

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pelaku ekonomi dalam pasar tradisional khususnya pedagang pasar merupakan penggerak roda perekonomian Indonesia dari sektor informal karena perekonomian Indonesia tumbuh banyak dari sektor tersebut. Pedagang menurut Sujatmiko adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan.<sup>1</sup> Pedagang merupakan pelaku ekonomi yang paling berpengaruh dalam sektor perdagangan karena kontribusinya sebagai penghubung dari produsen ke konsumen. Pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan dapat dibedakan menjadi pedagang distributor (tunggal), pedagang partai besar, dan pedagang eceran.<sup>2</sup> Pedagang dalam melakukan kegiatannya mempunyai berbagai pertimbangan. Pertimbangan pedagang tersebut juga dipikirkan ketika pedagang menentukan pilihan konsumsi maupun penentuan sumber permodalan yang digunakan untuk memenuhi faktor produksinya.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta : Aksara Sinergi Media, 2014), hal. 231.

<sup>2</sup> H. Fakhry Zamzam & Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta : Deepublish, 2016), hal. 73

<sup>3</sup> Mar'atus Syawalia N, "Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Sumber Permodalan "Studi Pada Pedagang Pasar Merjosari, Kecamatan Lowokwaru Kota Malang", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, No.1, Vol.3, 85-97, (Malang : Universitas Brawijaya, 2015), hal.88.

Pedagang secara rasional akan menggunakan sumber daya yang efisien. Damsar menyatakan bahwa dalam persoalan ekonomi, manusia mempunyai kecenderungan mengeluarkan biaya serendah mungkin untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.<sup>4</sup> Rahardja dan Manurung menyatakan Ilmu ekonomi memandang manusia sebagai makhluk rasional.<sup>5</sup> Pilihan ditetapkan berdasarkan pertimbangan untung rugi, dalam membandingkan biaya yang harus dikeluarkan dan hasil yang akan diperoleh. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, konsep tersebut berkaitan dengan rasionalitas pedagang dalam memilih sumber permodalan. Para pedagang tentu menggunakan sifat rasionalnya tersebut untuk memilih mendapatkan pinjaman modal dari sumber permodalan dengan biaya rendah.

Kegiatan perdagangan masyarakat Indonesia pada umumnya terjadi di pasar tradisional. Pasar-pasar tradisional banyak terdapat di kota-kota di Indonesia bahkan dapat dikatakan masih sangat eksis meskipun mulai banyak bermunculan pasar-pasar modern. Oleh karena itu, pasar tradisional mampu menjadi penggerak roda perekonomian dari sektor perdagangan. Kemajuan ekonomi di kota-kota di Indonesia tidak terlepas dari andil yang diberikan oleh perdagangan yang terdapat di dalam pasar tradisional tersebut. Di dalam pasar tradisional terdapat pelaku-pelaku ekonomi untuk melakukan kegiatannya. Pelaku-pelaku ekonomi

---

<sup>4</sup> Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997), hal. 2.

<sup>5</sup> Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi dan Makroekonomi) Edisi ketiga*, (Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), hal.2.

tersebut didominasi pedagang dan pembeli di mana kedua pelaku ini saling berinteraksi untuk bertransaksi. Masing-masing pelaku tersebut memiliki kepentingan masing-masing dalam arena perdagangan. Selain itu, menurut Yustika, suasana di pasar juga sangat cair karena antara pedagang dan pembeli juga dilakukan obrolan-obrolan keseharian yang tidak terkait dengan transaksi ekonomi di pasar itu sendiri.<sup>6</sup>

Pasar merupakan wadah kegiatan masyarakat dalam melakukan perdagangan. Realita secara tidak langsung dapat dirasakan persaingan antara pasar tradisional dan pasar modern. Adanya tingkat persaingan usaha yang begitu ketat untuk meningkatkan pangsa pasar dan konsumen baru, mendorong para pengusaha untuk melakukan berbagai strategi untuk mencapai tujuan sekaligus memenangkan persaingan usaha tersebut. Pada dasarnya pasar tradisional merupakan cerminan dari ekonomi kerakyatan, seiring dengan perkembangan zaman eksistensi pasar tradisional mulai tergerus dengan adanya pertumbuhan pasar modern dan pusat perbelanjaan yang dikelola oleh individu.

Persaingan pada pasar tradisional dan pasar modern juga terletak pada semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, akibatnya setiap pengusaha harus dapat menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.<sup>7</sup> Semakin banyak produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka

---

<sup>6</sup> Ahmad EraniYustika, *Ekonomi Kelembagaan: Definisi, Teori dan Strategi* (Malang: Bayumedia Publishing, 2010), hal. 310.

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi 2*, (Yogyakarta : Andy Yogyakarta, 2000), hal.24

konsumen juga akan memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan keputusan pembelian.

Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri diatas prinsip persaingan sempurna (*perfect competition*), dalam hal ini bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus dengan aturan syariah.<sup>8</sup> Islam menganjurkan umat muslim untuk berusaha selama masih dalam koridor syariah, selama usaha itu tidak melanggar ketentuan-ketentuan yang di syariatkan dalam islam. Salah satunya aktivitas yang terlihat dalam ekonomi pasar yaitu dimana bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang atau jasa, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga.

Islam juga mengatur interaksi-interaksi yang ada dipasar, diantaranya islam melarang adanya monopoli, penimbunan, riba dan kegiatan bathil lainnya. Allah SWT menjelaskan dalam Al-Qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya : *"Hai Orang-Orang yang beriman ! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu..."* (QS. An-Nisaa' : 29).<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Ahmad Afan Zaini, "Pasar Persaingan Sempurna Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ummul Qura*, IV (2),88-104, 2014, hal.98.

<sup>9</sup> Yayasan Bina' Muwahhidin, *Al-Qur'an dan terjemah*, (Surabaya:Sukses Publishing, 2012), hal. 84.

Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pada 17 Agustus 2022 menyatakan bahwa penjualan retail tumbuh tinggi di tengah tantangan global, sekaligus memperlihatkan daya beli masyarakat kembali pulih.<sup>10</sup> Pangsa pasar retail tradisional terus menurun dengan menjamurnya setail-retail modern, didukung dengan kondisi sosial ekonomi yang dilakukan oleh para pelaku retail modern yang pada awalnya dikunjungi konsumen kelas atas, sekarang merambah ke konsumen kelas menengah kebawah. Berdasarkan data yang diperoleh terdapat 10 retail terbesar di Indonesia, diantaranya adalah Indomaret yang menurut data United States Departement of Agriculture (USDA) merupakan perusahaan ritail dengan penjualan terbesar di Indonesia.

Sepanjang tahun 2021 Indomaret mencatatkan penjualan sekitar USD 6,2 miliar, tertinggi dibanding dengan perusahaan retail modern lainnya. Di peringkat dua ada Alfamart dengan penjualan USD 5,44 miliar, setelahnya Alfamidi dengan penjudalan USD 921,7 Juta, Hypermart USD 370,9 Juta , dan Super Indo USD 304 juta. Data tersebut memperlihatkan bagaimana perkembangan usaha ritel di Indoesia, ritel yang juga bisa disebut sebagai pasar modern sedikit menggeser keeksistensian dari pasar tradisional. Pemerintah perlu mengubah pasar tradisional menjadi pusat kegiatan dagang yang lebih baik untuk menarik konsumen salah satunya dengan kegiatan revitalisasi.

---

<sup>10</sup> Haryo Limanseto, "*Penjualan Retail Tumbuh Tinggi di Tengah Tantangan Global Perhatikan Daya Beli Masyarakat Mulai Kembali Pulih*", dalam [www.ekon.go.id](http://www.ekon.go.id), diakses pada 14 Februari 2023.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Tahun 2021 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan pasal 10 menyatakan bahwa pembangunan atau revitalisasi sarana perdagangan adalah usaha untuk melakukan peningkatan atau pemberdayaan sarana dan prasarana fisik , manajemen, sosial budaya dan ekonomi atas sarana perdagangan.<sup>11</sup> Kegiatan revitalisasi pasar tradisional oleh pemerintah sebagai upaya peningkatan dari kegiatan ekonomi masyarakat di berbagai daerah tercantum pada Peraturan Presiden Nomor 43 Tahun 2019 tentang Pembangunan, Rehabilitasi, dan Renovasi Pasar Rakyat, Prasarana Perguruan Tinggi, Perguruan Tinggi Keagamaan Islam dan Satuan Dasar Pendidikan Dasar dan Menengah.<sup>12</sup>

Adapun nama pasar rakyat yang dilakukan revitalisasi oleh pemerintah yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Nama pasar rakyat yang direvitalisasi Tahun 2019**

No.	Nama Pasar Rakyat	Lokasi
1	Pasar Klewer Timur	Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah
2	Pasar Sukawati	Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali
3	Pasar Legi (Songgo langit)	Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur
4	Pasar Kali Wungu	Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah
5	Pasar Renteng	Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB)
6	Pasar Parjaman	Kota Pariaman, Provinsi Sumatra Barat
7	Pasar Legi	Kota Surakarta, provinsi Jawa Tengah
8	Pasar Pon	Kabupaten Trenggalek, Provinsi Jawa Timur
9	Pasar Benteng Pancasila	Kota Mojokerto, Provinsi Jawa Timur

Sumber: Kementerian PUPR Republik Indonesia, 2019

<sup>11</sup>"Permendag Nomor 21 Tahun 2021", dalam [http://jdih.kemendag.go.id/pdf/Regulasi/2021/PERMENDAG\\_NOMOR\\_21\\_TAHUN\\_2021.pdf](http://jdih.kemendag.go.id/pdf/Regulasi/2021/PERMENDAG_NOMOR_21_TAHUN_2021.pdf) diakses pada 16 Februari 2023.

<sup>12</sup> "Peraturan Presiden Nomor 43", dalam <https://jdih.pu.go.id/detail-dokumen.2652/1>, diakses pada 16 Februari 2023.

Pada tabel diatas disebutkan bahwa salah satu pasar yang dilakukan revitalisasi oleh pemerintah yaitu Pasar Pon yang berlokasi di Kabupaten Trenggalek Provinsi Jawa Timur. Pasar Pon merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi terdapat di Kabupaten Trenggalek yang mulai dibangun pada tahun 2019. Alasan dilakukannya revitalisasi Pasar Pon yaitu terjadi kebakaran pada Pasar Pon tahun 2018 yang menghancurkan seluruh bangunan pasar. Disamping itu, kondisi bangunan yang kurang layak juga merupakan salah satu faktor yang harus dihadapi pemerintah untuk melakukan revitalisasi supaya pedagang tetap dapat menempati pasar kembali.

Pasar Pon adalah pasar tradisional yang didirikan pada tahun 1964 atau kurang lebih berdiri selama 58 tahun dan menjadi salah satu pasar tradisional tertua di Kabupaten Trenggalek. Pasar tersebut direvitalisasi oleh pemerintah pada tahun 2019 dan dibuka untuk umum pada tahun 2021. Lokasi pasar yang berada di akses menuju pusat kota dengan mengubah bentuk, struktur dan gaya bangunan yang lebih modern menjadikan salah satu daya tarik masyarakat untuk mengunjunginya.

Megahnya gaya bangunan Pasar Pon ternyata tak sesuai dengan harapan pemerintah Kabupaten Trenggalek, hal ini disampaikan oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Trenggalek Bapak Agus Setyono bahwa ada kekosongan kios sebanyak 130 kios dari 700-an kios

di Pasar Pon akibat sepi pembeli.<sup>13</sup> Berdasarkan informasi salah seorang pedagang, Pasar Pon sempat ramai pengunjung sesaat setelah diresmikan lambat laun pengunjung yang datang terus mengalami penurunan. Meskipun Pasar Pon saat ini tidak diidentikan dengan situasi pasar tradisional yang becek, kotor dan kurang nyaman nyatanya masih menampakkan kekurangan dalam hal lainnya.

Revitalisasi pasar akan berdampak pada perekonomian pedagang. Pendapatan merupakan suatu bentuk balas jasa yang diterima suatu pihak atas keikutsertaannya dalam produksi barang dan jasa. Pendapatan adalah kenaikan jumlah asset yang disebabkan oleh penjualan produk perusahaan. Pendapatan juga merupakan imbalan dalam bentuk materi yang didapatkan dari hasil pengaplikasian kekayaan atau dalam bentuk jasa manusia. Dengan dilaksanakannya revitalisasi pasar, pasar tradisional siap menyaingi serbuan pasar modern. Citra buruk yang terlanjur melekat diharapkan dapat terhapuskan. Intinya adalah revitalisasi. Pasar harus didesain sehingga menimbulkan kesan yang rapi, bersih, dan nyaman bagi para pembeli termasuk menjaga kualitas produk yang dijual agar dapat membuat peningkatan pendapatan bagi para pedagang melalui banyaknya konsumen yang belanja di Pasar tradisional.

---

<sup>13</sup> "Megahnya Bangunan Pasar Pon Tak Semegah Harapan Pemkab Trenggalek", dalam <https://kabartrenggalek.com/2022/03/megahnya-bangunan-pasar-pon-tak-semegah-harapan-pemkab-trenggalek.html>, diakses 22 Februari 2023.

Latar belakang inilah peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "DAMPAK REVITALISASI PASAR TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR PON KABUPATEN TRENGGALEK”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang masalah, maka dapat diperoleh berupa permasalahan yang dapat diidentifikasi antara lain :

1. Adanya revitalisasi pasar apakah mampu memberikan perbedaan pendapatan yang lebih baik pada pedagang, sedangkan terdapat penurunan konsumen/pengunjung pasar serta terdapat beberapa kios-kios yang masih kosong.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan modal pedagang di Pasar Pon Trenggalek Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar?
2. Apakah terdapat perbedaan penjualan pedagang di Pasar Pon Trenggalek Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar?
3. Apakah terdapat perbedaan biaya pedagang di Pasar Pon Trenggalek Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar?
4. Apakah terdapat perbedaan pendapatan pedagang di Pasar Pon Trenggalek Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar?

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan modal pedagang di Pasar Pon Trenggalek Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan penjualan pedagang di Pasar Pon Trenggalek Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan biaya pedagang di Pasar Pon Trenggalek Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pendapatan pedagang di Pasar Pon Trenggalek Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan diatas penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik segi teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Secara Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang ekonomi pada khususnya, sehingga dapat menjadi acuan teoretis untuk menambah pengetahuan dan wawasan pembaca.

2. Secara Praktis

- a. Pemerintah

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan bagi pihak pemerintah mengenai dampak revitalisasi Pasar Pon terhadap pendapatan pedagang.

- b. Bagi pihak pedagang pasar pon

Haasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dampak revitalisasi terhadap perekonomian pedagang dan memberikan pertimbangan terhadap pengambilan keputusan guna meningkatkan pendapatan.

c. Akademik

Sebagai sumbangan pemikiran yang dapat membantu dalam mempelajari praktek-praktek dalam bidang ekonomi pasar lebih jauh, khususnya berkaitan dengan masalah yang diteliti, serta memperbanyak literasi dalam perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

d. Peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai rujukan atau referensi dengan tema yang sejenis dengan menggunakan variable lain, serta dapat menjadi materi perbaikan supaya dalam penelitian berikutnya lebih bermanfaat.

e. Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman dalam praktek bidang ekonomi, menyelesaikan masalah bagi peneliti mengenai materi yang diteliti.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Pembatasan masalah pada penelitian sebagai usaha dalam memfokuskan pembahasan penelitian, peneliti mengambil batasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan variabel bebas berupa variabel modal, penjualan, biaya dan Pendapatan. Dengan variabel tetapnya adalah Revitalisasi Pasar.
2. Subyek yang diambil pada penelitian ini yaitu para pedagang Pasar Pon Trenggalek.

### **G. Penegasan Istilah**

#### 1. Definisi Konseptual

Pada dasarnya untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam penafsiran istilah dalam penelitian ini, peneliti akan menguraikan istilah-istilah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

##### a) Pasar

Menurut Assauri, pasar adalah arena pertukaran potensial dalam fisik antara penjual dan pembeli yang memungkinkan terlaksananya pertukaran karena adanya minat dan citra yang baik serta daya beli yang memadai<sup>14</sup>. Pada dasarnya terdapat dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan suatu tempat pertemuan antara seorang penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan didalamnya terdapat proses tawar-menawar, bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai,

---

<sup>14</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1999), hal.5

los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupaun suatu pengelola pasar.

Sedangkan pasar modern merupakan pasar yang tidak terdapat pertemuan antara penjual dan pembeli, proses bertransaksi tidak berjalan secara langsung dengan penjual melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*) dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga, harganya pas, pembayaran dilakukan di kasir, tempatnya bersih dan sejuk yang menjadikan pasar ini lebih menarik bagi masyarakat dari pada pasar tradisional.<sup>15</sup>

#### b) Revitalisasi Pasar

Revitalisasi adalah salah satu program yang dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan untuk melakukan pemvitalan kembali suatu daerah yang dahulu pernah vital atau hidup namun mengalami kemunduran. Menurut Tjahya, konsep dari pembangunan atau revitalisasi pasar rakyat tidak hanya sekedar melakuakn pembenahan di bangunan fisik tetapi juga memperhatikan non fisiknya, yaitu terkait dengan pengelolaan pasar dan integrasi dengan faktor-faktor lain. Di bawah ini merupakan macam-macam revitalisasi pasar, yaitu:

##### 1) Revitalisasi Fisik

---

<sup>15</sup> Indriati SCP dan Arif Widiyatmoko, *Pasar Tradisional*, (Semarang : ALPIRIN, 2008), hal.9

Revitalisasi fisik dilakukan dengan pembangunan pasar baru atau renovasi bangunan fisiknya.

## 2) Revitalisasi Non Fisik

Revitalisasi non fisik yaitu revitalisasi yang berkaitan dengan aspek non fisik, meliputi: revitalisasi manajemen, ekonomi dan revitalisasi sosial. Revitalisasi manajemen berkaitan dengan standar operasional prosedur pelayanan pasar, pembenahan yang mencakup tata cara penempatan pedagang, pembiayaan dan permodalan. Revitalisasi ekonomi bertujuan untuk meningkatkan omzet atau penghasilan pedagang. Sedangkan revitalisasi sosial bertujuan untuk menciptakan keadaan pasar yang menarik, bercitra positif dan mampu meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat.<sup>16</sup>

## c) Pendapatan

Pendapatan atau income adalah hasil penjualan dari faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Faktor-faktor produksitersebut dibeli untuk digunakan sebagai input proses produksi sesuai dengan harga yang berlaku di pasar produksi. Pendapatan atau keuntunagn ekonomi adalah pendapatan total yang diperoleh pengusaha setelah dikurangi oleh biaya produksi.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Kementerian 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 22 September 2023 Pukul 14.00

<sup>17</sup> Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 37

Jadi, pendapatan merupakan keuntungan dari penjualan produk atau barang dagangan yang telah dikurangi dengan biaya produksi. Keuntungan yang maksimal dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya dan memenuhi kebutuhan hidupnya.

Pada dasarnya dalam melakukan usaha terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan seorang pedagang. Menurut Nur Isni Atun, faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang yaitu kondisi dan kemampuan berdagang, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi usaha dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi pendapatan pedagang<sup>18</sup> adapun pengaruh yang peneliti ambil dalam penelitian ini meliputi :

#### 1) Modal

Modal usaha atau yang sering disebut investasi merupakan pengeluaran untuk membeli peralatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Modal adalah uang atau alat tukar yang dimanfaatkan sebagai pokok untuk melakukan perdagangan dan harta benda (berupa uang dan barang) yang berfungsi untuk menghasilkan sesuatu, serta dapat meningkatkan kekayaan dan lain-lain.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Nur Isni Atun, "Pengaruh Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman", *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Vol. 5 No. 04, 2016, hal.324

<sup>19</sup> Nur Inayah, Achmad Tjachja Nugraha, dan Moh. Irvan Septiar Musti, *Pengantar Kewirausahaan: Mengenal, Memahami Dan Mencintai Dunia Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2021), hal. 111.

## 2) Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Dalam proses penjualan, penjual memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli dengan suatu harga tertentu.

## 3) Biaya

Biaya produksi adalah semua pengeluaran perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi yang akan digunakan untuk menghasilkan barang-barang produksi oleh perusahaan tersebut.

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional yang dimaksud dengan "Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pon Trenggalek", adalah apakah dengan adanya revitalisasi pasar tradisional tersebut memberikan dampak yang sama atau berbeda terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon Trenggalek setelah dan sebelum adanya revitalisasi.

## H. Sistematika Skripsi

Pembahasan yang sistematis diperlukan dalam penyusunan skripsi supaya terbentuk pembahasan yang sistematis. Sistematika pada penelitian ini mencakup 3 bagian, yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir :

### 1. Bagian Awal

Meliputi halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata

pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

## **2. Bagian Isi**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Terdiri dari penjelasan teori yang digunakan pada penelitian, adapun teori tersebut menjelaskan tentang perpindahan berbelanja, kualitas produk, kebersihan dan kenyamanan. Kajian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian; populasi, sampling dan sampel penelitian; sumber data, variabel dan skala pengukurannya; teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Terdiri dari hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

### **BAB V PEMBAHASAN**

Berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data

### **BAB VI PENUTUP**

Terdiri dari kesimpulan dan saran atau rekomendasi.

### **3. Bagian Akhir**

Pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat