Pasar Simpang Srimenanti.

3.3.2 Teknik Pengambilan Sampling

Purposive nonrandom sampling ialah metode pengambilan sampelnya studi ini sebab sampel dipilih berdasarkan pengetahuan dari sampel akan masalah yang diteliti. Metode itu pun diaplikasikan guna menganalisis bagaimanakah pendapatan pedagang sebelum juga sesudah Pasar Simpang Srimenanti direvitalisasi.

Jumlah pedagang yang tercantum pada Tabel 3 dengan mengacu pada informasi dari Pasar Simpang Srimenanti merupakan populasi penelitian. Dijelaskan bahwa pasar memiliki antara satu dan sembilan ratus sembilan puluh sembilan dealer; Direktori Pasar BPS adalah sumber informasi ini. Meskipun demikian, informasi mengenai 113 pedagang yang berjualan di Pasar Simpang Srimenanti yang dibuka kembali dikumpulkan berdasarkan hasil wawancara dan penyebaran kuesioner secara langsung. Oleh karena itu rumus Slovin dapat digunakan untuk menghitung jumlah responden:

$$n = \frac{N}{N(d^2)+1}$$

Detail:

n: Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

d: Tingkat kesalahan 10% (0.1)

N adalah 113 dalam penyelidikan ini, dan tingkat kesalahannya adalah 10%. Agar peneliti mendapatkan sampel yang ukurannya minimal:

$$n = \frac{113}{113(0,1^2)+1}$$

$$n = \frac{113}{2,13}$$

$$n = 53 \text{ pedagang}$$

53 pedagang merupakan nilai sampel (n) pedagang yang dapat ditemukan dengan menggunakan rumus Slovin di atas. Studi ini dengan *purposive nonrandom sampling*. Oleh sebabnya, sampel dipilih peneliti berdasarkan pertimbangan peneliti sendiri yaitu responden yang sudah mengalami revitalisasi pasar.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuisisioner

Menurut (Sugiyono, 2022), kuesioner ialah metode mengumpulkan data dimana terdiri dari beberapa pertanyaan ataupun pernyataan tertulis yang ditujukan pada responden dengan disusun sedemikian rupa sehingga mampu memberikan informasi tentang variabel yang akan diteliti.

Guna memperhitungkan jawaban pra responden, studi ini mengaplikasikan skala likert. Skala likert ini berkaitannya pada bagaimanakah individu menjawab suatu pertanyaan berdasarkan pernyataan, sikap, pendapat, persepsi seseorang terhadap keadaan atau fenomena yang terjadi. Variabel di studi ini ialah dasar membentuk pertanyaan/pernyataan guna membuat instrumen dengan skala likert. Skala likert instrumennya terdiri dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan sesi tanya jawab secara langsung guna mengumpulkan data diantara pencari informasi dan narasumber. Studi ini dilakukan nantinya melalui wawancara untuk menyempurnakan data yang dibutuhkan. Adapun responden yang akan dilakukan wawancara adalah pihak pengelola pasar dan pedagang ataupun pengunjung dimana bisa memberikan informasi nyata berkaitannya dengan tujuan studi.

3.4.3 Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulannya data dimana hasilnya nanti berupa informasi berupa catatan atau gambar yang mampu menjelaskan permasalahan yang diteliti. Data yang dikumpulkan dari metode dokumentasi terkait keadaan sebenarnya di pasar simpang akan diilustrasikan bentuknya teks juga gambar.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tujuan pendefinisian operasional guna menjelaskan beberapa indikator variabel yang ada dalam penelitian ini serta mencegah ambiguitas juga kesalahpahaman terkait istilah pada judulnya skripsi. Di studi ini penulis menentukan ada 3 indikator variabel untuk meneliti dampaknya kebijakan revitalisasi pada pendapatan pedagang pasar. Penentuannya itu dilandasi *research* terdahulunya yakni sejumlah jurnal/penelitian lainnya. Ketiga variabel studi itu yakni:

3.5.1 I (Income)

Pendapatan keseluruhan seseorang untuk jangka waktu tertentu disebut sebagai pendapatannya. Secara umum, ada tiga sumber uang bagi masyarakat. Pertama adalah pendapatan dari upah atau gaji yang dibayarkan kepada angkatan kerja yang merupakan salah satu komponen produksi yang digunakan. Kedua, pendapatan dari transfer pemerintah, kadang-kadang dikenal sebagai pendapatan dari pemerintah, menunjukkan uang yang diterima sebagai pembayaran atas transfer pemerintah dan bukan sebagai pembayaran atas jasa input yang diberikan. Jenis pendapatan yang terakhir berasal dari sumber daya manusia, yaitu keterampilan atau pengetahuan yang dimiliki seseorang sebagai hasil pendidikan atau bakat alaminya.

Pendapatan yang diperoleh pedagang dalam satu hari merupakan pendapatan yang dibahas dalam penelitian ini. Pendapatan yang dimaksud adalah pendapatan kotor, artinya tidak ada yang mengambil dari jasa operasional maupun modal yang dikeluarkan. Hal ini terjadi karena sebagian besar pelaku pasar adalah pedagang kecil yang transaksinya tidak pernah terdokumentasi. Oleh karena itu, mereka tidak pernah benar-benar yakin dengan pendapatan bersih hariannya. Sebenarnya pedagang mengambil berapa pun uang yang mereka terima setiap hari. Yang paling penting adalah mereka dapat menggunakannya untuk membeli perlengkapan atau

modal awal lagi, dan jika ada sisa uang, mereka akan menggunakannya untuk kebutuhan sehari-hari.

3.5.2 R (Rent)

Biaya sewa toko, rugi, atau lapak pedagang disebut sewa. Sewa adalah sejumlah uang yang dibayarkan sebagai kompensasi atas penggunaan atau peminjaman sesuatu (KBBI, 2023). Karena tidak ada biaya sewa yang dibayarkan oleh pedagang di tempat rugi atau lapak, maka penulis dalam hal ini memungut retribusi. Sedangkan penyewa ruko membayar sewa satu hari setiap bulannya, sudah termasuk retribusi selama sebulan. Untuk menyiasatinya, penulis membagi biaya sewa bulanan dengan tiga puluh, artinya biaya masing-masing pedagang, baik yang dibuat di kios maupun merugi, ditentukan setiap hari. Banyaknya lapak, kerugian, kios, dan lokasi penempatannya (termasuk penting atau tidaknya lokasi tersebut secara strategis) menentukan besaran retribusi yang harus dibayar setiap pedagang. Harga retribusi yang terdiri dari Rp. 2000,00 untuk tiket, Rp. 200,00 untuk pembersihan, dan Rp. 1000,00 untuk keamanan, biasanya Rp 3200,00 untuk trader yang memanfaatkan satu kerugian. Selain itu, biaya bulanan sebuah kios adalah antara Rp. 150000,00 dan Rp. 300000,00 untuk setiap kios.

3.5.3 QC (Quantity Consumer)

Kuantitas konsumen mengacu pada jumlah pembeli harian. Tergantung pada jenis barang yang dijual, ukuran kios atau toko, dan kepentingan strategis lokasi, setiap pedagang mempunyai jumlah pembeli yang berbeda-beda. Ada kemungkinan bahwa vendor kecil dengan posisi penting di area depan memiliki basis pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan vendor besar. Pendapatan pedagang tidak ditentukan oleh banyaknya pembeli. Meskipun demikian, mobilitas ekonomi akan selalu ada di pasar dengan basis pelanggan yang besar.

Tingkat intensitas pembelian konsumen sangat menjelaskan keinginan dalam suatu pembelian, karena dipengaruhi oleh pengalaman pembelian di masa lalu. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi tercermin dari kuatnya minat beli kembali ketika memilih untuk berbelanja di suatu pasar atau tidak. Minat konsumen dalam berbelanja dipengaruhi oleh beberapa indikator, antara lain: A. Yang pertama adalah minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli kembali

suatu barang setelah mengkonsumsinya. B. Minat referensial: mengacu pada kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan barang yang telah dibelinya kepada orang lain dengan harapan orang tersebut akan melakukan hal yang sama berdasarkan pengalaman pribadinya. C. Minat preferensial: Jenis minat ini mencirikan tindakan individu yang secara konsisten menunjukkan preferensi kuat terhadap produk yang mereka gunakan. Jika terjadi sesuatu pada produk yang mereka gunakan, minat tersebut akan bergeser. D. Minat eksplorasi: minat jenis ini mencirikan tindakan individu yang selalu mencari informasi tentang suatu produk yang sedang mereka pertimbangkan dan informasi untuk meningkatkan manfaat dari produk yang mereka gunakan.

Berdasarkan berbagai uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat membeli di pasar tradisional bermula dari pengalaman pembeliannya di masa lalu. Minat konsumen untuk berbelanja atau kembali ke pasar tradisional akan semakin besar jika mereka merasa tempat tersebut nyaman, menawarkan berbagai pilihan produk yang berkualitas, letaknya strategis, memberikan pelayanan yang ramah, lebih murah, dan dapat mengakomodasi kebutuhannya. Oleh karena itu, minat pelanggan untuk berbelanja meningkat seiring dengan banyaknya pelanggan yang mereka miliki di suatu bisnis.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif sebagai pendekatan analisis datanya. Hal ini dilakukan dengan mengevaluasi temuan perhitungan dan merangkum keadaan objek eksplorasi saat ini dengan memeriksa realitas yang terwujud dengan sempurna.

3.6.2 Pengujian Data

a. Uji Validitas

Uji validitas memverifikasi bahwa alat yang digunakan untuk estimasi benar-benar mengukur objek yang diestimasi. Untuk memastikan apakah kuesioner yang kami susun dapat mengevaluasi maksud penulis secara akurat, diperlukan uji korelasi antara nilai setiap item pertanyaan dengan skor kuesioner secara keseluruhan (Soekidjo Notoatmodjo, 2007).

Dengan menggunakan SPSS 25, gunakan perhitungan Korelasi *Product Moment* untuk menilai uji validitas. Uji validitas dimaksudkan untuk menilai kemampuan kuesioner dalam mengukur bagaimana strategi revitalisasi pasar tradisional mempengaruhi pendapatan pedagang Pasar Simpang Srimenanti. 53 sampel digunakan dalam tes, dan teknik uji korelasi Pearson Product Moment digunakan untuk mengkorelasikan skor setiap item pertanyaan dengan skor total.

Saat $r \text{ hitung} > r \text{ Tabel-nya}$, dengannya itu daftar pertanyaannya valid.

Saat $r \text{ hitung} < r \text{ Tabel-nya}$, dengannya itu daftar pertanyaan tak valid.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah uji pengukuran yang menunjukkan keakuratan dan presisi suatu pengukuran. Konsistensi dan presisi (akurasi) estimasi merupakan faktor yang mempengaruhi keandalan. Agar dapat diandalkan, temuan pengukuran harus akurat dan konsisten. Apabila banyak pengukuran yang dilakukan pada orang yang berbeda memberikan hasil yang sama, maka hal tersebut dianggap konsisten (Jogiyanto, 2014).

53 sampel digunakan untuk uji reliabilitas, dengan Cronbach Alpha untuk setiap instrumen dalam suatu variabel dihitung. Metode Cronbach Alpha adalah cara yang akurat, cepat, dan terjangkau untuk menyajikan indeks konsistensi internal. Dengan hasil antara 0 dan 1, instrumen yang digunakan memenuhi persyaratan kualitas Cronbach Alpha yang tidak tergoyahkan. Kepercayaan terhadap alat penilaian meningkat seiring dengan semakin besarnya koefisien alfa (mendekati 1). Dengan asumsi nilai Cronbach Alpha $> 0,6$, instrumen tersebut digunakan untuk memenuhi persyaratan ketergantungan yang tak tergoyahkan.

c. Uji Normalitas

Untuk memastikan apakah nilai sisa—selisih antara informasi awal dan informasi yang dicurigai—terdistribusi secara teratur, dilakukan uji normalitas informasi. Model regresi dengan sebaran yang teratur secara umum dianggap baik. Penerapan dua pendekatan yang berbeda, yaitu analisis faktual atau statistik dan penelitian analitis grafis, harus dapat dilakukan untuk memastikan jawabannya.

Uji faktual Kolmogorov Smirnov (K-S) yang bersifat non parametrik dapat digunakan untuk melakukan penilaian yang terukur. Uji Kolmogorov-Smirnov

membandingkan data yang telah diuji normalitasnya dengan data normal baku. Opsi standar tes kebiasaan ini adalah:

Saat nilai sig.-nya $>0,05$, itu data sudah terdistribusinya normal.

Saat nilai sig.-nya $<0,05$, itu datanya tak terdistribusi normal.

3.6.3 Uji Statistik

a. Uji paired t-test

Apabila data tidak independen (berpasangan), salah satu metode untuk menilai dugaan adalah uji-t yang cocok. Pengamatan yang paling sering terjadi pada situasi berpasangan adalah hanya ada satu orang (objek penelitian) yang mendapatkan dua perlakuan berbeda. Peneliti memperoleh dua jenis data uji yang berbeda, yaitu dari terapi utama dan dari pengobatan selanjutnya, meskipun mereka menggunakan subjek yang sama.

Uji t berpasangan digunakan sebagai uji komparatif atau uji perbedaan jika skala data kedua variabel bersifat kuantitatif (interval atau rasio). Ini juga dikenal sebagai tes pencocokan. Uji-t berpasangan adalah uji perbedaan parametrik yang menggunakan dua set data berpasangan.

Dari pengertian ini lebih jelas bahwa ujian ini dimaksudkan untuk diambil bersamaan dengan ujian lain atau ujian jarak dekat. Hal ini memerlukan penentuan apakah cara kedua kelompok berpasangan berbeda satu sama lain.

Temuan uji normalitas data menginformasikan pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Hasil uji normalitas data akan memungkinkan penentuan alat uji yang paling tepat. Uji-T Sampel Berpasangan parametrik digunakan jika data terdistribusi secara teratur. Sementara itu, uji non parametrik yang disebut Wilcoxon Signed Rank Test digunakan jika data tidak terdistribusi secara teratur. Model penelitian pre-post, atau sebelum dan sesudah, dianalisis menggunakan dua model uji berbeda. Ketika menilai perlakuan tertentu pada sampel yang sama selama dua periode pengamatan yang berbeda, uji perbedaan digunakan (Pramana, 2012).

Untuk mengetahui perbedaan antara dua sampel berpasangan, gunakan uji Paired Sample T-test. Sampel berpasangan adalah sampel yang mencakup individu yang

sama tetapi dua perlakuan berbeda yang diberikan kepada mereka dalam skenario sebelum dan sesudah proses. Ketika berhadapan dengan data yang terdistribusi normal, uji-t sampel berpasangan digunakan. (Widiyanto, 2013) mengemukakan Salah satu teknik untuk mengevaluasi kemanjuran pengobatan adalah uji-t sampel berpasangan, yang dicirikan oleh variasi antara rata-rata sebelum dan sesudah pengobatan." Kriteria berikut akan digunakan dalam pengujian ini untuk menentukan apakah menerima atau menolak H_0 dalam pasangan tersebut. contoh uji-t:

Saat $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ lalu $\text{prob. (Asymp. Sig)} < 0,05$, sehingganya ditolaknya H_0 lalu diterimanya H_a .

Saat $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ lalu $\text{prob. (Asymp. Sig)} > 0,05$, sehingganya diterimanya H_0 lalu ditolaknya H_a .

Hipotesis yang ditentukan di paired sample t-test ini yakni:

H_0 : Tak ada perbedaan sebelum dengan sesudah diimplementasikannya kebijakan revitalisasi pasar pada pendapatan pedagang.

H_a : Ada perbedaan sebelum dengan sesudah diimplementasikannya kebijakan revitalisasi pasar pada pendapatan pedagang.

b. Uji Wilcoxon Signed Rank Test

Menurutnya (Santoso, 2006) tes Wilcoxon melibatkan pengujian dua sampel berpasangan, atau paling tidak, mengasumsikan bahwa semua peserta serupa tetapi dikenakan dua perlakuan berbeda (pretest dan posttest). Apabila menangani data yang tidak terdistribusi normal tetapi berbentuk normal atau ordinal serta berbentuk interval atau rasio, digunakan uji Wilcoxon non parametrik. Keadaan ekonomi dan sosial para pedagang dibandingkan dan dikontraskan sebelum dan sesudah inisiatif Revitalisasi Pasar Tradisional dengan menggunakan temuan analisis. Berikut statistik uji hipotesis Wilcoxon:

H_0 : Tak ada perbedaan diantara dua aktivitas yang diuji.

H_a : Ada perbedaan diantara dua aktivitas yang diuji.

Hal berikut ini membenarkan penjajakan kemungkinan menerima atau menolak H_0 dalam uji Wilcoxon: Selama H_0 diabaikan dan H_a diterima, maka nilai probabilitas

(Asymp.Sig) < 0,05 ditunjukkan. Penerimaan H_0 dan penolakan H_a akan menjadi syarat; hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas (Asymp.Sig) > 0,05.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil kesimpulan akan menjawab tujuan dari penelitian ini. Berikut kesimpulan berdasarkan hasil penelitian juga pembahasannya terkait sebelum dan sesudah kebijakan revitalisasi pasar pada pendapatan pedagang, jumlah konsumen, dan biaya retribusi.

1. Pendapatan Pedagang

Terdapat perbedaan jumlah pendapatannya pedagang pasar sebelum dan sesudah dilakukan kebijakan revitalisasi yaitu ada penurunan pendapatan pedagang setelah kebijakan revitalisasi pasar.

2. Jumlah Konsumen

Ada perbedaan jumlah konsumen pasar antara sebelum dan sesudah dilakukan kebijakan revitalisasi yaitu mengalami penurunan konsumen pedagang setelah kebijakan revitalisasi pasar.

3. Biaya Retribusi

Terdapat perbedaan biaya retribusi pasar yang dikeluarkan pedagang antara sebelum dan sesudah dilakukan kebijakan revitalisasi yaitu ada peningkatan biaya retribusi setelah kebijakan revitalisasi pasar.

5.2 Saran

1. Pemerintah dan Pengelola Pasar

- a. Pemerintah atau pengelola pasar seharusnya memberikan social branding terhadap pasar yang sudah di revitalisasi. Sehingga masyarakat lebih tertarik dengan adanya revitalisasi pasar.
- b. Pemerintah dan pengelola pasar hendaknya memberikan lahan parkir yang memadai dan aman bagi pedagang maupun pengunjung supaya pengunjung tidak mengkhawatirkan kendaraan mereka.
- c. Adanya pungli masih menjadi permasalahan utama di seluruh pasar yang ada salah satunya di pasar simpang dan,
- d. Banyaknya motor yang masuk ke dalam pasar sehingga sering menimbulkan kemacetan di lorong pasar, pemerintah dan pengelola pasar setempat hendaknya memberikan peraturan yang lebih tegas terkait permasalahan tersebut yang kerap dihadapi oleh warga pasar simpang, supaya apa yang menjadi permasalahan di lingkungan pasar dapat terselesaikan.

2. Pedagang Pasar

- a. Seluruh pedagang hendaknya menjaga kebersihan barang dagangan dan lingkungan pasar supaya konsumen merasa nyaman di dalam pasar.
- b. Seluruh pedagang terutama pedagang sembako, sayur-sayuran, buah-buahan, dan ikan/daging hendaknya menawarkan barang yang higienis dan bersih supaya mendapatkan kesan positif dari konsumen.
- c. Kualitas barang dan jasa yang ditawarkan seharusnya lebih terbaru sehingga dapat menarik minat konsumen berbelanja.
- d. Pedagang juga dapat mempromosikan barang/jasa yang ditawarkan melalui media sosial supaya cakupan konsumen /masyarakat lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyadnya, M. S. P., & Setiawina, N. D. (2015). Analisis Tingkat Efektifitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 04, 265–281. <https://media.neliti.com/media/publications/44723-ID-analisis-tingkat-efektivitas-dan-daya-saing-program-revitalisasi-pasar-tradision.pdf>
- Aprilia, R. (2018). Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang. *Economics Development Analysis Journal*, 6(2), 215–220. <https://doi.org/10.15294/edaj.v6i2.22219>
- Ayuningsasi, A. A. K. (2011). Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Denpasar. *Piramida*, 7(1), 1–12.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. In *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2021). Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan (Quarterly Gross Domestic Product of Indonesia) 2017-2021. *News.Ge*, 1, 99–163.
- BPS. (2020a). Direktori Pasar dan Pusat Perdagangan 2020. *Badan Pusat Statistik*, 1–1021.
- BPS. (2020b). Indikator Kesejahteraan Rakyat Tahun 2020. *Jakarta*, 4102004.64, 37–39.
- Cahyantia, B. D., & Fuddin, K. (2022). Determinan Revitalisasi Pasar Pon Trenggalek. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, 6(2), 88–104.
- Damsar, & Indrayani. (2016). *Pengantar sosiologi ekonomi/ Prof. Dr. Damsar, Dr. Indrayani, S.E., M.M.* Prenadamedia Group. Jakarta.
- Dewi, P. T. (2018). *Efektivitas Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Srago Kabupaten Klaten Terhadap Kesejahteraan Pedagang*. Universitas Islam Indonesia.
- Faisal, A., Husnurrofiq, & Yulianti, H. F. (2020). *Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toko Ady Elektronik di Banjarmasin*. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>

- Ferynia. (2018). *540 Pasar Tradisional di Lampung Tidak Higienis*. <https://www.lampung.co/berita/lampung/kepala-dinas-perdagangan-540-pasar-tradisional-di-lampung-tidak-higienis/>
- Firdaus, M., & Juliansyah, H. (2019). Pengaruh Objek Wisata Waduk Terhadap Pendapatan Pedagang Desa Jeulikat Kecamatan Blang Mangat Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomika Indonesia*, 8(2), 57. <https://doi.org/10.29103/ekonomika.v8i2.992>
- Hartono, H., Rudyanto, M. A., & Asj'ari, F. (2020). Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar (Studi pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kec. Laren Kabupaten Lamongan). *PRIVE: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 72–84. <https://doi.org/10.36815/prive.v3i2.835>
- Jogiyanto. (2014). *Pedoman Survei Kuesioner: Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon* (2nd ed.). BPFE: Yogyakarta.
- KBBI. (2023).
- Kemendag. (2019). Kemendag Revitalisasi Pasar Rakyat untuk Perkuat Ekonomi Kerakyatan. *Kementerian Perdagangan RI*, 16544. https://www.kominfo.go.id/content/detail/16544/kemendag-revitalisasi-pasar-rakyat-untuk-perkuat-ekonomi-kerakyatan/0/artikel_gpr
- Korenkova, M., Maros, M., Levicky, M., & Fila, M. (2020). Consumer perception of modern and traditional forms of advertising. *Sustainability (Switzerland)*, 12(23), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su12239996>
- Kotler, P. (1998). *Manajemen pemasaran 2* (2nd ed.). Indeks: Jakarta.
- Kotler, P. (2000). Managing and Delivering Marketing Programs. *Marketing Management: The Millennium Edition*, 1–456. www.pearsoncustom.com
- Kuncoro, M. (2010). *Masalah, kebijakan, dan politik ekonomika pembangunan*. Erlangga. Jakarta.
- Lubis, A. A., Arif, M., & Nurbaiti, N. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar, Dijalan Pasar VII Tembung Desa Banda Kalippa Simpang Jodoh. *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 183. <https://doi.org/10.30821/se.v7i2.10603>
- LumbanGaol, T. H. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Informal Di Pajak Sentral Medan*. <https://repository.usu.ac.id/handle/123456789/66114>
- Made, N., & Tiwi, R. (2021). Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Tata Kelola dan Pendapatan Pedagang Pasar Kerta Waringin Sari di Desa Anggabaya, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. 1918–1945.
- Mankiw, N. G. (2011). *Pengantar Ekonomi Makro*. Salemba Empat. Jakarta.
- Martokusumo, W. (2006). *Revitalisasi dan Rancang Kota: Beberapa Catatan dan*

- Konsep Penataan Kawasan Kota Berkelanjutan. In *Journal of Regional and City Planning* (Vol. 17, Issue 3, pp. 31–46).
- Masitoh, E. Al. (2013). Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul. *Jurnal PMI*, X(2), 63–78.
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2013). *Peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia nomor 70 tahun 2013 tentang pedoman penataan dan pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*. 33. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/129329/permendag-no-70m-dagper122013-tahun-2013>
- Mujahidin, A. (2007). *Ekonomi islam*. Rajawali Press (Rajagrafindo Persada), Yogyakarta.
- Nika, M., & Ali, M. M. (2013). Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta Oleh. *Jurnal Teknik PWK*, 2(2), 252–269. <http://www.pu.go.id>
- Noor, H. F. (2007). *Ekonomi manajerial* (Ed. 1). Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Parkin, M. (2017). *Ekonomi Mikro Edisi 11 Buku 1*. Salemba Empat. Jakarta.
- Peraturan Presiden RI No. 112. (2007). Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern. *Peraturan Presiden Republik Indonesia*, 1, 22. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/42157/perpres-no-112-tahun-2007>
- Pramana, S. (2012). *Dasar – Dasar Statistika dengan Software R: Teori dan Aplikasi*. (2nd ed.). Springer Science & Bussines Media. Jakarta.
- Prathama, R., & Mandala, M. (2001). *Teori Ekonomi Makro*. Fakultas. Ekonomi Universitas Indonesia.
- Riza, A., & Maimunah, E. (2023). *Optimalisasi Pendapatan Berkendala Pada Usaha Mi Bakso Di Kota Metro*. 4(1), 88–100.
- Rizkyanti, A. (2017). Analisis Struktur Pasar Industri Karet Dan Barang Karet Periode Tahun 2009. *Media Ekonomi*, 1–18. <https://doi.org/10.25105/me.v18i2.2245>
- Robert S.Pindyck, & D. L. R. (1959). *Microeconomics In Nucl. Phys* (Vol. 13, I).
- Santoso, S. (2006). *Seri Solusi Bisnis Berbasis Ti : Menggunakan Spss Untuk Statistik Multivariat*. PT Elex Media Komputindo: Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Soekidjo Notoatmodjo. (2007). Promosi kesehatan dan ilmu perilaku. Rineka cipta : Jakarta. In *Pemikiran Islam di Malaysia: Sejarah dan Aliran* (Vol. 7, Issue 1, pp. 37–38).
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sujatmiko, E. (2014). *Kamus IPS* (1st ed.). Aksara Sinergi media. Surakarta.

- Sukirno, S. (2006). Ekonomi Pembangunan, Masalah, dan Dasar Kebijakan. In *Edisi Kedua, Cetakan Ke* (Vol. 1). Kencana, Jakarta.
- Suwondo, T. (1998). Novel Pasar Kuntowijoyo. Sebuah Novel Diagnostik. *Widyaparwa*, 51, 173–194. <https://zenodo.org/record/1256216>
- Swastha, B. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern* (2nd ed.). Liberty. Yogyakarta.
- Undang-Undang No 07 RI. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. *LN.2014/No. 45, TLN No. 5512, LL SETNEG: 56 HLM, 1–56*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014>
- Viktor, M. M. K. (2006). Kajian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tidak Optimalnya Fungsi Pasar Tradisional Lolowa dan Pasar Tradisional Fatubenao Kecamatan Kota Atambua-Kabupaten Belu. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1689–1699.
- Wibowo, R. P. (2015). Pola-Pola Komunikasi antara Penjual dan Pembeli di Pasar Kalipait Kecamatan Tegaldlimo Kabupaten Banyuwangi (Suatu Tinjauan Etnografi Komunikasi). *Publika Budaya*, 1(1), 1–13. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/66014>
- Widiyanto. (2013). *Statistik Terapan*. PT Alex Media Komputindo, Jakarta.