

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar adalah suatu wadah atau tempat yang menampung kegiatan penjual dan pembeli untuk melakukan suatu transaksi jual beli, seperti transaksi barang, jasa dan informasi.¹ Dalam arti sempit pasar merupakan suatu tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli untuk melakukan suatu transaksi. Sedangkan dalam arti luas pasar diartikan sebagai tempat bertemunya penjual yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang atau jasa, dan pembeli memiliki uang untuk membeli barang atau jasa dengan harga tertentu.

Menurut Chourmain dalam Nyoman pasar adalah tempat dimana terjadi interaksi antara penjual dan pembeli. Pasar merupakan pusat dan ciri pokok dari jalinan tukar-menukar yang menyatukan kehidupan ekonomi. William J. Stanton dalam Nyoman mendefinisikan pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja dan kemauan untuk untuk membelanjakannya. Dari pengertian tersebut dapat diambil bahwasannya terdapat 3 (tiga) unsur penting dalam pasar

¹ Yulia Nurliani Lukito, *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional : Melalui Pendekatan desain dan Interaksi Pengguna Ruang*, (Yogyakarta:Deepublish, 2018), hal. 16

yaitu orang dengan segala keinginannya, daya beli mereka dan kemauan untuk membelanjakannya.²

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pasar adalah suatu tempat yang mempertemukan antara penjual dan pembeli untuk melakukan suatu transaksi jual beli baik berupa barang maupun jasa, dimana barang atau jasa yang dibeli digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

2. Fungsi Pasar

Pasar pada dasarnya bukan hanya sebagai tempat untuk melakukan transaksi jual beli semata, tetapi pasar memiliki beberapa fungsi lainnya, yaitu sebagai berikut:

a. Sebagai sarana distribusi

Dengan adanya pasar, memudahkan produsen dalam menawarkan atau memasarkan produknya kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

b. Sebagai pembentuk harga

Suatu transaksi jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli melalui proses tawar menawar yang dilakukan pembeli kepada penjual untuk memperoleh barang yang diinginkan maka kesepakatan harga antara keduanya akan membentuk suatu harga.

² Nyoman Suartha, *Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan: Studi Kasus di Kabupaten Gianyar*, (Jakarta:RajaGrafindo Persada, 2016), hal. 8-9

c. Sebagai sarana promosi³

Pasar digunakan produsen untuk memperkenalkan produk yang di produksinya dengan harapan konsumen akan berniat untuk membeli barang yang telah di promosikan. Contohnya dengan memberikan sampel bargain yang di promosikan kepada konsumen.

3. Jenis-Jenis Pasar

a. Berdasarkan bentuk fisiknya, pasar dibagi menjadi 2 (dua), yaitu :

1) Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dengan adanya proses tawar menawar. Bangunan pasar tradisional terdiri dari kios-kios, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pihak pengelola pasar. Pada umumnya pasar tradisional menjual barang kebutuhan sehari-hari, seperti beras, sayuran, buah, ayam, daging, perkakas rumah tangga, pakaian dan lain sebagainya.⁴

2) Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang menyediakan berbagai macam kebutuhan pembeli tetapi proses transaksi tidak dilakukan secara langsung melainkan pembeli langsung melihat label harga yang tercantum dalam barang dan tanpa proses tawar menawar atau harga pas. Barang yang dijual sama halnya dengan pasar tradisional

³ Nyoman Suartha, *Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan: Studi Kasus di Kabupaten Gianyar...*, hal. 8-9

⁴ Indriati dan Arif Widiyatmoko, *Pasar Tradisional*, (Semarang:ALPRIN, 2008), hal.

yaitu kebutuhan pokok seperti beras, minyak, sayuran, pakaian dan barang-barang kebutuhan rumah tangga. Contoh pasar modern adalah minimarket, supermarket dan *hypermarket*.⁵

b. Berdasarkan ukuran luas geografis, pasar dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu:

1) Pasar Lokal

Pasar lokal merupakan pasar yang permintaan dan penawaran barang dan jasa hanya sebatas daerah setempat. Dimana produk yang dijual di pasar hanya mampu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat.

2) Pasar Regional

Pasar regional adalah pasar yang permintaan dan penawaran akan barang dan jasa mampu memenuhi kebutuhan satu daerah atau wilayah regional. Contohnya yaitu permintaan dan penawaran tepung sagu yang terdapat di Maluku yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah Maluku dan daerah sekitarnya.

3) Pasar Internasional

Pasar internasional merupakan permintaan dan penawaran suatu produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu negara dimana barang atau jasa tersebut dipasarkan ke luar negeri. Contoh Indonesia menghasilkan marmer dari daerah Tulungagung selanjutnya ditawarkan ke negara lain.

⁵ Yulia Nurliani Lukito, *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional : Melalui Pendekatan desain dan Interaksi Pengguna Ruang...*, hal. 20

4) Berdasarkan ukuran waktu, pasar dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu:

a) Pasar Barang

Pasar barang adalah pasar tempat pertemuan permintaan dan penawaran barang. Pasar barang memperjualbelikan suatu barang yang dibutuhkan oleh penduduk sebagai alat pemuas kebutuhan. Contohnya yaitu pasar buah, pasar sayuran, pasar elektronik, pasar buku dan lain sebagainya.

b) Pasar Tenaga

Pasar tenaga atau pasar tenaga kerja adalah pasar yang mempertemukan antara penjual dan pembeli tenaga kerja. Dalam pasar tenaga kerja, penjual adalah pencari kerja sedangkan pembeli adalah seseorang yang membutuhkan tenaga kerja atau lembaga-lembaga yang membutuhkan tenaga kerja. Contohnya yaitu transaksi antara lembaga-lembaga tenaga kerja Indonesia dengan perusahaan penyalur tenaga kerja di Jepang.⁶

B. Pasar Tradisional

1. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan lokasi atau tempat bertemunya penjual dan pembeli di mana terdapat proses tawar-menawar atas barang yang dijual.⁷ Pasar tradisional pada umumnya menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh masyarakat, contohnya yaitu

⁶ Nyoman Suartha, *Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan: Studi Kasus di Kabupaten Gianyar...*, hal. 11-13

⁷ Tulus Tambunan, *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*, (Bogor: IPB Press, 2020), hal. 7

barang hasil pertanian, hasil perkebunan dan hasil laut. Penjual dan pembeli dalam pasar tradisional mampu berinteraksi secara langsung untuk membentuk suatu harga. Pada umumnya penjual menawarkan barang dengan harga sedikit tinggi dan nantinya di tawar oleh pembeli. Penjual dalam menawarkan barang memikirkan terlebih dahulu keuntungan yang akan diperolehnya jadi tidak sembarangan dalam menawarkan harga suatu barang. Hal ini dilakukan agar penjual tetap mendapatkan keuntungan meskipun sudah ditawar oleh pembeli.

Proses tawar menawar yang dilakukan antara penjual dan pembeli akan membentuk komunikasi dan membuat penjual dan pembeli mengenal satu sama lain. Sehingga saat berbelanja di hari-hari selanjutnya, mereka akan semakin akrab dan akhirnya berlangganan. Interaksi sosial seperti ini hanya bisa dilihat di pasar tradisional saja karena di pasar modern tidak terdapat proses tawar menawar di dalamnya. Dalam pasar modern komunikasi hanya sebatas kepada pelayan dan petugas kasir bukan antara pembeli kepada penjual.

Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung Nomor 12 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan dan Pelayanan Pasar, Pasar Tradisional diartikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda khusus yang disediakan untuk pedagang.⁸ Jadi dapat disimpulkan bahwa pasar

⁸ Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung Nomor 12 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan dan Pelayanan Pasar

tradisional adalah pasar yang menciptakan interaksi sosial antara penjual dengan pembeli melalui proses tawar menawar atas barang atau jasa.

2. Fungsi Ekonomi Pasar Tradisional

- a. Tempat masyarakat memenuhi kebutuhan pokoknya dengan harga yang relatif murah melalui proses tawar-menawar.
- b. Tempat masyarakat menengah ke bawah untuk menjual dan berbelanja kebutuhan sehari-hari.
- c. Penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi pasar.
- d. Tempat untuk mempromosikan, menawarkan dan melestarikan produk daerah setempat atau produk lokal.⁹

3. Peran Pasar Tradisional

Pasar tradisional sebagai wadah para petani, nelayan, pengusaha usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk menjual dan menawarkan produknya. Peran pasar tradisional inilah secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesempatan kerja, pertumbuhan produk domestik regional bruto, pendapatan rata-rata masyarakat dan penurunan tingkat kemiskinan. Perkembangan pasar tradisional merupakan pondasi dasar perekonomian daerah.¹⁰

4. Kelebihan dan Kelemahan Pasar Tradisional

Kelebihan yang dimiliki oleh pasar tradisional adalah sebagai berikut:

⁹ Yulia Nurliani Lukito, *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional: Melalui Pendekatan desain dan Interaksi Pengguna Ruang...*, hal. 13

¹⁰ Tulus Tambunan, *Pasar Tradisional dan Peran UMKM...*, hal. 9

- a. Lokasi yang strategis, area penjualan yang luas
- b. Barang yang dijual beranekaragam
- c. Harga barang yang terjangkau
- d. Adanya sistem tawar-menawar yang menunjukkan interaksi sosial antara penjual dan pembeli
- e. Terciptanya langganan antara penjual dan pembeli
- f. Pendongkrak perekonomian kalangan menengah ke bawah

Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh pasar tradisional adalah sebagai berikut:¹¹

- a. Pasar yang kumuh, kotor dan semrawut
- b. Kemasan produk yang dijual kurang menarik
- c. Penyimpanan barang dagangan yang kurang efisien sehingga membuat barang yang dijual menjadi layu dan bahkan busuk

C. Revitalisasi Pasar

Seiring dengan berjalannya waktu, pasar tradisional menjadi berkembang dari semula bangunan pasar yang hanya di tempat terbuka, di lapangan dan di pinggir jalan, sekarang bangunan pasar tradisional berkembang menjadi bangunan yang permanen yang terdiri dari kios, los dan pelataran. Dari segi pengelolaannya sekarang pasar tradisional menjadi tanggung jawab Pemerintah Daerah.¹²

¹¹ Yulia Nurliani Lukito, *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional: Melalui Pendekatan desain dan Interaksi Pengguna Ruang...*, hal. 18

¹² Ibid, hal, 16

Sebagaimana diketahui bahwa revitalisasi pasar rakyat merupakan upaya dari Kementerian Perdagangan untuk mentransformasikan citra pasar rakyat dari kesan yang identik kotor, becek, semrawut, bau, gersang dan kumuh menjadi pasar rakyat yang bersih, nyaman, tepat ukur dalam upaya meningkatkan daya saing pasar rakyat terhadap pasar modern. Dan Pasar Rakyat Kauman telah mengalami revitalisasi pasar pada tahun 2016 dan pelaksanaan revitalisasi selesai pada tahun 2017.

1. Pengertian Revitalisasi Pasar

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), revitalisasi adalah proses, cara, pembuatan menghidupkan kembali atau menggiatkan kembali.¹³ Menurut Danisworo revitalisasi merupakan upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital atau hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran atau degradasi.¹⁴

Revitalisasi pasar rakyat adalah program untuk mendukung pengembangan pasar tradisional berdasarkan proposal yang diajukan oleh Pemerintah Daerah.¹⁵ Revitalisasi pasar diukur berdasarkan pada revitalisasi fisik bangunan, revitalisasi ekonomi (dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal), revitalisasi sosial (menjadi wadah elemen masyarakat untuk turut aktif berperan dalam produktivitas pasar), dan

¹³Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Laporan akhir: *Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*, (Jakarta: Puska Dagri, 2015), hal. 19

¹⁴ Danisworo, *Pengertian Revitalisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal. 76

¹⁵Opcit, hal. 19.

revitalisasi manajemen (praktek pengelolaan pasar).¹⁶ Dapat disimpulkan bahwa revitalisasi pasar adalah upaya perbaikan pasar tradisional atau pasar rakyat dari segi fisik, ekonomi, sosial dan manajemennya guna meningkatkan daya saing pasar tradisional atau pasar rakyat terhadap kehadiran pasar modern yang semakin marak di Indonesia.

2. Prinsip-Prinsip Revitalisasi Pasar

Revitalisasi pasar rakyat memiliki 4 prinsip, yaitu:

a. Manajemen

Dengan prinsip ini revitalisasi membangun manajemen pengelolaan pasar secara jelas yaitu dengan mengatur aspek-aspek yang berkaitan dengan hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan dan pembiayaan dan prosedur operasional standar pelayanan pasar.

b. Fisik

Revitalisasi fisik ini berkaitan dengan perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda/reklame dan kawasan ruang terbuka.

c. Ekonomi

¹⁶Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Laporan akhir: *Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat...*, hal. 38

Revitalisasi ekonomi ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dengan mengakomodir kegiatan formal dan informal.

d. Sosial¹⁷

Revitalisasi sosial menciptakan lingkungan pasar yang menarik dan berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat/warga (*public realms*).

3. Tahapan-Tahapan Revitalisasi Pasar

Revitalisasi pasar dalam pelaksanaannya terjadi melalui beberapa tahapan-tahapan, yaitu sebagai berikut:

a. Revitalisasi fisik

Revitalisasi fisik berkaitan dengan fisik atau bangunan pasar. Dimana dengan tahap penataan bangunan pasar, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda/reklame dan kawasan ruang terbuka diharapkan pasar menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi konsumen.

b. Revitalisasi Ekonomi

Revitalisasi ekonomi berupaya memperbaiki tingkat pendapatan pedagang atau omzet penjualan pedagang. Dimana dengan bangunan fisik pasar yang kokoh, penataan pasar yang baik, adanya sistem zonasi pedagang menurut jenis barang dagangan maka akan memudahkan konsumen dalam mencari barang yang diinginkan

¹⁷Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, "Konsep Revitalisasi Pasar Rakyat", diakses dari <https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/KonsepRevitalisasi.aspx>, pada tanggal 25 Maret 2021 Pukul 15.00

sehingga akan mempengaruhi omzet penjualan pedagang dan persaingan antar pedagang akan meningkat

c. Revitalisasi Sosial

Revitalisasi sosial yaitu dengan menciptakan lingkungan pasar yang menarik dan nyaman untuk dikunjungi. Pasar yang baik harus mampu memberdayakan masyarakat yang tinggal di daerah sekitar pasar. Secara struktur sosial akan memberikan dampak pada sektor informal lainnya yaitu transportasi publik, tempat kuliner dan lain sebagainya.¹⁸

d. Revitalisasi Manajemen

Revitalisasi manajemen mewujudkan manajemen pengelolaan pasar yang jelas baik dari terpenuhinya hak dan kewajiban pedagang, penempatan pedagang, masalah pembiayaan serta fasilitas-fasilitas yang harus ada di pasar sesuai dengan standar operasional prosedur pelayanan pasar. Dengan pengelolaan manajemen yang baik maka kegiatan-kegiatan yang ada di pasar akan semakin tertata dan memiliki perencanaan yang baik.¹⁹

D. Pendapatan Pedagang

1. Pengertian Pendapatan

¹⁸Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Laporan akhir: *Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat...*, hal. 39

¹⁹Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, “Kemendag Revitalisasi Pasar Rakyat untuk Perkuat Ekonomi Kerakyatan, diakses dari <https://maritim.go.id/kemendag-revitalisasi-pasar-rakyat-untuk-perkuat-ekonomi-kerakyatan/>, pada tanggal 25 Maret 2021 Pukul 15.30

Dalam kamus manajemen, pendapatan merupakan uang yang diterima perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, harga, komisi, ongkos dan laba.²⁰ Menurut Jhingan, pendapatan merupakan penghasilan berupa uang selama periode tertentu. Sedangkan pengertian pendapatan menurut Tohar dalam Masyhuri, pendapatan dalam arti jumlah uang merupakan penerimaan yang diterimanya, bisa dalam bentuk upah dari bekerja atau uang hasil penjualan, dan lain sebagainya.²¹ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang berupa uang yang didapatkan oleh pelaku usaha, perusahaan maupun orang yang bekerja atas usaha yang telah dilakukan.

Pedagang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah seseorang yang pekerjaannya adalah berdagang.²² Pedagang adalah mereka yang mencari nafkah dengan berdagang sebagai penjual dari barang yang diproduksi para pengusaha.²³ Jadi pedagang adalah seseorang yang menawarkan dan menjual barang dagangan dengan harapan ada konsumen yang membeli barang dagangannya.

Dari pengertian pendapatan dan pengertian pedagang dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang merupakan suatu penghasilan berupa uang yang didapatkan oleh pedagang dengan cara menjual barang dagangan kepada konsumen.

²⁰ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal. 230

²¹ Masyhuri, *Ekonomi Mikro* (Malang: UIN Malang, 2007), hal. 262

²² Ahmad A.K. Muda, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Reality Publisher, 2006), hal. 167

²³ Faisal Mukarrom, *Ekonomi Mineral Indonesia*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hal. 132

2. Jenis-Jenis Pendapatan

Pendapatan dapat dibagi menurut jenis-jenisnya, yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut Kuswadi, pendapatan dibagi menjadi 2 (dua), yaitu:
 - 1) Pendapatan kotor merupakan pendapatan dalam proses penjualan sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan secara langsung.
 - 2) Pendapatan bersih merupakan pendapatan kotor dikurangi dengan semua beban usaha atau biaya operasi.²⁴
- b. Menurut Rahardja pendapatan dibagi menjadi 3, yaitu:
 - 1) Pendapatan ekonomi
Pendapatan ekonomi merupakan pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih.
 - 2) Pendapatan uang
Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan.
 - 3) Pendapatan personal²⁵
Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian yang

²⁴ Kuswadi, *Pencatatan Keuangan Usaha Dagang Untuk Orang-Orang Awam*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2008), hal. 40

²⁵ Prathama Rahardja, *Teori Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2002), hal. 267

merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang menurut Swastha dan Irawan adalah sebagai berikut:

a. Kondisi dan kemampuan pedagang

Pedagang yang mampu menawarkan barang dagangannya dengan sikap yang ramah dan sopan serta mampu meyakinkan pembeli untuk membeli barang dagangannya maka pedagang akan mudah untuk mendapatkan pelanggan sekaligus memperoleh pendapatan atau omzet penjualan yang diinginkan.

b. Kondisi pasar

Kondisi pasar ini berkaitan dengan keadaan pasar, jenis pasar, kelompok pembeli yang ada dalam pasar, lokasi berdagang, frekuensi pembeli dan selera pembeli dalam pasar tersebut. Dengan ini maka dapat diartikan bahwa kondisi pasar yang bersih, rapi dan nyaman maka akan membuat pembeli merasa betah untuk berbelanja di pasar.

c. Modal

Dalam kegiatan penjual semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Sehingga dibutuhkan tambahan modal untuk membeli

barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan meningkatkan keuntungan dan pendapatan dapat meningkat.

d. Kondisi organisasi usaha

Suatu usaha yang semakin besar maka akan memiliki frekuensi penjualan yang semakin tinggi sehingga keuntungan semakin besar dan sebaliknya.

e. Faktor lain

Faktor lain yang mempengaruhi usaha yang berkaitan dengan periklanan dan kemasan produk. Dalam pasar ataupun sekitar tempat wisata, jenis dagangan juga dapat mempengaruhi pendapatan.²⁶

Sedangkan menurut Puji Yuniarti faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang, yaitu sebagai berikut:

a. Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan merupakan Pendidikan formal yang ditempuh atau ditamatkan oleh para pedagang.

b. Modal Usaha

Modal usaha digunakan pedagang untuk membeli berbagai bahan dagangan dan juga pengolahannya.

c. Biaya

²⁶ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2003), hal. 406

Biaya yang dimaksud adalah total biaya yang dikeluarkan pedagang setiap hari berupa biaya operasional, biaya sewa atau retribusi, biaya tenaga kerja atau upah dan biaya lainnya (listrik, sampah, transportasi, dan lainnya).

d. Lama Usaha

Lama usaha menunjukkan sudah berapa lama pedagang menjalani kegiatan usaha berdagang di pasar.

e. Jam Kerja

Jam kerja merupakan waktu para pedagang menjalani kegiatan usaha sampai menutupnya dalam satuan jam.²⁷

4. Cara Menghitung Pendapatan Pedagang

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan faktor modal (modal yang dikeluarkan pedagang untuk membeli barang dagangan) dan faktor biaya (biaya retribusi) yang dikeluarkan per hari untuk menghitung pendapatan bersih yang diperoleh pedagang. Menurut Swasta modal usaha yang relatif besar jumlahnya, akan memungkinkan suatu unit penjualan dengan banyak jenis produk dan pendapatan yang diperoleh akan semakin besar.²⁸ Menurut Natalia dan Ignasius biaya sangat berperan dalam penentuan tingkat keuntungan yang akan diterima karena keuntungan

²⁷ Puji Yuniarti, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok", *Jurnal Sekretari dan Manajemen* Vol. 3 No.1, 2019, hal. 168

²⁸ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2003), hal. 406

merupakan selisih antara penjualan terhadap total beban atau uang yang dikeluarkan.²⁹

Menurut Rahim dalam Puti keuntungan sering disebut sebagai pendapatan bersih. Untuk mengetahui tingkat keuntungan pedagang menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana:

π = Pendapatan

TR = *Total Revenue* (pendapatan kotor/omzet penjualan)

TC = *Total Cost* (modal dan biaya yang dikeluarkan)³⁰

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh I Kadek Dwi Perwira Putra dan I Gusti Wayan, meneliti mengenai “Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Jumlah Kunjungan, Pendapatan Pedagang dan Pendapatan Pasar di Kota Denpasar”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif komparatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji beda dua rata-rata sampel berpasangan dengan uji Wilcoxon. Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat efektivitas revitalisasi pasar tradisional cukup

²⁹ Natalia Tandiallo dan Ignasius Narew, “Pengaruh Modal, Baiya, dan Volume Penjualan Terhadap Keuntungan Pedagang Pakaian Bekas di Kota Timika”, *Jurnal Ulet* Vol. 5 No. 1, 2021, hal. 66

³⁰ Puti Andiny, “Analisis Tingkat Keuntungan Pedagang Ikan di Kecamatan Peureulak Kabupaten Aceh Timur”, *Jurnal Samudra Ekonomika* Vol. 1 No. 1, 2017, hal. 26

efektif yaitu 72,82 persen dan dengan uji t-statistik revitalisasi pasar tradisional berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan, pendapatan pedagang dan pendapatan pasar.³¹ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel revitalisasi pasar dan pendapatan pedagang sedangkan perbedaannya terletak pada variabel jumlah kunjungan dan pendapatan pasar, uji statistik dan tingkat efektivitas revitalisasi pasar.

Kadek Cyntia Pratiwi dan I Nengah Kartika meneliti “Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading”. Penelitian ini menggunakan diskriptif kuantitatif dan uji beda rata-rata sampel berpasangan. Hasil dari penelitian ini yaitu tingkat keberhasilan program revitalisasi pasar tradisional tergolong cukup efektif dilihat dari variabel input tingkat efektivitasnya yaitu sebesar 73,25 (cukup efektif), variabel proses tingkat efektivitasnya yaitu 67,25 (cukup efektif) dan variabel output tingkat efektivitasnya yaitu 72,75 (cukup efektif). Terdapat peningkatan pendapatan pedagang setelah dilaksanakannya program revitalisasi pasar tradisional. Pengelolaan pasar lebih baik setelah program revitalisasi pasar.³² Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel revitalisasi pasar dan pendapatan pedagang sedangkan perbedaannya terletak pada variabel pengelolaan pasar dan tingkat efektivitas revitalisasi pasar.

³¹ I Kadek Dwi Perwira Putra, dkk, “Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Jumlah Kunjungan, Pendapatan Pedagang dan Pendapatan Pasar di Kota Denpasar”, *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 16 No. 09, 2017, hal. 1737

³² Kadek Cyntia Pratiwi, dkk, “Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading”, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 08 No. 07, 2019, hal. 805

Rizka Aprilia, meneliti dengan judul “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang”. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu diman program revitalisasi pasar berdampak pada penurunan pendapatan pedagang, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t sampel berpasangan diperoleh hasil t hitung sebesar $10,116 > t \text{ tabel } 2,064$ dengan probabilitas $0,000 < 0,05$.³³ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel revitalisasi pasar dan pendapatan pedagang sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian yang digunakan.

Komang Gede Candra Adi Putra dan Made Henny Urmila Dewi meneliti dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar: Studi Sebelum dan Sesudah Relokasi”. Penelitian ini menggunakan kauntitatif asosiatif dan sampel dalam penelitian ini adalah pedagang di Pasur Badung Kota Denpasar sebanyak 90 orang. Teknik analisis data dengan metode *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan faktor modal kerja, jam kerja dan lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang dan terjadi penurunan pendapatan pedagang setelah dilakukan relokasi disebabkan oleh belum maksimalnya keadaan fisik dan non fisik Eks Supermarket Tiara Grosir.

³³ Rizka Aprilia, “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang”, *Economics Development Analysis Journal* Vol. 06 No. 02, 2017, hal. 215

³⁴Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan faktor modal untuk mengetahui pendapatan pedagang sedangkan perbedaannya terletak pada faktor jam kerja, lama usaha, jenis penelitian, teknik sampel dan teknik analisis data.

Puji Yuniarti meneliti dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif, menggunakan 50 responden dengan menggunakan Teknik sampel yaitu *simple random sampling*. Dengan menggunakan faktor tingkat pendidikan, modal usaha, biaya, lama usaha dan jam kerja. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang, biaya berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang, jam kerja berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang, tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang dan lama usaha tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang. Dan secara bersama-sama atau simultan variabel tingkat pendidikan, modal usaha, biaya, lama usaha dan jam kerja mempengaruhi pendapatan pedagang.³⁵ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan faktor modal dan biaya untuk mengetahui pendapatan pedagang sedangkan perbedaannya terletak pada faktor tingkat

³⁴ Komang Gede dan Made Henny Urmila, “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar: Studi Sebelum dan Sesudah di Relokasi”, *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 7 No. 6, 2018, hal. 1140

³⁵ Puji Yuniarti, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok”, *Jurnal Sekretari dan Manajemen* Vol. 3 No.1, 2019, hal. 169

pendidikan, jam kerja, lama usaha, jenis penelitian, teknik sampel dan teknik analisis data.

Ganis Yuni Saputri dan Fitrah Sari Islami meneliti dengan judul “Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Bobotsari”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dengan teknik analisis dengan uji *Paired sample t-test* untuk membandingkan pendapatan sebelum dan sesudah revitalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi menyebabkan adanya penurunann pendapatn pedagang, hal ini ditunjukkan dengan nilai Sig.(2-tailed) sebesar $0,000 < 0.05$, dan rata-rata pendapatan pedagnag yang menuruun antara sebelum dan sesudah revitalisasi masing-masing sebesar 3536666,67 dan 2130666,67.³⁶ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel revitalisasi dan pendaptan pedagang, metode pengambilan sampel, uji statistik.

Ni Putu Eka Stutiari dan Sudarsana Arka meneliti dnegan judul “dampak revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar di Kabupaten Badung”. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 82 responden dengan metode pengambilan sampel yaitu *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu statistik non parametrik dengan uji Mc Nemar. Hasil

³⁶ Ganis Yuni Saputri dan Fitrah Sari Islami, “Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Bobotsari”, *Jurnal Paradigma Multidisipliner* Vol. 2 No. 2, 2021, hal. 119

penelitian menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pendapatan pedagang dan peningkatan terhadap tata kelola pasar yang meliputi kondisi sarana atau fasilitas pasar, kebersihan pasar, keamanan pasar dan pelayanan administarsi setelah dilaksanakannya revitalisasi pasar tradisional.³⁷ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel revitalisasi pasar dan pendapatan pedagang sedangkan perbedaannya terletak pada metode pengambilan sampel, uji statistik dan variabel tata kelola.

Marce Sherly Kase meneliti dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang pada Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kota Kupang”. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan metode pengambilan sampel *insidental sampling*. Variabel bebas yang digunakan yaitu modal dan jam kerja. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa modal dan jam kerja secara simultan mempengaruhi pendapatan pedagang.³⁸ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan faktor modal untuk mengetahui pendapatan pedagang sedangkan perbedaannya terletak pada faktor jam kerja, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

Siti Nur Azizah meneliti dengan judul “Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Tumenggungan Terhadap Pendapatan pedagang dan Evaluasi Manajemen Tata Kelola Pedagang Pasar

³⁷ Ni Putu Eka Stutiari dan Sudarsana Arka, “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar di Kabupaten Badung”, *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 8 No. 1, 2019, hal. 148

³⁸ Marce Sherly Kase, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang pada Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kota Kupang”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 5 No. 3, 2020, hal. 68

Tumenggungan Pasca Program Revitalisasi Menurut Persepsi Pedagang”. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampelnya yaitu *non probability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji Wilcoxon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 71% pendapatan pedagang di Pasar Tumenggungan meningkat dan 29% mengalami penurunan pendapatan. Dan program revitalisasi pasar berjalan dengan baik yang ditandai dengan kebersihan fasilitas umum, respon keluhan, monitoring dan evaluasi. ³⁹Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel revitalisasi pasar dan pendapatan pedagang sedangkan perbedaannya terletak pada variabel evaluasi manajemen, teknik pengambilan sampel dan uji statistik.

I Made Guna Juliarta dan Ida Bagus Darsana meneliti dengan judul “Analisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang”. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif Uji Wilcoxon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi pasar di Pasar Nyanggela berjalan sangat efektif yaitu sebesar 89,89% dan memberikan dampak positif bagi pengelolaan pasar, jumlah pengunjung dan

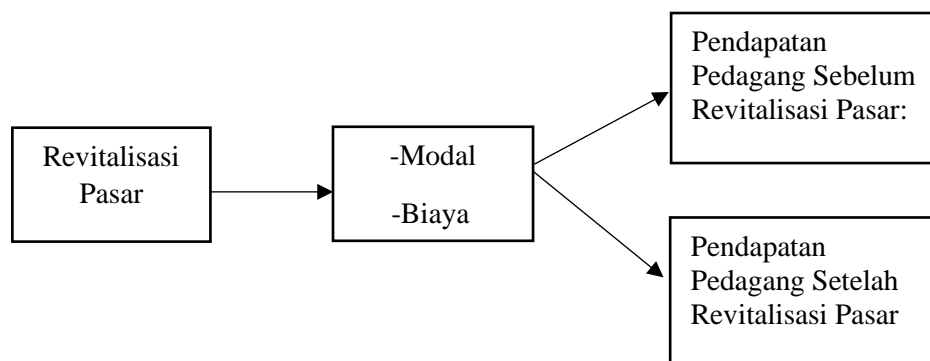
³⁹ Siti Nur Azizah, “Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Tumenggungan Terhadap Pendapatan Pedagang dan Evaluasi Manajemen Tata Kelola Pedagang Pasar Tumenggungan Pasca Program Revitalisasi Menurut Persepsi Pedagang”, *Jurnal Fokus Bisnis* Vol. 15 No. 02, 2016, hal. 34

pendapatan pedagang.⁴⁰ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel revitalisasi pasar dan pendapatan pedagang sedangkan perbedaannya terletak pada variabel pengelolaan pasar, jumlah pengunjung tingkat efektivitas revitalisasi pasar, teknik pengambilan sampel dan uji statistik.

F. Kerangka Konseptual

Bagan 2.1

Kerangka Berfikir



Kerangka konseptual diatas dengan judul “Studi Komparasi Tingkat Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar (Studi Kasus Pedagang Pasar Rakyat Kauman) dapat dijelaskan bahwa penelitian ini akan melihat apakah terjadi perbedaaan pendapatan sebelum revitalisasi pasar dan

⁴⁰ I Made Guna Juliarta dan Ida Bagus Darsana, “Analisis Eektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang”, *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 05 No. 01, 2015, hal. 138.

sesudah revitalisasi pasar. Pendapatan pedagang diperoleh dengan pendapatan kotor dikurangi dengan modal dan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang.

G. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka peneliti menggunakan hipotesis komparatif yaitu sebagai berikut:

Hipotesis Nol:

H_0 : Tidak terdapat perbedaan pendapatan pedagang di Pasar Rakyat Kauman sebelum revitalisasi pasar dan setelah revitalisasi pasar.

Hipotesis Alternatif:

H_a : Ada perbedaan pendapatan pedagang di Pasar Rakyat Kauman sebelum revitalisasi pasar dan setelah revitalisasi pasar.