

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pasar merupakan salah satu sarana kegiatan perekonomian. Pasar sebagai tempat para pedagang memasarkan barang dagangan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi, atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, dan koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar (Damarmoyo, 2013).

Barang atau produk yang di jual di pasar tradisional sangat beragam mulai dari kebutuhan rumah tangga seperti beras, ikan, sayur, pakaian, hasil kerajinan maupun kebutuhan lainnya. Meskipun latar belakang komunitas yang ada di pasar tradisional berasal dari berbagai kalangan tidak tampak terlihat perbedaan yang jauh antara kaya atau miskin, pejabat atau petani, dosen atau pedagang semua pada posisi seperti dua sisi mata uang yaitu penjual dan pembeli. Selain memiliki persamaan simbol untuk saling berinteraksi seperti bahasa atau dialek yang sama, cara bertegur sapa sesuai budaya mereka, masyarakat pasar tradisional memiliki kesamaan tujuan ekonomi yakni kebutuhan membeli atau kebutuhan menjual barang yang sama. Mereka umumnya datang dari daerah sekitar pasar atau masyarakat

yang tinggal di sekitar pasar tersebut sehingga sangat mudah bagi mereka untuk berkomunikasi satu sama lain. Akan tetapi tidak jarang pula yang datang dari luar daerah, baik sebagai pedagang maupun pembeli yang memiliki kultur, bahasa berbeda namun satu tujuan yakni melakukan transaksi jual beli. Dan pada hakikatnya semua yang terlibat di pasar tradisional sepakat menjalankan kultur budaya yang ada meski ada produk impor namun tetap tindakan mereka lokal (Damarmoyo, 2013).

Era globalisasi dan liberalisasi perdagangan dunia telah memacu terjadinya perubahan drastis terhadap lingkungan bisnis. Hubungan antar negara dan bangsa tidak lagi mengenal batas-batas teritorial, baik dalam segi inventasi, industri, individu dan informasi. Semua penghambat terjadinya lalu lintas perdagangan antar negara dihilangkan. Dalam situasi ini maka persaingan bisnis menjadi lepas kendali dan dikenal dengan istilah *hypercompetition* (D'Aveni, 1994). Persaingan lepas kendali ini diindikasikan dengan munculnya dinamika perdagangan yang semakin agresif di pasar dan tidak ada satupun pasar yang selamanya bebas dari persaingan. Di samping menjadi sasaran globalisasi dunia, Indonesia juga menjadi imbas perkembangan ekonomi global. Dalam hal ini perubahan ekonomi yang cepat mengharuskan para pedagang agar cepat pula merespon perubahan-perubahan tersebut.

Era perdagangan bebas telah membuat para investor menanamkan modalnya dengan mendirikan pasar-pasar modern di Indonesia, seperti mall, plaza, dan sejenisnya. Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap keberadaan

pasar tradisional mengingat banyaknya konsumen yang kini beralih ke pasar-pasar modern. Untuk menghadapi munculnya pasar-pasar modern di atas, pengelola pasar-pasar tradisional haruslah berbenah diri dan menyesuaikan diri dengan tuntutan selera konsumen. Perkembangan selera konsumen menginginkan tempat berbelanja yang bersih, nyaman, dengan harga yang relatif murah, serta mutu barang yang dapat dipertanggungjawabkan. Untuk tujuan ini maka diperlukan adanya program peremajaan atau renovasi pasar tradisional. Kios pasar perlu ditata dengan jarak yang cukup lega bagi konsumen untuk bergerak. Fasilitas kebersihan, keamanan, dan tempat parkir perlu disediakan dengan kondisi yang memadai. Lingkungan sekitar pasar perlu dibenahi agar menarik dan terhindar dari kesan kumuh.

Proses marjinalisasi pedagang pasar tradisional memerlukan kajian serius dari berbagai pihak. Harus disadari dengan seksama bahwa pasar tradisional merupakan lahan usaha pedagang yang sebagian besar terdiri dari golongan ekonomi lemah. Meskipun belum ada pencacahan “resmi” tetapi pedagang berskala kecil ini diduga persentasenya mencapai 90 persen dari populasi unit usaha yang bergerak di sektor perdagangan (Hidayat, 1978). Selain itu, kedudukan para pedagang pasar sebagai penggerak ketahanan ekonomi rakyat merupakan salah satu pilar ketahanan nasional (Depkop, 1986). Dengan demikian, maka tergesurnya pedagang pasar tradisional akan dapat menciptakan situasi kerawanan sosial.

Melalui pemaparan di atas, menjadi jelas bahwa tergesurnya para pedagang pasar tradisional dari lahan berdagangnya lebih disebabkan karena

kurangnya kemampuan investasi para pedagang pasar. Hal ini tentu saja berkaitan erat dengan kondisi tingkat pendapatan yang diperolehnya. Semakin tinggi tingkat pendapatan usahanya maka akan semakin besar pula peluangnya melakukan investasi. Oleh karena itu, pemikiran yang timbul adalah bagaimana agar para pedagang pasar tradisional dapat memperoleh pendapatan pada tingkat yang memungkinkan untuk diinventasikan guna membeli kios apabila suatu saat pasar di pugar atau direnovasi (Asakdiyah, 2004).

Selain itu, faktor-faktor yang sangat penting dalam dunia usaha adalah modal usaha dan lamanya waktu operasi dalam hal ini adalah dana yang dibutuhkan dalam mendirikan sebuah usaha dan adanya hubungan langsung antara jam kerja dengan tingkat penjualan. Pengalaman berusaha juga sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan pedagang pasar, karena lamanya seseorang dalam menekuni bidang usaha atau bisnis akan mempengaruhi kemampuan profesinya.

Pasar tradisional sudah mempunyai kelebihan dibandingkan pasar modern, misalnya harga-harga yang lebih murah dan ketersediaan barang-barang yang belum tentu ada di pasar modern (Rina Indiasuti dkk., 2007). Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di seluruh wilayah Indonesia, di Nusa Tenggara Barat (NTB) Pasar Tradisional yang terbesar adalah Pasar Tradisional Mandalika yang berlokasi di Kota Mataram yang didirikan pada tahun 1976. Namun demikian, kemunculan pasar-pasar modern seperti mall, supermarket, dan sebagainya di Kota Mataram telah memicu persaingan

antara pasar modern tersebut dengan pasar tradisional seperti Mandalika. Berbagai komoditas hasil pertanian dari Pulau Lombok dan Pulau Sumbawa diperdagangkan di pasar ini. Para pedagangnya juga tidak hanya dari Kota Mataram, tapi juga berasal dari seluruh kabupaten/kota di NTB, pasar tradisional Mandalika memiliki luas sekitar 17.871 meter persegi dengan jumlah pedagang sebanyak 1.756 dan jumlah toko sebanyak 97 unit.

Pasar tradisional Mandalika dimanfaatkan oleh kalangan pedagang untuk memasarkan berbagai hasil pertanian dan perkebunan dari sepuluh kabupaten/kota di NTB, bahkan dari Pulau Bali dan Jawa. Selain hasil pertanian, hasil perikanan seperti ikan asin yang didatangkan dari Sulawesi, serta berbagai jenis kebutuhan pokok. Diperkirakan total transaksi perdagangan di pasar tradisional ini mencapai sekitar Rp1,3 miliar per hari.

Berikut data Pasar tradisional berdasarkan kelurahan dan kecamatan di Kota Mataram:

Tabel 1.1 Data Pasar Tradisional Berdasarkan Jumlah Pedagang dan Omzet Perbulan di Kota Mataram

No	Nama Pasar	Jumlah Pedagang (orang)	Omzet per-Bulan (Rp)
1	Mandalika	1.756	87.147.000.000
2	Cakranegara	482	21.735.000.000
3	Pasar Kr. Lelede	151	14.295.000.000
4	Pasar Pagesangan	589	35.340.000.000
5	Pasar Rembiga	55	660.000.000
6	Pasar Dasan Agung	79	17.625.000.000
7	Pasar Kobon Roek	843	34.830.000.000
8	Pasar Sindu	272	12.240.000.000
9	Pasar Sayang-sayang	494	14.295.000.000
10	Pasar Abian Tubuh	185	9.000.000.000
11	Pasar Pagutan	262	7.860.000.000
12	Pasar Ampenan	259	11.655.000.000
13	Pasar Cemare	250	9.000.000.000
14	Pasar Karang Sukun	185	4.162.500.000
15	Pasar Karang Medaen	27	81.000.000
16	Pasar ACC	162	3.375.000.000
17	Pasar Karang Seraya	144	5.400.000.000
18	Pasar Selagalas	70	4000.000.000- 500.000.000
19	Pasar Panglima	65	585.000.000

Sumber : DISKOPERINDAG Kota Mataram (2014)

Jika dilihat dari omzet perbulan yang berjumlah Rp87,147 juta dan jumlah pedagang sebanyak 1.756 yang terdiri dari 520 pedagang laki laki dan 1236 pedagang perempuan serta luas area sebesar 18.671 x 4.194 m<sup>2</sup>, pasar Mandalika bisa dikatakan lebih unggul dibandingkan dengan pasar lainnya yang berada di Kabupaten Lombok Barat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pasar tradisional Mandalika merupakan pasar sebagai salah satu pusat kegiatan ekonomi masyarakat Kota Mataram khususnya Kecamatan Sandubaya.

Berdasarkan studi-studi sebelumnya, banyak sekali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang tradisional. Untuk meningkatkan pendapatan seorang pedagang tidak hanya memerlukan modal untuk menjalani usahanya, masih ada faktor lain yang diperlukan diantaranya jumlah tenaga kerja, jam kerja dan lama usaha. Priyandika (2015) telah meneliti tentang “Pengaruh Jarak, Lama Usaha, Modal dan Jam Kerja terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Di Kelurahan Purwodinatan Kota Semarang)”. Dengan menggunakan 65 pedagang kaki lima pedagang konveksi hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lama usaha, modal, dan jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima pedagang konveksi di Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang. Variabel jarak antar pedagang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima pedagang konveksi di Kelurahan Purwodinatan Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang.

Poniwatie (2008) telah melakukan penelitian tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel modal usaha, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional dan modal usaha merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi tingkat penjualan pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta.

Ginting (2010) telah meneliti tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Kota Pematangsiantar”. Dengan menggunakan 76 Pedagang Pakaian hasil penelitian menunjukkan modal/investasi awal, jumlah tenaga kerja, dan investasi/bulan berpengaruh nyata terhadap tingkat penjualan pedagang pakaian, sedangkan pengalaman berusaha tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan pedagang pakaian di pasar tradisional Kota Pematangsiantar.

Penggunaan tenaga kerja dapat meningkatkan jumlah pendapatan pedagang pasar. Peningkatan jumlah tenaga kerja akan memungkinkan adanya pelayanan yang lebih baik kepada konsumen, baik dalam arti kualitas maupun kuantitas layanan (Santayani, 1996; Syahrudin, 1987). Faktor yang kedua yaitu jam kerja, jam kerja didalam suatu usaha memiliki hubungan langsung dengan pendapatan, dimana setiap penambahan waktu operasional akan semakin membuka peluang bagi bertambahnya pendapatan dari hasil penjualan (Wicaksono, 2012). Modal merupakan salah satu faktor yang menjadi kendala utama berdirinya usaha kecil. Modal dalam suatu usaha

dapat berupa modal sendiri atau modal pinjaman. Hasil penelitian Wicaksono (2011) menemukan bahwa faktor modal seringkali memberikan pengaruh yang besar terhadap suatu usaha dagang.

Selain itu, lama usaha seperti penelitian yang dilakukan oleh Sunaryanto (2005) mengatakan bahwa lamanya seseorang pedagang menekuni usahanya maka akan meningkat pula penegetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatan yang diperolehnya dari hasil berdagang. Oleh karena itu peneliti tertarik menggunakan jumlah tenaga kerja, jam kerja, modal usaha, dan lama usaha sebagai variabel terikat dalam penelitian ini. Dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, dengan metode kuadrat terkecil atau *Ordinary Least Square* (OLS) (Gujarati, 2007). Metode OLS berusaha meminimalkan penyimpangan hasil perhitungan (regresi) terhadap kondisi aktual.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengambil judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Pedagang Tradisional di Pasar Mandalika, Kota Mataram**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Kota Mataram merupakan daerah yang mempunyai banyak pasar tradisional dan pasar tradisional dengan jumlah pedagang, dan omzet penjualan terbesar terdapat pada Pasar Mandalika Kecamatan Sandubaya. Para pedagang tidak hanya berasal dari Kota Mataram melainkan pedagang dari pulau Jawa, dan Sulawesi terlibat di dalamnya. Namun kemunculan pasar-pasar modern seperti mall, supermarket, dan sebagainya di Kota Mataram telah memicu persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional. Ketatnya persaingan tersebut akan berimbas kepada besarnya pendapatan yang akan diterima oleh pasar tradisional Mandalika. Dari uraian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika?
2. Bagaimana pengaruh jam kerja terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika?
3. Bagaimana pengaruh modal terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika?
4. Bagaimana pengaruh lama usaha terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan diteliti oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh jumlah tenaga terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika.
2. Untuk mengetahui pengaruh jam kerja terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika.
3. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika.
4. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika.

### **D. Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah didapat dibangku kuliah selama ini.

2. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan untuk mengambil kebijaksanaan dalam berdagang untuk melayani konsumen membeli barang dagangan.

### 3. Bagi Akademisi

Bagi akademisi diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat dari perkembangan ilmu pengetahuan serta sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang lain, yang praktis dikemukakan sehingga segala kekurangan yang ada dapat diperbaiki dan disempurnakan.

### 4. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah diharapkan mempercepat proses untuk menjadikan pasar tradisional Mandalika sebagai pasar percontohan menghadapi globalisasi dan mengangkat sektor ekonomi rakyat kecil.