

**ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG SEBELUM DAN  
SESUDAH REVITALISASI PASAR TRADISIONAL SECANG  
KABUPATEN MAGELANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Program Studi Manajemen**

**STIE Widya Wiwaha**

**Untuk Memenuhi sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh**

**Derajat Sarjana S1 Ekonomi**



**Disusun oleh :**

**Choiriatul Afifah**

**15411536**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**STIE WIDYA WIWAHA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

## LEMBAR PENGESAHAN

### **Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Revitalisasi Pasar Tradisional Secang Kabupaten Magelang**

Nama : Choiriatul Afifah  
NIM : 15411536  
Jurusan : Manajemen

Yogyakarta, 16 September 2019-09-16

Telah Disetujui Dan Disahkan Oleh

Dosen Pembimbing

Dra. Lukia Zuraida, MM

## MOTTO

“Hidup adalah kegelapan jika tanpa hasrat dan keinginan. Dan semua hasrat serta keinginan adalah buta, jika tidak disertai pengetahuan. Dan pengetahuan adalah hampa jika tidak diikuti pelajaran. Dan setiap pelajaran akan sia-sia jika tidak disertai cinta “ (Kahlil Gibran).

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah dengan segala rasa syukur kepada Allah SWT,  
Dengan segenap kerendahan hati penulis persembahkan penelitian Skripsi ini kepada*

*Suami tercinta*

*Anak-anak tercinta*

*Bapak dan Ibu*

*Kakak dan Adek Penulis*

*Teman-Teman dan Segenap Keluarga*

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## ABSTRAK

# ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG SEBELUM DAN SESUDAH REVITALISASI PASAR TRADISIONAL SECANG KABUPATEN MAGELANG

Choiriatul Afifah

Jurusan Manajemen STIE Widya Wiwaha

Keberadaan pasar tradisional di masyarakat beberapa tahun belakangan mengalami penurunan. Untuk menanggulangi hal tersebut pemerintah membuat kebijakan revitalisasi pasar tradisional yang menyeluruh ke seluruh wilayah di Indonesia pada tahun 2014. Dengan adanya revitalisasi diharapkan dapat memperbaiki aspek fisik pasar dan juga aspek manajemen serta aspek ekonomi dengan tujuan dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Salah satu daerah yang sudah melakukan revitalisasi pasar tradisionalnya adalah Kabupaten Magelang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan pedagang sebelum dan sesudah dilakukan revitalisasi di Pasar Secang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode pengumpulan data secara observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian adalah di Pasar Tradisional Secang Kabupaten Magelang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program revitalisasi yang dilakukan pada Pasar Secang berdampak negatif. Dari aspek fisik sudah banyak pedagang yang merasa puas, akan tetapi dari aspek manajemen dan pengelolaan pasar banyak pedagang yang merasa kurang puas, perlu adanya peningkatan dalam pemeliharaan dan pengelolaan Pasar Secang. Dari aspek ekonomi banyak pendapatan pedagang yang menurun, meskipun ada beberapa yang meningkat ataupun tetap. Peran pemerintah untuk dapat memajukan pasar setelah revitalisasi sangatlah penting agar dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang.

Kata Kunci : Pasar Tradisional, Revitalisasi, Pendapatan Pedagang.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, terucap rasa syukur yang teramat karena penulis bisa menyelesaikan skripsi yang sederhana ini dengan judul “Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Revitalisasi Pasar Secang Kabupaten Magelang” dengan lancar tanpa memiliki kesulitan yang berarti.

Dalam penulisan skripsi ini disadari begitu banyak bimbingan, dorongan, saran, bantuan, kritikan dan doa yang penulis dapatkan dari berbagai pihak. Sebab tanpa adanya pertolongan tersebut tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat sesuai dengan waktunya. Oleh karenanya, penulis pun menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Ibu Dra.Lukia Zuraida,MM selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah membimbing penulis dari awal pembuatan proposal sampai penelitian ini bisa terselesaikan dengan baik tanpa hambatan yang berarti.
2. Suami tercinta yaitu Tevi Paniyarto yang selalu memberikan segalanya yang dibutuhkan oleh penulis, selalu memberikan dorongan, dan bantuan secara langsung.
3. Anak-anak tercinta yang selalu bisa mengerti disaat penulis sedang sibuk dengan penelitian dan mengabaikan mereka.
4. Ibu dan Bapak mertua, adik dan kakak, teman-teman yang selalu membantu, memberikan semangat, memberikan ide bagi penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Bapak Ismadi, selaku Kepala Pasar Secang dan Bapak Ma'ruf selaku pegawai Pasar Secang yang sudah membantu penulis dalam melakukan proses penelitian.
6. Pedagang-pedagang di Pasar Secang yang sudah mau berbagi informasi kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
7. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Yogyakarta, September 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
MOTTO .....	iii
PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN TEORITIS DAN KAJIAN PUSTAKA .....	8
A. Tinjauan Studi Terdahulu .....	8
B. Landasan Teori .....	9
D. Kerangka Penelitian .....	30
BAB III METODE PENELITIAN .....	31
A. Metode Penelitian .....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
C. Subjek Penelitian .....	31
D. Jenis dan Sumber Data .....	32
E. Metode Pengumpulan Data .....	32
F. Metode Analisis Data .....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	36
A. Gambaran Umum Pasar Tradisional Secang .....	36
B. Revitalisasi Pasar Secang .....	40
C. Analisis hasil Penelitian .....	44
D. Pembahasan .....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	57

A. Kesimpulan .....	57
B. Saran .....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	59

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Pasar Modern / Retail Tahun 2005-2015....	2
Tabel 1.2	Revitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia Tahun 2015-2018	3
Tabel 1.3	Pasar Tradisional dan Toko Modern di Kabupaten Magelang Tahun 2012-2016.....	5
Tabel 2.1	Tabel Tinjauan Studi Terdahulu.....	8
Tabel 4.1	Jumlah pedagang Pasar Tradisional Secang.....	38
Tabel 4.2	Fasilitas Pasar Tradisional Secang Setelah Revitalisasi.....	42
Tabel 4.3	Pendapatan Pasar Secang Sebelum dan Sesudah Revitalisasi	47

**STIE Widya Wivandana**  
**Jangan Plagiat**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian .....	30
Gambar 4.1	Bangunan Pasar Secang Setelah Revitalisasi .....	41
Gambar 4.2	Pintu Masuk Depan Pasar Secang Setelah Revitalisasi	42
Gambar 4.3	Mushola Di Lantai 3 yang Sudah Dimanfaatkan .....	44
Gambar 4.4	Pendapatan Pedagang Setelah Revitalisasi .....	48
Gambar 4.5	Warung Makan Berada di Sebelah Pintu Masuk .....	51
Gambar 4.6	Lantai 3 Pasar Secang .....	53
Gambar 4.7	Lantai 2 Pasar Secang .....	53
Gambar 4.8	Kios Pakaian Pasar Secang Sepi Pengunjung .....	54
Gambar 4.9	Los Pasar Secang Terlihat Sepi Pembeli .....	54
Gambar 4.10	Indomaret Di Dekat Pasar Secang .....	55
Gambar 4.11	Deretan Ruko-Ruko Di Depan Pasar Secang .....	56

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi di suatu negara dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek, salah satunya yaitu aspek perkembangan perekonomian. Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini bisa diukur dari banyaknya pembangunan pusat perdagangan. Pembangunan pusat perdagangan merupakan salah satu alat ukur yang paling nyata untuk melihat kegiatan ekonomi masyarakat dari suatu wilayah. Pasar sebagai salah satu bagian dari pusat perdagangan dapat dikatakan sebagai pusat pembangunan perekonomian karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan (Adiyadna & Setiawan, 2015). Pusat perdagangan sendiri dapat dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

Sudah sejak lama pasar tradisional memegang peranan yang penting dalam memajukan dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi rakyat di negeri ini. Fungsi penting dari pasar tradisional selain sebagai tempat memasarkan produk-produk masyarakat di sekitarnya, juga merupakan lapangan kerja yang sangat besar bagi masyarakat. Siapa saja memiliki peluang untuk mendapatkan pekerjaan di pasar, karena untuk bekerja di pasar tidak dibutuhkan syarat-syarat khusus misalnya kualifikasi pendidikan, umur, pengalaman kerja dan sebagainya.

Hingga saat ini pasar tradisional dianggap sebagai pondasi dasar perekonomian di setiap wilayah. Pasar tradisional merupakan cerminan dari ekonomi kerakyatan. Pasar tradisional, yang saat ini disebut sebagai pasar rakyat merupakan wadah yang secara langsung dapat dimanfaatkan para petani / nelayan untuk menjual hasil bumi. Dengan demikian dapat memaksimalkan potensi wilayah terkait. Jika dibandingkan dengan pasar modern/pusat perbelanjaan, pasar tradisional memberikan ruang lebih untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat berkembang. Selain itu pasar tradisional juga memiliki kelebihan dalam hal hubungan personal antara penjual dan pembeli dan interaksi sosial yang lebih baik dalam hal tawar menawar harga, dimana hal ini tidak terdapat dalam pasar modern.

Akan tetapi seiring perkembangan zaman eksistensi pasar tradisional di Indonesia semakin meredup. Pasar tradisional kini semakin terdesak dengan perkembangan pasar modern yang terus meningkat setiap tahunnya. Pasar tradisional saat ini oleh sebagian masyarakat sering diidentikkan sebagai tempat yang kumuh, berantakan, becek, pengap dan bau. Pada beberapa daerah, pasar tradisional juga sering disebut-sebut sebagai sumber kemacetan, sebab para pedagang memanfaatkan trotoar dan bahu jalan untuk memasarkan barang dagangannya yang membuat laju kendaraan dan pejalan kaki menjadi terganggu. Selain itu, pasar tradisional saat ini juga sering dikaitkan dengan masalah pencitraan. Beberapa kalangan masyarakat menengah ke atas dan kalangan remaja beranggapan bahwa berbelanja di pasar tradisional dapat menurunkan gengsi mereka.

Kondisi fisik pasar tradisional tersebut menyebabkan turunnya minat pembeli untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari di pasar tradisional. Mereka lebih memilih berbelanja di pasar modern seperti: mal, supermarket, minimarket dan sejenisnya. Apalagi saat ini didukung oleh kehadiran minimarket seperti Alfamart atau Indomaret yang telah memasuki daerah pedesaan, sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara pasar tradisional dengan pasar modern. Maka dari itu, peran pemerintah pusat maupun daerah sangat dibutuhkan untuk memberdayakan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern, dan juga dapat menghilangkan citra negatif terhadap pasar tradisional.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Pasar Modern / Retail Tahun 2005-2015**



Sumber : RHB Securities, Aprindo

Sumber : Aprindo, 2015

Dari data diatas dapat dilihat bahwa perkembangan pasar modern/toko retail dari tahun ke tahun sangat tinggi sehingga jika dibiarkan terus-menerus seperti itu nantinya akan dapat menurunkan keberadaan dan peran dari pasar tradisional. Untuk itu peran dari pemerintah disini sangat diperlukan, untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pasar tradisional tersebut. Salah satunya adalah upaya pemerintah untuk melakukan pembenahan pasar tradisional agar menjadi lebih nyaman, bersih dan sehat dengan pengelolaan yang profesional sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional dan diharapkan dapat bersaing dengan pasar modern.

Revitalisasi pasar tradisional sendiri merupakan program pemerintah melalui Kementerian Perdagangan dan Kementerian Negara Urusan Koperasi dan Usaha Kecil dengan sasaran memberdayakan para pelaku usaha mikro yang selama ini tumbuh di pasar yang belum memiliki fasilitas transaksi tempat usaha yang layak, sehat, bersih, dan nyaman, serta dimiliki dan dikelola oleh pedagang sendiri (BPS, 2015).

Revitalisasi pasar tradisional dilakukan di seluruh provinsi di Indonesia. Walaupun pelaksanaanya tidak bisa serentak, tapi dari tahun ke tahun semakin banyak pasar tradisional yang sudah direvitalisasi, karena program ini terus menerus digencarkan oleh pemerintah. Berikut data jumlah pasar tradisional di Indonesia yang sudah direvitalisasi menurut Kementrian Perdagangan.

**Tabel 1.2**

**Revitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia Tahun 2015-2018**

Provinsi	2015	2016	2017	2018
Bali	10	7	12	33
Jawa	157	137	137	291
Kalimantan	78	48	76	140
Maluku	37	26	45	74
Nusa Tenggara	78	68	54	106
Papua	53	39	63	192
Sulawesi	237	153	156	264
Sumatera	308	230	256	393

Sumber : Kemendag, 2018

Tujuan pembangunan revitalisasi pasar tradisional adalah untuk meningkatkan pendapatan para pedagang juga pelaku-pelaku ekonomi yang ada di masyarakat. Selain itu memudahkan akses transaksi jual beli dengan nyaman di pasar tradisional, sehingga tidak kalah dengan pasar modern. Tujuan dari keberadaan program revitalisasi pasar tradisional adalah sebagai berikut (Kemendag, 2018) :

- 1) Untuk merubah tatanan pasar tradisional agar lebih terstruktur, bersih, dan nyaman;
- 2) Untuk meningkatkan perlindungan terhadap konsumen dan juga kepada para pedagang;
- 3) Untuk mendorong kesadaran pedagang dalam hal menjaga kebersihan produk, kesehatan serta sanitasi;
- 4) Untuk menyadarkan semua pihak yang terlibat bahwa keamanan dan mutu produk sangatlah penting;
- 5) Untuk mempertahankan serta meningkatkan daya saing pasar tradisional.

Kabupaten magelang merupakan sebuah kabupaten di provinsi Jawa Tengah yang memiliki posisi strategis, yaitu berada di jalur utama transportasi Semarang-Magelang-Yogyakarta, Magelang-Purworejo serta Magelang-Temanggung. Magelang berada di 75 km sebelah selatan Semarang dan 43 km sebelah utara Yogyakarta. Karena letaknya yang dekat dengan kota pelajar dan ibukota provinsi, pertumbuhan perekonomian di Kabupaten Magelang juga dipengaruhi oleh kedua kabupaten tersebut. Salah satunya yaitu pertumbuhan dari pasar modern/ toko retail di Kabupaten Magelang yang semakin pesat, mulai mengikuti Yogyakarta dan Semarang yang penuh dengan mal / pusat perbelanjaan. Sebagai contohnya yaitu dibangunnya Artos Mal di pusat kota Magelang, mulai dibuka Alfamart dan Indomaret di pelosok-pelosok desa di Kabupaten Magelang.

Kabupaten Magelang memiliki 81 pasar tradisional yang terdiri dari 21 pasar pemerintah kabupaten dan 61 pasar desa pada tahun 2016. Pasar desa adalah pasar tradisional yang berkedudukan di desa dan dikelola serta dikembangkan oleh pemerintah desa dan masyarakat desa. Jumlah pasar desa ini mengalami peningkatan pada tahun 2013 terdapat 58 pasar, pada tahun 2015 menjadi 60 pasar desa dan pada tahun 2016 menjadi 61 pasar desa. Secara lengkap disajikan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.3**  
**Pasar Tradisional dan Toko Modern di Kabupaten Magelang**  
**Tahun 2012-2016**

NO	URAIAN	TAHUN				
		2012	2013	2014	2015	2016
1.	PASAR TRADISIONAL	80	80	82	81	81
a.	Pasar Pemerintah Kabupaten	22	22	22	21	21
	-Pasar umum	17	17	17	17	17
	-Pasar hewan	2	2	2	2	2
	-Pasar ikan	2	2	2	2	2
	-Pasar kayu	1	1	1	0	0
b.	Pasar Desa	58	58	60	60	61
2.	Pasar Modern	88	42	52	46	46
a.	Minimarket	81	85	45	46	46
b.	Supermarket / Perkulakan/ Grosir	5	5	5	5	5
c.	Pusat perbelanjaan / Mal	2	2	2	2	2

Sumber: Disdagkop UKM Kabupaten Magelang 2017

Pemerintah Kabupaten Magelang melakukan penataan dan pembinaan pasar yang diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Peraturan daerah ini diterbitkan berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor: 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Langkah konkrit pemerintah dalam mewujudkan penataan sesuai dengan peraturan diatas yaitu dengan mengadakan revitalisasi pasar tradisional.

Pasar secang merupakan salah satu pasar tradisional di Kabupaten Magelang yang direvitalisasi oleh pemerintah pada tahun 2015, dan pembangunan berlangsung selama kurang lebih 2 tahun. Pembangunan selesai pada pertengahan tahun 2017, jadi

sampai saat ini pasar baru tersebut sudah ditempati kurang lebih selama 2 tahun. Akan tetapi masih ada beberapa kios yang belum ditempati oleh pedagang.

Program revitalisasi yang berupa perbaikan terhadap kondisi bangunan dan tata kelola pada Pasar Secang memang telah berjalan, namun tingkat keberhasilannya perlu ditinjau dan dievaluasi kembali apakah dengan adanya program revitalisasi pasar tersebut sudah dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang atau belum. Kesejahteraan pedagang dicerminkan oleh peningkatan pendapatan pedagang. Oleh karena itu perlu dianalisis lebih lanjut bagaimana pendapatan pedagang di pasar Secang sebelum dan sesudah revitalisasi dilakukan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedangangi Pasar Secang Kabupaten Magelang, sehingga penulis memutuskan untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG SEBELUM DAN SESUDAH REVITALISASI PASAR TRADISIONAL SECANG KABUPATEN MAGELANG”**.

#### **B. Perumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh revitalisasi Pasar Secang di Kabupaten Magelang terhadap pendapatan para pedagang jika dibandingkan dengan sebelum dilakukan revitalisasi.

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pendapatan pedagang sebelum dan sesudah dilakukan revitalisasi pada Pasar Secang Kabupaten Magelang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

##### **1. Manfaat teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan atau pengetahuan mengenai revitalisasi pasar tradisional, dan bagaimana pengaruhnya terhadap pendapatan padagang pasar yang direvitalisasi.

## 2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi bagi masyarakat dalam berbelanja di pasar tradisional dan juga bagi para pedagang di pasar tradisional tentang menghadapi persaingan yang ada dengan pasar modern.

Selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah setempat dalam hal melakukan pengelolaan pasar tradisional setelah revitalisasi dilakukan.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS DAN KAJIAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Studi Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain baik dalam bentuk skripsi maupun jurnal. Penelitian yang ada telah mendasari pemikiran penulis dalam penyusunan skripsi ini.

**Tabel 2.1**

**Tabel Tinjauan Studi Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Jenis Penelitian
1.	Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Jepon Kabupaten Blora	Rosa Dahniar	2018	Kuantitatif-Deskriptif
2.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul	Budi Wahyono	2017	Kuantitatif-Deskriptif
3.	Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Renovasi Pasar Tradisional Di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur	Tuma Yana	2019	Kualitatif-Deskriptif
4.	Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Relokasi Ke Pasar Indukdi Kota Medan (Studi Kasus	Nurul Adawiyah Hasibuan	2017	Kualitatif-Deskriptif

	Pasar Sutomo Medan)			
5.	Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Pemberdayaan Pedagang Pasar Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung	Adreina Putri Anggreini	2018	Kualitatif-Deskriptif
6.	Analisis Daya Saing Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern Di Sukoharjo	Eling Widiatmoko	2018	Kualitatif-Deskriptif

## B. Landasan Teori

### 1. Konsep Pasar

#### a. Definisi Pasar

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya (Permendag No: 70/M-DAG/PER/12/2013). Berdasarkan UU No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, pasar adalah lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan transaksi penjualan.

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang melakukan tawar-menawar hingga terjadi transaksi. Transaksi sendiri merupakan kesepakatan dalam kegiatan jual-beli yang mempunyai syarat adanya barang yang diperjualbelikan, ada pedagang yang menjual barang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang serta tidak adanya paksaan dari pihak manapun. Keberadaan pasar akan mempermudah seseorang untuk memperoleh barang dan jasa kebutuhannya sehari-hari.

Menurut Mulyani, dkk (2009) pasar memiliki tiga fungsi yaitu:

#### 1) Pembentukan nilai harga

Pasar berfungsi untuk pembentukan harga (nilai) karena pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang kemudian saling menawar dan akhirnya membuat kesepakatan suatu harga. Harga atau nilai ini merupakan suatu hasil dari proses jual beli yang dilakukan di pasar.

#### 2) Pendistribusian

Pasar mempermudah produsen untuk mendistribusikan barang dengan para konsumen secara langsung. Pendistribusian barang dari produsen ke konsumen akan berjalan lancar apabila pasar berfungsi dengan baik.

### 3) Promosi

Pasar merupakan tempat yang paling cocok bagi produsen untuk memperkenalkan (mempromosikan) produk-produknya kepada konsumen. Karena pasar akan selalu dikunjungi oleh banyak orang, meskipun tidak diundang.

Sedangkan dilihat dari berbagai segi bidangnya (Darwis,1984) , fungsi pasar dapat dilihat dari tiga segi yaitu :

#### 1. Segi Ekonomi

Merupakan tempat transaksi antara produsen dan konsumen yang merupakan komoditas untuk mawadahi kebutuhan sebagai *demand* dan *suplai*.

#### 2. Segi Sosial Budaya

Merupakan kontrak sosial secara langsung yang menjadi tradisi suatu masyarakat yang merupakan interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal.

#### 3. Segi Arsitektur

Menunjukkan ciri khas daerah, yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan dan artefak yang dimiliki.

ciri – ciri pasar,antara lain :

1. Terdapat calon pembeli dan penjual.

2. Terdapat jasa ataupun barang yang hendak untuk diperjualbelikan.

3. Terdapat proses permintaan serta penawaran oleh kedua pihak.

4. Terdapat interaksi diantara pembeli dan penjual baik itu secara langsung ataupun tidak langsung.

### **b. Jenis-Jenis Pasar**

Jenis Pasar menurut Perda Yogyakarta No 2 Tahun 2001 tentang pasar, berdasarkan barang dagangannya, pasar dapat dibedakan menjadi 2 yaitu :

#### 1. Pasar Umum

Dimana dagangan pasar yang diperjual belikan lebih dari satu jenis dagangan. Dagangan yang terdapat pada pasar ini meliputi barang kebutuhan sehari-hari.

## 2. Pasar Khusus

Pasar dengan barang dagangan yang sebagian besar terdiri dari satu jenis dan kelengkapannya saja.

Sedangkan Hentiani (2011) membagi jenis-jenis pasar menjadi sebagai berikut:

### 1) Jenis Pasar Menurut Jenis Barang

Jenis-jenis pasar menurut jenis barangnya, yaitu beberapa pasar yang hanya menjual satu jenis barang tertentu, misalnya:

- a. Pasar Hewan
- b. Pasar Sayur
- c. Pasar Ikan dan Daging
- d. Pasar Loak
- e. Pasar Seni

### 2) Jenis Pasar Menurut Bentuk Keegiatannya.

Menurut bentuk kegiatannya, pasar dibagi menjadi 2 yaitu pasar nyata dan pasar abstrak.

- a) Pasar Nyata adalah pasar dimana barang-barang yang akan diperjualbelikan dan dapat dibeli oleh pembeli. Contoh: pasar tradisional dan pasar swalayan.
- b) Pasar Abstrak adalah pasar dimana para pedagangnya tidak menawar barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung tetapi hanya dengan menggunakan surat dagangannya saja. Contoh: pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.

### 3) Jenis Pasar Menurut Keleluasaan Distribusi

Menurut keleluasaan distribusi barang yang dijual, pasar dapat dibedakan menjadi:

#### a) Pasar Lokal

Pasar lokal adalah pasar yang menjual barang-barang untuk kebutuhan masyarakat sekitar. Misalnya, pasar sayuran, pasar bunga, dan pasar ikan.

#### b) Pasar Daerah

Pasar daerah adalah pasar yang menjual hasil produksi pada daerah tertentu. Biasanya dalam pasar ini berkumpul parapedagang menengah yang melayani pedagang-pedagang kecil atau eceran. Misalnya, pasar sepatu di Manding.

#### c) Pasar Nasional

Pasar nasional adalah pasar yang memperdagangkan barang-barang yang konsumennya meliputi seluruh wilayah negara. Misalnya, pasar modal, bursa efek dan bursa tenaga kerja

#### d) Pasar Internasional

Pasar internasional adalah pasar yang memperdagangkan barang-barang yang konsumennya meliputi dunia internasional. Misalnya, pasar internasional karet di Singapura, pasar wol di Sydney, pasar kopi di Santos (Brazil) dan pasar gandum di Kanada.

#### 4) Pasar Menurut Waktu

##### a) Pasar Harian

Pasar harian adalah tempat pasar dimana pertemuan antara pembeli dan penjual yang dapat dilakukan setiap hari. Pada pasar ini biasanya yang diperdagangkan barang-barang kebutuhan konsumsi, kebutuhan produksi, kebutuhan bahan-bahan mentah dan kebutuhan jasa.

##### b) Pasar Mingguan

Pasar mingguan adalah pasar dengan proses jual beli dilakukan setiap seminggu sekali. Biasanya pasar seperti ini terdapat di daerah yang masih jarang penduduk, seperti di pedesaan.

##### c) Pasar Bulanan

Pasar bulanan adalah pasar yang diselenggarakan sebulan sekali, terdapat di daerah tertentu. Biasanya pembeli di pasar ini membeli barang tertentu yang kemudian akan dijual kembali, seperti pasar hewan.

##### d) Pasar Tahunan

Pasar tahunan adalah pasar yang dilakukan setiap satu tahun sekali. Biasanya bersifat nasional dan diperuntukkan bagi promosi terhadap suatu produk/barang baru. Misalnya, Pekan Raya Jakarta, Pameran Pembangunan, Pasar malam menjelang Hari Raya Idul Fitri dan lain-lain.

#### 5) Jenis - jenis Pasar menurut Transaksi

Jenis pasar ini dibedakan menjadi pasar tradisional serta pasar modern.

1. Pasar Tradisional menurut peraturan presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007 pasar tradisional didefinisikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, baik oleh pemerintah daerah, pihak swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) termasuk

kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

2. Pasar modern merupakan pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa mall, supermarket, *departement store* dan shopping centre dimana pengelolanya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan dan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada disatu tangan, bermodal relatif kuat dan dilengkapi label harga yang pasti. Sedangkan pasar modern adalah jenis pasar dimana penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Contoh dari pasar modern adalah pasar swalayan, *hypermarket*, *supermarket* dan minimarket. Ciri-ciri pasar modern antara lain harga sudah tertera dan diberi *barcode*, barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahan lama, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (swalayan), ruangan ber-AC, nyaman tidak terkena terik panas matahari, tempat bersih serta tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang. Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tidak ada tawar menawar lagi.

#### 6) Jenis - jenis Pasar Menurut Bentuk serta Struktur

Jenis pasar ini dapat dibedakan menjadi 4 macam yaitu pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, pasar oligopoli, serta pasar monopoli.

##### 1. Pasar Persaingan Sempurna

Jenis pasar persaingan sempurna dapat disebut juga pasar persaingan murni yaitu merupakan pasar di mana terdapat banyak pembeli dan penjual serta mereka sudah mengetahui keadaan pasar. Pasar persaingan sempurna mempunyai beberapa ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Barang yang diperjualbelikan sifatnya homogen (sejenis).
- b. Pembeli ataupun penjual mempunyai informasi yang lengkap mengenai pasar.
- c. Terdapat banyak pembeli dan penjual.
- d. Harga yang sudah ditentukan oleh pasar.
- e. Semua faktor produksi dapat bebas keluar masuk pasar.

f. Tidak terdapat campur tangan dari pemerintah.

Kelebihan pasar persaingan sempurna :

- Pembeli dapat dengan bebas memilih produk.
- Tidak terdapat hambatan dalam mobilitas berbagai macam sumber ekonomi dari suatu usaha ke usaha lainnya.
- Dapat memaksimalkan efisiensi.
- Kebebasan memilih dan bertindak.

Kelemahan pasar persaingan sempurna :

- Tidak mendorong inovasi.
- Membatasi pilihan konsumen atau pembeli dalam satu barang tertentu.
- Persaingan sempurna yang memberikan ongkos sosial.
- Distribusi pendapatan yang tidak merata.

Contoh dari pasar persaingan sempurna adalah pasar berbagai jenis hasil pertanian.

## 2. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Pasar jenis ini merupakan kebalikan dari pasar persaingan sempurna. Untuk pasar persaingan tidak sempurna merupakan pasar yang terdiri dari sedikit penjual serta banyak pembeli. Pada pasar ini para penjual dapat untuk menentukan harga barang. Barang-barang yang diperjualbelikan tersebut memiliki jenis yang berbeda beda atau terdapat berbagai jenis barang. Jenis-jenis pasar persaingan tidak sempurna mempunyai bentuk-bentuk pasar, antara lain :

### a. Pasar Monopoli

Pasar monopoli merupakan suatu pasar yang terjadi ketika seluruh penawaran terhadap sebuah barang pada pasar yang telah dikuasai oleh salah seorang penjual atau sejumlah penjual tertentu.

Berikut ciri-ciri pasar monopoli :

- Hanya terdapat 1 penjual sebagai pengambil keputusan harga (guna melakukan monopoli pasar).
- Penjual lain tidak dapat menyaingi dagangannya.
- Pedagang lain tidak dapat masuk, hal ini karena adanya hambatan dengan undang-undang atau karena terdapat teknik yang canggih.
- Jenis barang yang diperjualbelikan tersebut hanya semacam.

- Tidak ada campur tangan dari pemerintah dalam masalah penentuan harga.

Kelebihan pasar monopoli :

- Keuntungan penjual yang relatif tinggi.
- Bagi produk yang menguasai hajat hidup orang pada umumnya diatur oleh pemerintah.

Kelemahan pasar monopoli :

- Pembeli atau konsumen tidak terdapat pilihan lain untuk membeli tersebut.
- Keuntungan hanya terpusat ke 1 perusahaan.
- Terjadinya eksploitasi pembeli.

Contoh pasar monopoli : PT Pertamina (persero), dan lain sebagainya.

#### b. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar jenis ini merupakan suatu dengan banyak penjual yang menjual barang yang berbeda corak. Pasar jenis ini banyak dijumpai di sektor perdagangan eceran dan jasa. Misalnya jasa salon, toko kelontong, angkutan, dan toko obat.

Pada pasar persaingan monopolistik memiliki ciri-ciri, antara lain :

- Terdapat banyak penjual dan banyak pembeli.
- Barang yang dihasilkan yaitu sejenis, namun coraknya berbeda. Seperti : sabun, minyak goreng, pasta gigi, dan lain sebagainya.
- Terdapat banyak penjual yang memiliki besarnya sama, sehingga tidak terdapat satu penjual yang dapat menguasai pasar.
- Penjual dapat dengan mudah menawarkan barangnya di pasar.
- Penjual memiliki sedikit kekuasaan dalam memengaruhi dan menentukan harga pasar.
- Adanya peluang guna bersaing dalam keanekaragaman jenis barang yang dijual di pasar.

Kelebihan pasar persaingan monopolistik :

- Penjual tidak sebanyak seperti pasar persaingan sempurna.
- Produsen akan terpacu untuk berkreaitivitas.
- Pembeli atau konsumen tidak mudah untuk berpindah dari produk satu ke produk yang lainnya.

Kelemahan pasar persaingan monopolistik :

- Biaya yang mahal untuk ke pasar monopolistik, hal ini karena untuk masuk ke pangsa pasar tertentu dibutuhkan adanya riset dan pengembangan produk.
- Persaingan yang sangat berat, hal ini karena pasar tersebut pada umumnya didominasi oleh berbagai jenis produk ternama.

### c. Pasar Oligopoli

Pasar jenis ini merupakan pasar yang terdiri dari beberapa penjual yang menjual suatu barang tertentu, sehingga penjual yang satu dengan yang lainnya dapat memengaruhi harga. Seperti : perusahaan rokok, perusahaan menjual mobil dan sepeda motor, perusahaan semen, dan industri telekomunikasi. Pasar oligopoli memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- Hanya terdapat sedikit penjual saja, sehingga keputusan dari salah satu penjual di pasar tersebut dapat memengaruhi penjual lainnya.
- Produk-produknya yang berstandar.
- Kemungkinan terdapat penjual lain untuk masuk ke pasar masih terbuka.
- Adanya peran iklan yang sangat besar dalam penjualan produk tersebut.

Kelebihan pasar oligopoli :

- Barang yang dihasilkan memiliki beragam corak.
- Efisiensi di dalam menggunakan sumber daya.
- Pengembangan teknologi serta inovasi.

Kelemahan pasar oligopoli :

- Adanya persaingan harga yang ketat.
- Banyaknya rintangan yang kuat guna masuk ke pasar oligopoli.

## 2. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, BUMN dan BUMD termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki / dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli dagangan melalui tawar menawar (BPS, 2017).

Sedangkan menurut Peraturan Menteri Perdagangan No 37/M-DAG/PER/5/2017 Pasar Tradisional adalah suatu area tertentu tempat bertemunya pembeli dan penjual,

baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan proses jual beli berbagai jenis barang konsumsi melalui tawar menawar.

Sebagai bagian dari infrastruktur strategis dalam urat nadi perekonomian nasional, peran pasar tradisional sangatlah signifikan untuk menjalankan berbagai fungsinya, antara lain (BSN, 2014) :

- memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah;
- meningkatkan kesempatan kerja;
- menyediakan sarana berjualan, terutama bagi pelaku usaha UMKM;
- menjadi referensi harga bahan pokok yang mendasari perhitungan tingkat inflasi dan indikator kestabilan harga;
- meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah); dan
- sebagai salah satu sarana pelestarian budaya setempat; serta hulu sekaligus muara dari perekonomian informal yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia.

Sedangkan menurut Telaah Utama yang diterbitkan oleh Balakasuka (2004). Pasar tradisional memiliki beberapa fungsi penting yang tidak dapat digantikan begitu saja oleh pasar modern. Fungsi tersebut yaitu:

1. Pertama, pasar tradisional merupakan tempat dimana masyarakat berbagai lapisan memperoleh barang-barang kebutuhan harian dengan harga yang relatif terjangkau, karena memang sering kali relatif lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pasar modern. Dengan kata lain pasar tradisional merupakan pilar penyangga ekonomi masyarakat kecil.
2. Kedua, pasar tradisional merupakan tempat yang relatif lebih bisa dimasuki oleh pelaku ekonomi lemah yang menempati posisi mayoritas dari sisi jumlah. Pasar tradisional jauh bisa diakses oleh sebagian besar pedagang terutama yang bermodalkan kecil.
3. Ketiga, pasar tradisional merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah lewat retribusi yang ditarik dari para pedagang.
4. Keempat, akumulasi aktivitas jual beli di pasar merupakan faktor penting dalam perhitungan tingkat pertumbuhan ekonomi baik pada skala lokal, regional maupun nasional.
5. Kelima, pasar tradisional merupakan ruang penampakan wajah asli masyarakat yang saling bergantung karena saling membutuhkan.

6. Keenam, pasar tradisional adalah tempat bagi masyarakat terutama dari kalangan bawah, untuk melakukan interaksi sosial dan mereka mendiskusikan informasi atas segenap permasalahan yang mereka hadapi.

Terhitung sejak disahkannya Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, maka pasar tradisional telah berubah penyebutannya menjadi Pasar Rakyat, dengan tetap memperhatikan kekhususan pasar rakyat terkait aspek lokasi yang bersifat tetap berupa toko/kios/los dan bentuk lainnya serta menjadi tempat jual beli dengan proses tawar menawar (BSN, 2014).

Menurut Peraturan Pemerintah No. 20 Tahun 2012, pasar tradisional memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
2. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu dan daging.
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimport hingga keluar pulau atau negara.

### **Jenis-jenis Pasar Tradisional**

Pasar tradisional digolongkan menurut beberapa hal, yaitu:

- a. Menurut Jenis Kegiatannya

Pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

1. Pasar eceran, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.
2. Pasar grosir, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.

3. Pasar induk, pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir dan pusat pembelian.

b. Kegiatan Pelayanan yang Terpusat dan Tersebar

1. Fasilitas perdagangan yang terpusat, dimana aktifitas perdagangan terpusat, secara umum terdiri dari :

a. Perdagangan eceran atau *retail trade*, yang terdiri atas pertokoan dan pasar dengan barang-barang kebutuhan sehari-hari

b. Perdagangan besar atau *whole sale trade*, yang terdiri atas pertokoan, grosir, keagenan. Daerah ini selain berfungsi sebagai pusat pelayanan seluruh kota, juga merupakan pusat pelayanan bagi pemasaran produksi regional dan daerah sekitarnya.

2. Fasilitas yang tersebar, prasarana kegiatan perdagangan yang tersebar, berfungsi sebagai pelayanan lingkungan-lingkungan di dalam kota. Dimana wadah ini di dalam alokasinya adalah di pusat-pusat area pelayanan tersebut dan menjadi satu dengan fasilitas sosial lainnya dan merupakan pusat dari pada lingkungan.

Tingkat pelayanan pasar tersebut dapat dibagi dalam beberapa tingkatan pelayanan :

a. Pasar Regional

- Pasar yang berfungsi memberikan pelayanan antar kota, yang berlokasi di pinggiran kota atau perkotaan sekitar jalan arteri sekunder, kolektor prima pada kawasan perkotaan dan sekitarnya.
- Fasilitasnya berupa perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran kantor-kantor pelayanan umum dan *City Center*.
- Radius pelayanannya yaitu 5-10 km
- Perkiraan kepadatan yaitu 300/ha
- Status pasar adalah pasar kota

b. Pasar Kota

- Adalah pasar yang berfungsi memberikan pelayanan dalam kota
- Berlokasi di pusat kota dan berada di kawasan perdagangan dan jasa.
- Fasilitasnya berupa perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran.

- Populasi pelayanan yaitu kota dan regional
  - Radius pelayanan antara 3-5 km
  - Perkiraan kepadatan antara 200-250/ha
  - Status pasar yaitu Pasar Wilayah
- c. Pasar Wilayah
- Adalah pasar yang berfungsi memberikan pelayanan bagian wilayahkota yang meliputi beberapa lingkungan pemukiman.
  - Fasilitasnya berupa perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran
  - Populasi pelayanan yaitu kota dan regional
  - Radius pelayanan antara 3-5 km
  - Perkiraan kepadatan yaitu antara 200-250/ha
  - Status pasar yaitu Pasar Kota
- d. Pasar lingkungan
- Adalah pasar yang berfungsi memberikan pelayanan meliputi satu lingkungan pemukiman di sekitar pasar tersebut.
  - Fasilitasnya berupa pertokoan, perpasaran, kantor pelayanan umum
  - Populasi pelayanan yaitu antara 70.000-250.000 jiwa
  - Radius pelayanan yaitu antara 5-2 km
  - Perkiraan kepadatan yaitu 100-150/ha
  - Status pasar yaitu merupakan Pasar Wilayah
- e. Pasar Blok atau Pasar Kecamatan
- Adalah pasar yang berfungsi memberikan pelayanan tingkat lokal
  - Fasilitasnya yaitu pertokoan, perpasaran, kantor pelayanan umum
  - Populasi pelayanan yaitu antara 20.000 sampai dengan 70.000 jiwa
  - Radius pelayanan yaitu sekitar 1,5 km
  - Perkiraan kepadatan yaitu antara 80-100/ha
  - Status pasar adalah pasar lingkungan.

c. Menurut Waktu Kejadiannya

Pasar digolongkan menjadi empat jenis:

1. Pasar siang hari yang beroperasi dari pukul 04.00-16.00.
2. Pasar malam hari yang beroperasi dari pukul 16.00-04.00.

3. Pasar siang malam yang beroperasi 24 jam non stop.
4. Pasar darurat, yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penetapan kepala daerah dan diadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu. Seperti : pasar murah Idul Fitri, pasar Maulud.

d. Menurut Status Kepemilikannya

Pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

1. Pasar pemerintah, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah.
2. Pasar swasta, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh badan hukum yang diijinkan oleh pemerintah daerah.
3. Pasar liar, yaitu pasar yang aktivitasnya diluar pemerintahan daerah, yang kehadirannya disebabkan karena kurangnya fasilitas perpasaran yang ada dan letak pasar tidak merata, biasanya dikelola oleh perorangan / ketua RW.

**Fasilitas Fisik Pasar Tradisional**

Fasilitas fisik pasar tradisional terdiri dari delapan elemen, yaitu :

1) Elemen utama

Salah satu elemen utama yang terdapat pada pasar yaitu ruang terbuka. Area ini biasanya digunakan sebagai tempat los-los pedagang non permanen atau area parkir liar yang mulai marak muncul pada saat ini. Elemen utama yang lainnya yaitu ruang tertutup. Ruang tertutup yang dimaksud adalah ruangan yang tertutup atap namun tidak tertutup sepenuhnya oleh dinding atau penyekat ruangan lainnya. Contohnya seperti toko, kios, los, dasaran, kamar mandi dan gudang.

2) Elemen Penunjang

Sarana penitipan kendaraan/parkir, Sarana bongkar muat, Mekanikal Elektrikal, Sarana komunikasi, Sarana penambatan hewan, Jalan khusus, Sarana pengamanan, Sarana *hygiene* dan sanitasi.

3) Elemen Pendukung

Beberapa elemen pendukung yang ada di pasar adalah Pusat Pelayanan Kesehatan dan Penitipan Anak, Pusat Pelayanan Jasa Angkut, Kantor pengelola, Kantor koperasi pasar, Tempat ibadah/mushola/masjid.

4) Jaringan jalan pencapaian

5) Jaringan angkutan manusia dan barang

6) Tempat parkir :

1. Umum : merupakan tempat parkir kendaraan pengunjung yang berupa sepeda, sepeda motor, ataupun mobil.
2. Halte atau terminal : merupakan tempat pemberhentian ataupun pangkalan angkutan umum seperti bus kota, colt, andong, becak dan lain sebagainya.
3. Khusus : merupakan tempat penitipan sepeda atau sepeda motor pedagang.

7) Jaringan utilitas

Jaringan utilitas yang dimaksud adalah saluran listrik, air bersih, hydrant, komunikasi, dan sampah. Selain itu terdapat saluran-saluran air kotor dan limbah yang memenuhi kebutuhan pasar.

8) Fasilitas sosial

Fasilitas sosial seringkali terlupakan pada pasar tradisional saat ini. Salah satu contoh sederhana fasilitas sosial yang dapat diaplikasikan pada pasar tradisional yaitu teras yang dapat digunakan sebagai interaksi sosial. Selain itu, pemberian vegetasi yang dapat dijadikan tempat berteduh dan menjalin interaksi sosial.

### 3. Konsep Revitalisasi Pasar Tradisional

Pembangunan/Revitalisasi Sarana Perdagangan adalah usaha untuk melakukan peningkatan atau pemberdayaan sarana dan prasarana fisik, manajemen, sosial budaya, dan ekonomi atas sarana perdagangan.

Pasar yang dapat dilakukan revitalisasi menurut Peraturan Menteri Perdagangan No 37/M-DAG/PER/5/2017 harus memiliki kriteria :

- a. Area atau tempat yang tetap dan tidak berpindahpindah;
- b. adanya interaksi jual beli barang dagangan yang dilakukan secara terus menerus;
- c. adanya penjual dengan jumlah paling sedikit 30 (tiga puluh) orang;
- d. bangunan belum dalam bentuk permanen atau semi permanen; dan
- e. Pasar Rakyat yang mengalami kerusakan akibat bencana alam, konflik sosial, dan/atau kebakaran.

Program Revitalisasi Pasar Tradisional merupakan salah satu bentuk komitmen Kementerian Perdagangan RI untuk meningkatkan daya saing pasar rakyat, meningkatkan kesejahteraan para pedagang melalui peningkatan omzet, mendukung

kelancaran logistik dan distribusi bahan kebutuhan masyarakat dan mendorong terjadinya penguatan pasar dalam negeri di era persaingan global yang kian terbuka lebar. Tujuan dari revitalisasi pasar tradisional adalah guna meningkatkan pendapatan para pedagang juga pelaku-pelaku ekonomi yang ada di masyarakat. Selain itu juga untuk memudahkan akses transaksi jual beli dengan nyaman. Mekanisme pembiayaan revitalisasi/pembangunan pasar rakyat tersebut dilaksanakan melalui beberapa jalur pendanaan yang bersumber dari APBN Kementerian Perdagangan RI.

Maksud dan tujuan revitalisasi atau pembangunan pasar tradisional adalah :

1. Mendorong agar pasar rakyat lebih modern dan mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern, sehingga dapat meningkatkan omset pedagang pasar rakyat.
2. Meningkatkan pelayanan dan akses yang lebih baik kepada masyarakat konsumen, sekaligus menjadikan pasar rakyat sebagai penggerak perekonomian daerah.
3. Mewujudkan Pasar rakyat yang bermanajemen modern, lebih bersih, sehat, aman, segar, dan nyaman, sehingga dapat menjadi tujuan tetap belanja konsumen serta referensi dalam pembangunan pasar-pasar lainnya. Konsep dan Prinsip Revitalisasi Pasar Rakyat Program revitalisasi pasar rakyat Kemendag RI bukan hanya menyentuh perbaikan dari sisi perbaikan fisik saja, melainkan juga dari sisi ekonomi, sosial budaya dan manajemen.

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan No 37/M-DAG/PER/5/2017 pembangunan/revitalisasi pasar tradisional dilakukan melalui:

- a) revitalisasi fisik; merupakan upaya perbaikan dan peningkatan sarana dan prasarana fisik pasar tradisional dengan berpedoman kepada:
  - SNI pasar rakyat atau perubahannya
  - desain Prototipe pasar rakyat;
  - ketentuan mengenai kebersihan, kesehatan, keamanan, dan lingkungan (K3LH);
  - kemudahan akses transportasi.
- b) revitalisasi manajemen; merupakan upaya perbaikan manajemen pengelolaan pasar tradisional dengan berpedoman kepada:

- SNI pasar rakyat atau perubahannya;
  - upaya peningkatan profesionalisme pengelola pasar tradisional;
  - upaya pemberdayaan pelaku usaha perdagangan;
  - upaya penerapan standar operasional prosedur pengelolaan dan pelayanan pasar tradisional;
  - upaya penerapan ketentuan produk yang diperdagangkan harus bebas dari bahan berbahaya.
- c) revitalisasi ekonomi; merupakan upaya perbaikan intermediasi hulu ke hilir pasar tradisional, melalui:
- penerapan ketentuan produk yang diperdagangkan harus bebas dari bahan berbahaya;
  - peningkatan akses terhadap pasokan barang, khususnya terhadap barang kebutuhan pokok;
  - peningkatan instrumen stabilisasi harga, khususnya terhadap barang kebutuhan pokok;
  - program membangun konsumen cerdas.
- d) revitalisasi sosial budaya merupakan upaya perbaikan dan peningkatan sistem interaksi sosial budaya antarpemangku kepentingan pasar tradisional, melalui:
- penyediaan ruang terbuka untuk interaksi sosial;
  - program untuk menjadikan pasar rakyat sebagai etalase produk lokal;
  - pemanfaatan pasar rakyat sebagai tempat pertunjukan budaya;
  - pembinaan terhadap pedagang kaki lima.

SNI pasar rakyat merupakan suatu standar untuk pasar tradisional yang diterbitkan oleh Badan Standarisasi Nasional (BSN) yang isinya fokus pada sisi pemenuhan terhadap persyaratan-persyaratan meliputi persyaratan umum, persyaratan teknis dan persyaratan pengelolaan yang harus dimiliki oleh pasar rakyat (BSN, 2014).

Persyaratan umum antara lain meliputi :

- lokasi pasar, terkait aspek legalitas, kemudahan akses oleh pelanggan, lokasi bebas banjir dan ancaman bencana tanah longsor;
- kebersihan dan kesehatan, terkait fasilitas dan peralatan ruang dagang serta fasilitas pendukung pasar. .

Adapun persyaratan teknis meliputi :

- ruang dagang;
- aksesibilitas dan zonasi, termasuk didalamnya penyediaan area parkir dan area bongkar muat barang serta ukuran koridor antar toko/kios/los;
- ketersediaan pos ukur ulang dan sidang tera ulang; dan
- fasilitas umum, yang meliputi: pengaturan ketersediaan kantor pengelola; toilet; ruang menyusui, kamera keamanan, ruang peribadatan, pos kesehatan, pos keamanan dan area penghijauan;
- elemen bangunan;
- keselamatan bangunan;
- pencahayaan;
- sirkulasi udara;
- sistem drainase;
- ketersediaan air bersih;
- pengelolaan air limbah;
- pengelolaan sampah; dan
- dukungan sarana telekomunikasi.

Sementara itu persyaratan pengelolaan pasar rakyat akan mencakup pemenuhan terhadap aspek:

- azas pengelolaan pasar;
- tugas pokok dan fungsi pengelola pasar;
- prosedur kerja pengelola pasar;
- SDM pengelola pasar;
- pemberdayaan pedagang; dan
- pembangunan/pengembangan pasar.

Pemerintah berharap manfaat revitalisasi langsung bisa dirasakan oleh masyarakat luas, terutama guna mendukung basis ekonomi daerah. Maka dari itu, pasar-pasar rakyat yang telah direvitalisasi diharapkan dapat dijadikan model oleh pemerintah-pemerintah daerah dalam pembangunan dan pengembangan pasar rakyat lain di masa yang akan datang.

## 4. Konsep Pendapatan

### a. Definisi Pendapatan

Winardi (2002) menyatakan bahwa pendapatan adalah semua penghasilan yang diperoleh dari pihak lain sebagai tanda balas jasa yang diberikan dimana penghasilan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau perseorangan. Pendapatan merupakan suatu tujuan utama dari perusahaan karena dengan adanya pendapatan maka operasional perusahaan kedepan akan berjalan dengan baik atau dengan kata lain bahwa pendapatan merupakan suatu alat untuk kelangsungan hidup perusahaan. Winardi juga mengemukakan pengertian pendapatan adalah sebagai saluran penerimaan baik berupa uang maupun barang baik dari pihak lain maupun dari hasil sendiri yang dimulai dengan sejumlah uang atau jasa atas dasar harga yang berlaku pada saat itu. Pendapatan adalah semua penghasilan yang diterima setiap orang atau kelompok dalam kegiatan ekonomi dalam satu periode tertentu (Mahmudi, 2006).

Menurut Suroto (2000), pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung.

Sedangkan menurut Jaya (2011), pendapatan dari seorang warga masyarakat adalah hasil penjualannya dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya pada sektor produksi. Dan sektor produksi ini membeli faktor-faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input proses produksi dengan harga yang berlaku di pasar faktor produksi. Harga faktor produksi di pasar faktor produksi (seperti halnya juga untuk barang-barang di pasar barang) ditentukan oleh tarik-menarik antara penawaran dan permintaan.

Berdasarkan pengertian- pengertian yang dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah semua penghasilan yang diperoleh seseorang dari pihak lain sebagai tanda balas jasa yang diberikan, baik berupa uang ataupun barang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau perseorangan.

Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk

membiayai segala pengeluaran dan kegiatan – kegiatan yang akan dilakukan. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (Samuelson dan Nordhaus, 2013).

Setiap faktor produksi yang terdapat dalam perekonomian dimiliki oleh seseorang. Pemiliknya menjual faktor produksi tersebut kepada pengusaha dan sebagai balas jasanya mereka akan memperoleh pendapatan. Tenaga kerja mendapat gaji dan upah, tanah memperoleh sewa, modal memperoleh bunga, dan keahlian keusahawanan memperoleh keuntungan. Pendapatan yang diperoleh masing-masing jenis faktor produksi tersebut tergantung kepada harga dan jumlah masing-masing faktor produksi yang digunakan. Jumlah pendapatan yang diperoleh berbagai faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan sesuatu barang adalah sama dengan harga dari barang tersebut (Sukirno, 2015).

Menurut Sukirno (2015), pendapatan dapat dihitung melalui tiga cara yaitu:

1. Cara pengeluaran, cara ini pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai pengeluaran / perbelanjaan ke atas barang – barang dan jasa.
2. Cara produksi, cara ini pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai barang dan jasa yang dihasilkan.
3. Cara pendapatan, dalam perhitungan ini pendapatan diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh pendapatan yang diterima

#### **b. Jenis-Jenis Pendapatan**

Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan (Suparmoko dalam Artaman, 2015), yaitu :

1. Gaji dan Upah. Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.
2. Pendapatan dari usaha sendiri. Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya – biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

3. Pendapatan dari usaha lain. Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain yaitu pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki seperti rumah, ternak dan barang lain, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain dan pendapatan dari pensiun

Berdasarkan penggolongannya, Badan Pusat Statistik (2014) membedakan pendapatan penduduk menjadi 4 golongan yaitu:

- 1) Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp.3.500.000,00 per bulan.
- 2) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp.2.500.000,00 s/d Rp.3.500.000,00 per bulan.
- 3) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 1.500.000,00 s/d Rp 2.500.000,00 per bulan.
- 4) Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata Rp 1.500.000,00 per bulan.

## 5. Pedagang

Didalam kegiatan perdagangan terdapat beberapa pelaku kegiatan ekonomi, diantaranya yaitu pedagang dan pembeli. Pedagang merupakan orang yang menjalankan usaha dalam bidang penjualan. Pedagang sendiri merupakan pelaku kegiatan ekonomi yang paling berpengaruh dalam sector perdagangan karena berkontribusi sebagai penghubung antara produsen dengan konsumen. Kesejahteraan seorang pedagang dapat diukur melalui pendapatannya.

Pengertian pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut juga saudagar. Pedagang ialah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan produk atau barang yang tidak diproduksisendiri untuk memperoleh keuntungan (Sujatmiko, 2014).

Menurut Erna Sondakh (2016), jenis-jenis Pedagang dapat dibedakan sebagai berikut:

- a) Eksportir

Eksportir adalah seseorang, badan usaha, atau suatu lembaga atau organisasi yang melakukan kegiatan penjualan, pengiriman atau pengeluaran suatu produk dari batas wilayah suatu negara ke negara lain.

b) Importir

Importir adalah seseorang, badan usaha, atau suatu instansi yang melakukan kegiatan pembelian, penerimaan, atau pemasukan suatu barang atau produk dari batas wilayah suatu negara ke negara lainnya yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri.

c) Agen Tunggal atau Perdagangan Besar (Distributor)

Agen tunggal atau perdagangan besar (Distributor) adalah pedagang yang melakukan penjualan kepada pedagang menengah atau grosir dimana distributor ini melakukan pembelian dan mendapatkan barang secara langsung dari produsen.

d) Pedagang Menengah (grosir)

Pedagang Menengah (grosir) adalah pedagang yang membeli barang secara langsung pada agen tunggal atau distributor, atau perusahaan yang bersangkutan, kemudian melakukan penjualan kepada pedagang kecil atau pedagang pengecer, seperti toko, warung, pasar swalayan, dan lain sebagainya.

e) Pedagang Eceran (retailer)

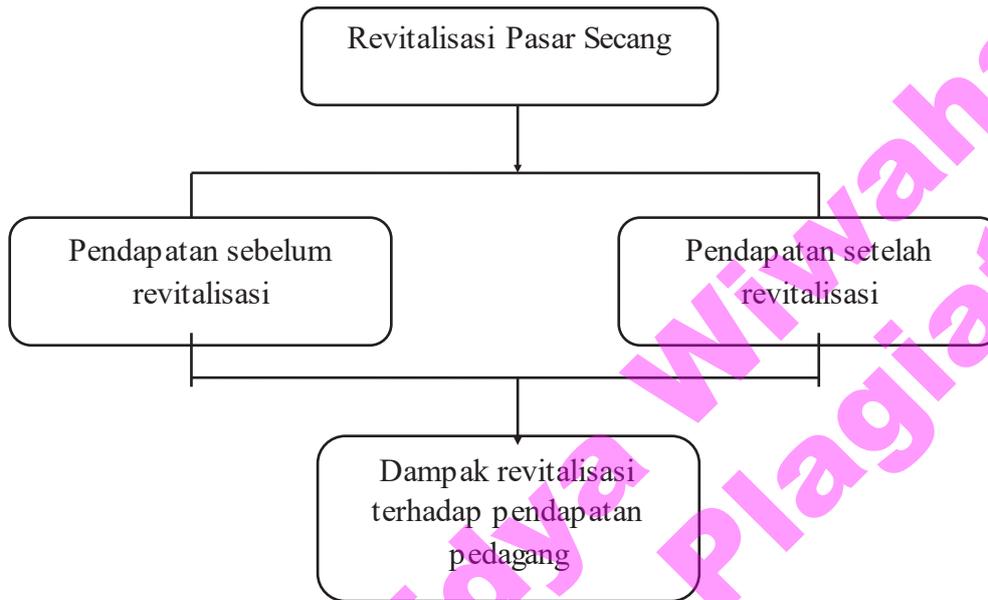
Pedagang eceran (retailer) adalah pedagang yang membeli barang dari pedagang menengah atau grosir dan kemudian menjual kepada konsumen. Pedagang Eceran (retailer) adalah pedagang yang berhubungan langsung dengan konsumen akhir.

### C. Kerangka Penelitian

Untuk lebih memperjelas penelitian dalam mengetahui bagaimana kondisi pasar dan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah revitalisasi pasar tradisional Secang, dapat digambarkan kerangka penelitian sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

**Kerangka Penelitian**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan sosiologi, dimaksudkan untuk menyelidiki apakah konsep yang ditawarkan itu sesuai dengan kondisi objektif masyarakat, pendekatan ini dipergunakan untuk memperjelas dinamika masyarakat.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) yang dimana peneliti merupakan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan triangulasi, analisis data yang bersifat deskriptif kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari generalisasi (Sugiyono, 2013).

#### **B. Tempat dan Waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Desa Secang, Kecamatan Secang Kabupaten Magelang tepatnya di pasar tradisional Secang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli sampai Agustus 2019.

#### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dapat dijadikan sebagai sumber perolehan data dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian berperan sebagai pemberi tanggapan atau informasi terkait dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti secara langsung.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah pedagang pasar tradisional Secang yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berumur dari 20 sampai 60 tahun dengan jenis dagangan yang berbeda-beda, seperti pedagang sembako,

pedagang barang pecah belah, pedagang pakaian, pedagang bahan makanan, pedagang bumbu, pedagang sayur, pedagang ikan dan alin-lain.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan data sebagai berikut:

##### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Data primer dapat didefinisikan juga sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Data tersebut bisa diperoleh langsung subjek yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan. Penelitian ini akan mengambil data primer yang akan diperoleh langsung dari pedagang Pasar Secang Kabupaten Magelang.

##### **b. Data Sekunder**

Secara singkat data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder dapat didefinisikan juga adalah data yang telah lebih dulu dikumpulkan atau dilaporkan oleh orang atau instansi diluar dari penelitian sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu data asli. Antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil penelitian yang berwujud laporan dan sebagainya. Data ini berkaitan dengan revitalisasi pasar tradisional dan pendapatan pedagang.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2013) metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Wawancara, menurut Narbuko dan Achmadi (2005) wawancara adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Dalam penelitian ini menggunakan instrumen berupa pedoman wawancara yang berfungsi sebagai acuan dalam proses wawancara agar wawancara lebih terarah, sehingga proses wawancara yang dilakukan dapat berjalan dengan baik.

Metode wawancara ditujukan kepada pedagang di Pasar Secang dengan tujuan untuk memperoleh data tentang pendapatan pedagang di Pasar Secang.

2. Metode Dokumentasi, menurut Sugiyono (2013) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan metode dokumentasi adalah jumlah dan nama pedagang yang diperoleh dari kantor Pasar Secang, dan foto-foto dokumentasi saat penelitian yang berhubungan dengan aktivitas yang dilakukan pedagang di Pasar Secang.
3. Metode Observasi, menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa, *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh data tentang keadaan di Pasar Secang, khususnya pedagang yang ada dan aktivitas yang dilakukan pedagang di Pasar Secang dari proses berdagang di Pasar Secang tersebut.
4. Triangulasi, dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

#### **F. Metode Analisis Data**

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2013), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Metode analisis data deskriptif kualitatif dalam suatu penelitian kualitatif berguna untuk mengembangkan teori yang telah dibangun dari data yang sudah didapatkan di lapangan.

Dalam menganalisis data harus diproses sesuai dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pengolahan Data

Data yang sudah terkumpul di dalam tahap pengumpulan data, kemudian perlu diolah kembali. Pengolahan data tersebut memiliki tujuan agar data lebih sederhana, sehingga semua data yang telah terkumpul dan menyajikannya sudah tersusun dengan baik dan rapi kemudian baru dianalisis.

Tahap-tahap dalam pengolahan data :

- a. Penyuntingan (editing) merupakan kegiatan memeriksa seluruh daftar pertanyaan yang dikembalikan responden.
- b. Pengkodean (coding) adalah kegiatan Setelah dilakukannya penyuntingan data, kegiatan berikutnya yaitu Pengkodean yang dilakukan dengan menggunakan cara memberikan simbol atau tanda yang berupa angka terhadap jawaban responden yang diterima.
- c. Tabulasi (tabulating) merupakan kegiatan menyusun dan juga menghitung data dari hasil pengkodean, kemudian akan disajikan dalam wujud tabel.

## 2. Penganalisisan Data

Apabila proses pengolahan data telah selesai, maka proses selanjutnya yaitu analisis data. Tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan dan juga memudahkan data untuk ditafsirkan. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama lapangan, dan setelah selesai lapangan. Tahap analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum yaitu:

- a. Reduksi Data, dimana penulis merangkum, memilih hal-hal pokok kemudian difokuskan pada hal-hal yang penting, kemudian dicari tema dari pokok permasalahan kemudian membuang yang tidak perlu.
- b. Penyajian Data, yaitu penyajian dalam bentuk uraian singkat atau teks yang bersifat naratif. Dengan penyajian data maka akan memudahkan penulis untuk lebih memahami tentang apa yang terjadi dan menyusun perencanaan berdasarkan apa yang telah dipahami.

## 3. Penafsiran Hasil Analisis

Kemudian bila data sudah selesai dianalisis, kegiatan yang harus dilakukan yaitu menafsirkan hasil analisa data tersebut. Tujuan penafsiran analisis ini adalah untuk menarik kesimpulan dari penelitian kualitatif yang telah dilakukan.

Penarikan kesimpulan ini dilakukan dengan cara membandingkan hipotesis yang sudah dirumuskan dengan hasil analisa data yang sudah diperoleh. Akhirnya,

peneliti bisa menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak hipotesis yang sudah dirumuskan.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**