

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia adalah negara yang memiliki daya pembangunan yang cukup intensif. Dalam pembangunan ini meliputi beberapa aspek yaitu aspek politik, aspek ekonomi, aspek hukum, aspek sosial budaya dan lain sebagainya. Proses pembanguan tersebut merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan potensi yang ada di Indonesia dalam rangka mewujudkan kesejahteraan dan kemaslahatan hidup masyarakat serta mendorong Indonesia menuju ekonomi raksasa dunia.

Ketidakmerataanya kepemilikan aset produktif yang dimiliki oleh setiap orang merupakan salah satu penyebab ketidakmerataanya pendapatan (Todaro, 2006). Masalah ketimpangan distribusi pendapatan dapat dilihat dari ekonomi masyarakatnya. Hal ini menimbulkan berbagai polemik baru di tengah-tengah masyarakat atas kinerja pemerintah dalam menanggulangi kesenjangan sosial jika tidak segera diatasi. Sistem yang tidak *pro poor* hanya akan menciptakan kemakmuran bagi golongan tertentu saja. Situasi semacam ini adalah fakta konkret atas ketidakberdayaan masyarakat kelas bawah dengan menjamurnya sistem kapitalis yang sudah menggurita. Bagi masyarakat yang mencari penghidupan dalam berdagang, dengan keahlian dan modal atau tingkat pendidikan mereka yang minim hal ini akan mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan di peroleh bagi pedagang.

Perkembangan perekonomian Indonesia saat ini dapat diukur oleh maraknya pembangunan pusat perdagangan. Keberadaan pusat perdagangan merupakan indikator paling nyata dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Menurut bentuk fisik pusat perdagangan dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pedagang pasar tradisional merupakan kegiatan sektor informal yang memiliki peran penting dalam pengembangan masyarakat dan pembangunan ekonomi suatu negara. Sektor informal (Todaro dan Smith, 2011) merupakan:

“Bagian dari perekonomian negara-negara berkembang yang dicirikan dengan adanya usaha kecil kompetitif perorangan atau keluarga, perdagangan kelontong dan layanan remeh temeh, berorientasi padat karya, tanpa adanya hambatan masuk, serta dengan harga faktor dan produk yang ditentukan pasar”

Pasar merupakan salah satu pemegang peranan vital perekonomian nasional. Maka dari itu pasar adalah kunci dalam melakukan perdagangan agar mencapai perekonomian nasional yang maksimal. Kedudukan pasar juga mampu menopang aksesibilitas pelaku ekonomi (konsumen, produsen, dan pemerintah) untuk memperoleh pendapatan serta kebutuhan. Kegiatan ekonomi dipasar, juga mampu menciptakan kesempatan kerja baru. Disamping itu, para pelaku ekonomi ini sebagian besar mata pencahariannya mengandalkan dari kegiatan ekonomi pasar, baik untuk mencari pendapatan maupun memenuhi kebutuhan. Pasar masih menjadi pusat ekonomi guna mendorong akselerasi pembangunan dan jantung ekonomi masyarakat.

Selain itu, pasar juga berperan sebagai pengendali harga, dimana harga pasar dijadikan variabel utama sebagai parameter inflasi dan juga pengambil keputusan pemerintah.

Dalam halnya islam telah menjelaskan bagaimana jual beli yang biasa dilakukan didalam pasar yang terdapat pada Q.S An Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Pada saat ini akibat dampak dari perdagangan bebas dunia dan globalisasi telah memicu terjadinya perubahan-perubahan yang cukup signifikan terhadap pembangunan ekonomi. Peran pasar-pasar tradisional yang selama ini notabene menjadi tempat memenuhi kebutuhan masyarakat kelas menengah ke bawah secara perlahan mulai terbenam seiring gencarnya serangan globalisasi melalui pasar-pasar modern seperti mall, supermarket serta pusat perbelanjaan lainnya.

Pada kenyataanya pasar tradisional muncul karena adanya reaksi positif dari masyarakat. Para pedagang sektor informal ini kemunculannya tidak terstruktur dan tanpa disadari bermula dari satu pedagang hingga semakin bertambah banyak yang pada akhirnya menciptakan “pasar

tumpah” dan berkembang menjadi pasar tradisional. Hadirnya pedagang tradisional dengan berbagai latar belakang sosial yang majemuk baik jenjang pendidikan yang rendah, kompetensi yang sederhana serta berasal dari keluarga dengan ekonomi rendah namun mempunyai semangat berjuang dan daya *survive* dalam mencari rezeki di tengah-tengah masyarakat kota.

Perda DIY No.8 tahun 2011 menyebutkan pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar tradisional adalah pasar yang berupa tempat usaha yang berbentuk toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan melalui proses jual beli barang dagangan dengan tawar-menawar. Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Pasar Kabupaten Sleman terus berupaya merevitalisasi pasar tradisional sebagai upaya peningkatan daya saing pasar dan memperbaiki jalur distribusi komoditas yang diperjual-belikan dipasar tradisional serta memodernisasi infrastruktur.

Pasar di Kabupaten Sleman sendiri begitu banyak dan luas pasar yang begitu beragam. Dari setiap kecamatan ada 1 bahkan 3 pasar untuk memenuhi kebutuhan para penduduk wilayah Sleman serta para turis. Dikarenakan setiap pasar pasti memiliki produk unggulan masing-masing. Yang mana, bisa dari UMKM di Kabupaten Sleman sendiri.

Tabel 1. 1 Jumlah Pedagang Pasar Tradisional di Kabupaten Sleman

NO	PASAR	JUMLAH PEDAGANG	Luas (m2)
1	Prambanan	2108	28.500
2	Godean	1940	12.920
3	Tempel	1471	32.249
4	Sleman	1327	18.822
5	Gamping	1220	10.150
6	Pakem	1085	7.276
7	Cebongan	794	6.211
8	Kejambon	587	6.943
9	Ngino	517	4.634
10	Jangkang	479	2.639
11	Turi	471	10.334
12	Kalasan	555	9.539
13	Kejambon	893	10.740
14	Tegalsari	390	6.930
15	Condongcatur	593	3.300
16	Gentan	340	6.351

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman.

Menurut tabel 1.1 diatas merupakan pasar dengan jumlah pedagang terbesar di Kabupaten Sleman. Pasar Gamping merupakan pasar terbesar ke-5 di Kabupaten Sleman, yaitu sebesar 1220 pedagang, terbanyak pertama yaitu Pasar Prambanan sebesar 2108 pedagang dan terkecil Pasar Gentan yaitu sebanyak 340 pedagang.

Disamping itu, dari banyaknya pedagang tersebut juga membuktikan bahwa, paling tidak sebanyak 1220 penduduk menggantungkan mata pencahariannya di Pasar Gamping. Jumlah tersebut juga belum ditambah dengan karyawan maupun penduduk yang mencari penghasilan dari kegiatan berdagang di Pasar Gamping tersebut (tukang ojek, kuli, juru parkir, tukang sampah, dll).

Pasar Gamping adalah salah satu pasar tradisional di Kabupaten Sleman tepatnya di Gamping kidul Ambarketawang Gamping Sleman Yogyakarta. Pasar Gamping terdiri dari beberapa blok ada blok depan, blok tengah, kemudian ada blok belakang. Bagian blok depan adalah tempat yang kebanyakan digunakan untuk penjualan sembako, alat-alat rumah tangga, dan sandang. Tetapi di bagian depan juga sudah banyak yang mulai berjualan tas, sepatu, jam, kacamata dan aksesoris lainnya. Biasanya dalam blok depan buka mulai jam 6. Untuk blok tengah depan dan dan blok tengah belakang sama-sama digunakan untuk penjualan pakaian, sandal, sepatu, tas, kerudung dan pernak pernik lainnya. Bedanya jika blok tengah depan keadaan pasar lebih bersih, sudah tertata dan teratur karena adanya pembagian kios-kios. Untuk blok tengah belakang keadaannya tidak sebaik blok tengah bagian depan. Sebenarnya di dalam blok tengah belakang ini juga dibagi dengan model kios-kios, namun penempatan untuk penjualan melebihi dari kios yang sudah ditentukan. Mereka para penjual dalam menjualkan barangnya kadang tidak sesuai pada kios yang ada.

Untuk blok bagian belakang ditempati untuk berjualan kebutuhan rumah tangga seperti sayur mayur, daging, rempah-rempah, bumbu masak, dsb. Blok belakang adalah blok yang paling awal pembukaan, blok ini mulai buka pada jam 5 pagi. Karena sistem dalam Pasar Gamping ini menggunakan model kios, setiap pemilik kios biasanya harus membayar uang sewa. Pembayaran uang sewa biasanya dibayar dimuka sesuai dengan kesepakatan dari si pemilik kios dengan pemerintahan daerah setempat bagian yang mengelola pasar. Apabila luas kios lebih luas dan mudah dikunjungi pengunjung harga sewa lebih mahal dari kios-kios lainnya. Secara singkatnya, semakin luas kios harga sewa kios semakin mahal, namun semakin sempit atau semakin jauh letak kios dari pintu masuk pasar maka harga sewa kios lebih murah. Secara garis besar lingkungan di dalam Pasar Gamping kurang bersih, tak jarang juga kita temui sampah yang berserakan di depan pintu Pasar Gamping, banyak juga genangan air di bagian blok belakang pasar.

Seorang pedagang dapat diukur kesejahteraan hidupnya dari besaran pendapatan, maka dari itu pedagang tradisional dalam usaha mendapatkan pendapatannya banyak dipengaruhi berbagai faktor-faktor yang harus diperhatikan agar kesejahteraannya meningkat dan pendapatan dapat stabil sehingga kegiatan ekonomi dapat berjalan dengan lancar, jumlah pedagang yang ada akan tetap bertahan dan semakin bertambah.

Dalam hal ini pendapatan di dalam Pasar Gamping dapat diukur tingkat kesejahteraannya dengan mengetahui tingkat pendapatan yang

diperoleh oleh para pedagang, pendapatan yang relative rendah dan sedang itu dapat dilihat melalu golongan yang telah ada. Berikut adalah data penggolongan jenis pendapatan menurut Badan Pusat Statistika tahun 2008:

Tabel 1. 2 Penggolongan Pendapatan menurut Badan Pusat Statistika

NO	GOLONGAN	PENDAPATAN
1	Pendapatan sangat tinggi	Rp 3.500.000,00
2	Pendapatan tinggi	Rp2.500.000,00 - Rp 3.500.000,00
3	Pendapatan sedang	Rp 1.500.000,00 – Rp 2.500.000,00
4	Pendapatan rendah	Rp 1.500.000,00

Sumber : BPS (2008)

Untuk melihat seberapa besar jumlah rata rata pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Gamping, peneliti melakukan kegiatan pra survey yang dilakukan sebelum penelitian. Dalam pra survey ini peneliti mengambil 20 sampel pedagang dengan jenis dagangan yang berbeda beda. Pra survey ini dilakukan secara acak untuk melihat pada umumnya pendapatan yang didapat pedagang. Berikut tabel hasil pra survei yang dilakukan peneliti :

Tabel 1. 3 Hasil Survei Jumlah Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Gamping

Jumlah Pedagang	Jenis Dagangan	Pendapatan
7 lapak	Sayuran	> Rp. 1.000.000,00
5 lapak	Sembako	Rp. 1.000.000,00 – Rp. 3.000.000,00
5 lapak	Jajanan tradisional	Rp. 1.000.000,00 – Rp. 1.500.000,00
3 lapak	Perlengkapan rumah tangga	Rp. 1.000.000,00 – Rp. 1.500.000,00
3 lapak	Pakaian	Rp. 1.000.000,00 – Rp. 3.000.000,00

Sumber : hasil pra survei pendapatan dipasar gamping

Dalam hal ini pendapatan merupakan factor yang dapat memperlihatkan bagaimana tingkat kesejahteraan pedagang. Dalam Pasar Tradisional Gamping ini menunjukkan bahwa pendapatan yang dimiliki oleh para pedagang tersebut masih dalam golongan rendah dan sedang. Hal ini dapat disebabkan oleh bagaimana keadaan para pedagang yang masih belum mampu untuk bersaing dan membuat suatu strategi pemasaran yang bagus untuk penjualannya.

Modal merupakan faktor yang sangat penting ketika menjalankan suatu bidang usaha. Modal adalah sumber dana yang digunakan untuk proses produksi suatu barang atau jasa baik secara langsung maupun tidak langsung guna menambah *output*. Modal dapat diperoleh dari internal pedagang atau dari luar pedagang, baik berupa simpan pinjam, kemitraan dan lembaga non formal. Bagi pedagang tradisional permasalahan utama sulitnya mendapat permodalan jikapun ada mereka harus menyerahkan agunan sebagai jaminan atas pinjaman. Persyaratan yang rumit serta tingginya bunga menjadikan para pedagang tradisional mengurungkan niatnya dalam berdagang.

Memilih tempat atau lokasi juga perlu diperhatikan apabila ingin berdagang. Lokasi yang strategis, terjangkau aksesnya sangat menunjang keberhasilan dalam menjual barang dagangan. Karena semakin mudah suatu lokasi dijangkau, konsumen akan merasa senang dan puas dalam membeli suatu barang. Dalam prakteknya bagi para pedagang di pasar tradisional yang tidak mendapat tempat berjualan maka harus pasrah apabila tidak

mendapat lokasi berjualan yang dianggap tidak strategis, dikarenakan kapasitas lapak atau tempat berjualan yang tidak sebanding dengan jumlah pedagang serta lokasi sudah ditentukan oleh dinas terkait maupun pengelola pasar. Hal ini memunculkan permasalahan baru yaitu beberapa pedagang berjualan tidak sesuai pemetaan atau *zoning* wilayah lokasi jenis dagangan.

Dalam berdagang lama usaha juga menjadi pertimbangan suatu usaha agar dapat dikatakan berhasil atau tidak. Faktor ini penting dalam mengelola suatu usaha adalah menentukan lamanya usaha. Lamanya usaha adalah berapa lama suatu pedagang mulai berjualan. Namun belum tentunya semua kios memiliki lama usaha yang sama. Jika ingin memperoleh pendapatan yang tinggi maka diperlukan lama usaha yang tinggi pula. Semakin lama dalam berdagang sebuah kios dan los dipasar maka akan semakin tinggi pula kesempatan untuk memperoleh pelanggan serta pendapatan yang tinggi.

Faktor lain yang menjadi perhatian peneliti adalah tingkat pendidikan. Jenjang pendidikan yang dimaksudkan adalah pendidikan formal maupun pendidikan non formal mulai dari TK, SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi. Dengan tingkat pendidikan yang baik tentunya pedagang mempunyai ketrampilan dan jaringan yang luas, diharapkan mampu menghasilkan pendapatan yang lebih.

Dan terakhir pelayanan pedagang, seperti yang kita ketahui dalam pasar tradisional ini yang menjadi pembeda dengan pasar modern adalah adanya interaksi langsung yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang biasanya mereka lakukan untuk bertransaksi atau tawar menawar. Dalam hal

ini sering kita temui berbagai macam karakter dan etika pedagang dalam melayani pembelinya, hal ini dapat mempengaruhi kenyamanan atau tidaknya para pembeli dalam membeli barang yang dijual yang sehingga dapat mempengaruhi juga menambah dari pendapatan pedagang.

Penelitian yang dilakukan oleh L. B Erlangga Karna & Y. Sri Susilo pada tahun 2011 yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan produsen roti skala kecil dan menengah di kota Balikpapan 2011”. Hasil analisis secara simultan menggunakan variabel nilai produksi, jam kerja, berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, secara parsial variabel nilai produksi, sedangkan variabel lama usaha, pendidikan, dummy usaha tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan produsen roti di kota Balikpapan.

Berbagai penelitian menunjukkan hasil yang berbeda-beda terhadap faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pendapatan pedagang, hal itu terjadi karena ada perbedaan karakteristik responden dan perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Sehingga hasil penelitiannya pun menunjukkan hasil yang tidak sama.

Dengan uraian di atas penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional, oleh karena itu penulis mengambil judul “Determinan Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Gamping.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyusun rumusan masalah adalah modal, lokasi usaha, tingkat pendidikan, lama usaha dan pelayanan pedagang terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Gamping.

1. Bagaimana pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang.
2. Bagaimana pengaruh tingkat pendidikan terhadap pendapatan pedagang.
3. Bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang.
4. Bagaimana pengaruh pelayanan pedagang terhadap pendapatan pedagang.
5. Bagaimana pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pedagang.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi variabel-variabel yang ditelitinya sebagai berikut :

1. Untuk variabel dependen (Y) adalah pendapatan pedagang.
2. Untuk variable independenya adalah modal, tingkat pendidikan, lokasi usaha, pelayanan pedagang, dan lama usaha.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat pendidikan terhadap pendapatan pedagang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan pedagang terhadap pendapatan pedagang.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pedagang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Dunia Akademis

Memberikan informasi yang mendukung teori-teori tentang kesempatan kerja di sektor informal khususnya pedagang kecil maupun menengah yang berada di Pasar Tradisional.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Sebagai masukan dan pertimbangan untuk instansi yang berwenang untuk pengembangan dan pembinaan sektor informal, khususnya dalam pedagang yang berada di pasar tradisional. Kemudian pasar tradisional ini dapat diupayakan menjadi lokasi kegiatan perekonomian yang ada pada masyarakat, yang dapat meningkatkan pendapatan perkapita masyarakat. Sehingga dari pasar tradisional ini dapat memberikan sumbangsih terhadap pembangunan di daerah dan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Sleman.

3. Bagi Masyarakat

Sebagai bentuk gagasan dalam meningkatkan taraf hidup didalam masyarakat yang ada pada golongan ekonomi lemah yang belum memiliki kesempatan kerja.

4. Bagi Pedagang Pasar Tradisional

Dapat memberikan motivasi dan pengarahan tentang bagaimana cara dalam mendapatkan keuntungan yang maksimal dari usaha perdagangan khususnya di dalam pasar tradisional.