

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia pada saat ini bisa diukur oleh maraknya pembangunan pusat perdagangan. Keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator yang paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Menurut bentuk fisik, pusat perdagangan dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pusat perbelanjaan modern. Dari sisi kepentingan ekonomi, semakin meningkatnya jumlah pusat perdagangan, baik yang tradisional maupun modern dapat mendorong terciptanya peluang kerja bagi banyak orang. Mulai dari jasa tenaga satuan pengamanan, penjaga toko, pengantar barang, cleaning service, hingga jasa transportasi. Ini berarti kehadiran pusat perdagangan ikut serta dalam menangani masalah pengangguran dan kemiskinan (Agung, 2010).

Akan tetapi dari segi sosial, keberadaan pasar modern dapat mengancam para pedagang pasar tradisional yang merupakan golongan ekonomi menengah kebawah. Eksistensi pusat perbelanjaan modern seperti minimarket, supermarket hingga hipermarket sedikit mengusik keberadaan pasar tradisional. Kesamaan fungsi yang dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional, telah menimbulkan persaingan antara keduanya. Menjamurnya pusat perbelanjaan modern dikhawatirkan akan mematikan keberadaan pasar tradisional yang merupakan refleksi dari ekonomi kerakyatan. Pasar tradisional memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah, mulai dari faktor desain, tata ruang, tata letak, dan tampilan yang tidak sebaik pusat perbelanjaan modern, alokasi waktu operasional yang relatif terbatas, kurangnya promosi penjualan, rendahnya tingkat keamanan, kesemrawutan

parkir, hingga berbagai isu yang merusak citra pasar tradisional seperti maraknya informasi produk barang yang menggunakan zat kimia berbahaya, praktek penjualan daging oplosan, serta kecurangan kecurangan lain dalam aktivitas penjualan dan perdagangan. Kompleksitas kelemahan pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern (Agung, 2010).

Pasar juga memiliki peran penting dalam kegiatan ekonomi dan pembangunan perekonomian suatu negara. Perdagangan dapat berjalan dengan lancar apabila adanya sebuah pasar. Adanya pasar juga membantu rumah tangga (rumah tangga konsumen, rumah tangga produsen dan pemerintah) memperoleh kebutuhan serta pendapatan. disamping itu, pasar juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Banyak masyarakat mengantungkan kebutuhan hidupnya dari kegiatan ekonomi di pasar. Pasar adalah sebuah media pelayanan umum untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan merupakan pusat ekonomi bagi masyarakat. Tak terhenti disitu saja, pasar juga memiliki fungsi yang mana sebagai penstabilitas harga, yang mana harga pasar dijadikan patokan atau alat ukur untuk mengukur sebuah inflasi dan juga penentu kebijakan oleh pemerintah.

Susilo (2012) menyatakan bahwa kekalahan pasar tradisional dapat dikarenakan pasar modern memiliki beberapa keunggulan diantaranya bisa menjual produk dengan harga yang lebih murah, kualitas produk terjamin, kenyamanan berbelanja, dan banyaknya pilihan cara pembayaran. Disamping itu, waktu operasional kerja yang hampir 14 jam/harinya dalam berdagang tentunya akan menambah daya tarik bagi konsumen yang nantinya tentu akan menambah penghasilan. Berbeda dengan keadaan di pasar tradisional, misalnya saja masalah jam kerja. Menjelang siang, kebanyakan para konsumen sudah berangsur angsur surut dan jumlah pedagang semakin sedikit. Hal tersebut disamping karena keadaan tempat yang semakin tidak nyaman, juga dikarenakan barang-barang dagang penjual yang sudah tidak lengkap (habis terjual).

Selain itu, ada pula pedagang yang pulang lebih awal untuk mencari barang dagang untuk esok hari. Padahal pasar tradisional memiliki peran yang penting, karena di pasar tradisional yang selalu menjadi indikator nasional dalam stabilitas pangan seperti beras, gula, dan sembilan kebutuhan pokok lainnya (Fidausa, 2013).

Bila terjadinya kelangkaan salah satu kebutuhan pokok seperti beras misalnya, hal ini dapat menyebabkan pemerintah kalang kabut karena merupakan bahan pokok makanan yang paling utama di Indonesia. Pasar tradisional juga memiliki peran dalam peningkatan pendapatan (retribusi) khususnya sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang mana pendapatan tersebut dapat menunjang pembangunan ekonomi suatu daerah agar lebih maju. Tak hanya itu, pasar tradisional merupakan pusatnya perekonomian rakyat. Dimana masyarakat golongan menengah kebawah mencari kebutuhan dan juga penghasilan di dalamnya. Pasar tradisional juga mampu menyerap tenaga kerja yang kurang terdidik ataupun pengusaha dengan modal kecil yang umumnya merupakan masyarakat golongan menengah ke bawah. Untuk itu, perlunya upaya-upaya dalam rangka meningkatkan daya saing pasar tradisional demi menjaga keberdayaan yang ada di Indonesia. Untuk menghadapi kondisi persaingan yang tidak seimbang antara pasar tradisional dan pasar modern tersebut, pemerintah daerah Kota Padang tentu saja tidak tinggal diam melihat dari sisi perkembangan pasar modern tersebut, pemerintah terus berupaya dalam meningkatkan kualitas pasar tradisional serta berbagai macam kebijakan yang telah diadopsi melalui tahap-tahap yang berkaitan dengan pengelolaan pasar tradisional dan pasar modern.

Tabel 1. 1 Jumlah Pedagang Pasar Raya Di Kota Padang Tahun 2019

No.	Nama Pasar	Jumlah Pedagang			Jumlah
		Toko	Kios	Los Batu/Meja	
1.	Pasar Bandar Buat	-	216	735	951
2.	Pasar Simpang Haru	-	94	72	166
3.	Pasar Raya	2.121	792	2.515	5428
4.	Pasar Tanah Kongsu	-	72	200	272
5.	Pasar Ulak Karang	-	34	80	114
6.	Pasar Alai	-	89	216	305
7.	Pasar Nanggalo	-	58	314	399
9.	Pasar Belimbing	-	112	211	323
10.	Pasar Lubuk Buaya	-	148	282	430

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Padang, 2019. (Data Sekunder)

Dapat dilihat, dari tabel 1.1 terlihat jelas untuk Pasar Raya memiliki jumlah pedagang lebih banyak diantara 10 pasar yang berada di Kota Padang tersebut, yaitu 5428 pedagang. Jumlah tersebut terdiri dari 2.121 pedagang yang berjualan di toko, 792 pedagang berjualan di kios dan 2.515 pedagang yang berjualan di los meja/batu.

Pasar Raya merupakan pasar yang beroperasi setiap harinya (Senin sampai Minggu). Meskipun demikian, untuk jam operasional Pasar Kota Padang sendiri tidak menentu. Pasar Kota Padang merupakan pasar yang telah mengalami beberapa kali tahap perluasan dan rehabilitasi. Terakhir, Pasar Kota Padang telah dilakukan revitalisasi terhadap beberapa bangunannya. Akan tetapi, revitalisasi tersebut yang tentunya tidak bisa membuat Pasar Kota Padang mampu bersaing dengan pasar modern secara sejajar. Yang mana pasar modern yang memiliki modal besar, manajemen bagus, dan waktu operasional jam kerja yang lama tentunya membuat pendapatan mereka lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan pedagang pasar tradisional.

Menurut dari pengamatan yang ditelusuri terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan seluruh pedagang pasar raya di kota padang dipengaruhi beberapa faktor yaitu : Harga, Volume Penjualan, Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha.

Harga merupakan salah satu bagian yang penting dalam pemasaran, harga juga merupakan nilai tukar dari produk maupun jasa, dan harga adalah salah satu penentu keberhasilan. Menurut Kotler (2005) dalam Adriyansya (2014) harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. Penetapan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun harga yang terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh.

Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri (Swastha, 2007). Dalam proses penjualan, penjual atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu. Penjualan dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti penjualan langsung, dan melalui agen penjualan. Sedangkan menurut Daryono (2011), bahwa volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.

Modal adalah jumlah uang yang digunakan untuk berdagang, melepaskan pokok (induk) mata uang, dll. Dapat digunakan untuk menghasilkan hal-hal yang meningkatkan kekayaan (Antara dan Aswirati, 2016). Modal juga input dari (factor produksi) yang sangat penting untuk menentukan tingkat pendapatan yang telag diperoleh.

Besar kecilnya pendapatan pedagang pasar raya di Kota Padang juga dipengaruhi oleh lama usaha. Lama usaha berkaitan dengan lamanya seseorang menekuni suatu usaha (Butarbutar, 2017). Lama seseorang dalam menjalankan usahanya diduga dapat memberikan pengaruh

terhadap pendapatan yang akan diperoleh oleh para pedagang. Karena semakin lama usaha berjalan maka pedagang dapat mengetahui peluang yang ada untuk meningkatkan pendapatan. Namun berbedanya dengan temuan Nanda Puji Astuti, Sugeng Widodo. Mengatakan bahwa lama usaha berpengaruh tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang.

Jam kerja adalah lamanya waktu yang dicurahkan oleh pedagang dalam melayani konsumen. Jika para pedagang ingin memperoleh pendapatan yang tinggi, maka pedagang harus meningkatkan jam kerja yang dijalani agar pedagang dapat memperoleh pendapatan yang tinggi (Patty dan Rita, 2015). Berbanding terbalik dengan temuan (Nanda Puji Astuti dan Sugeng Widodo) yang mengatakan bahwa jam kerja berpengaruh tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang.

Untuk membangun sebuah usaha, lokasi usaha atau lokasi tempat berdagang harus strategis dengan tujuan agar mudah dijangkau dan dikenali oleh konsumen. Menurut Vera (2012) jika lokasi bisnis berdekatan dengan para pesaing yang menjual produk sejenis, maka pengusaha harus mempunyai strategi untuk memenangkan kompetisi yaitu lokasi yang strategis, pendapatan yang diperoleh cenderung lebih tinggi dibandingkan lokasi yang tidak strategis. Berbanding terbalik dengan temuan dari Nining, Dkk. Mengatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang.

Berdasarkan debat teori yang telah penulis paparkan maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Raya Di Kota Padang”**.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang dan identifikasi masalah, peneliti perlu mengidentifikasi batasan masalah yang telah menjadi ruang lingkup dalam sebuah penelitian, agar masalah yang

akan diteliti dapat menjadi lebih fokus. Penelitian ini difokuskan pada pendapatan pedagang pasar raya di kota padang. Oleh sebab itu adanya faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Raya di Kota Padang. Faktor yang akan diteliti tersebut ialah harga, volume penjualan, modal, lama usaha, jam kerja, dan lokasi usaha.

1.3 Rumusan Masalah :

Berdasarkan Latar Belakang tersebut maka penulis merumuskan permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang ?
2. Bagaimana pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang ?
3. Bagaimana pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang ?
4. Bagaimana pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang ?
5. Bagaimana pengaruh jam kerja terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang ?
6. Bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian :

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Seberapa besar pengaruh harga terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang.
2. Seberapa besar pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang.
3. Seberapa besar pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang.

4. Seberapa besar pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang.
5. Seberapa besar pengaruh jam kerja terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang.
6. Seberapa besar pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang Pasar Raya di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan Penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada beberapa pihak, diantaranya :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian bermanfaat bagi penulis sendiri untuk persyaratan menyelesaikan masa studi dan meraih gelar sarjana penulis pada Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi & Bisnis. Universitas Bung Hatta. Manfaat lainnya adalah menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Raya di Kota Padang serta masalah yang dihadapi oleh para Pedagang Pasar.

2. Bagi Instansi Terkait

Diharapkan Penelitian ini bermanfaat untuk pembangunan dalam bidang perdagangan dan kesehatan masyarakat. Khususnya Dinas Perdagangan Kota Padang bagaimana membuat kebijakan untuk para Pedagang yang lebih baik.

3. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi pengetahuan bagi mahasiswa tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional.

4. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu informasi dan sumbangan pemikiran terhadap arah kebijakan yang ditempuh pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang pada khususnya dan kesejahteraan masyarakat pada umumnya.