

**STUDI KOMPARASI PENDAPATAN PEDAGANG PASAR
KERATO SEBELUM DAN SETELAH RELOKASI
(Studi Relokasi Pasar Seketeng Ke Pasar Kerato)**

Syafruddin¹, Asmini², Opan Setia Pratama³

1. Manajemen, Universitas Samawa

2. Manajemen, Universitas Samawa

3. Ekonomi Pembangunan, Universitas Samawa

Email :

syafruddin@universitas-samawa.ac.id,

asmini@universitas-samawa.ac.id

Abstrak

The purpose of this study was to analyze how relocation of market from Seketeng to Kerato affect vendors revenue. This type of research is a comparative study which aims to compare the vendors revenue before and after the relocation from Seketeng Market to Kerato Market. The type of data used in this research is quantitative data in the form of respondents' answers related to the research object obtained directly from the source through a questionnaire. The population in this study were all 669 vendors in Kerato Market. Sample are determined using the Slovin formula so that the sample selected represents the population as respondents which are 87 people. The data that had been collected were analyzed using the paired sample t-test analysis technique. The findings of this study indicate that the relocation of market from Seketeng to Kerato has an effect on vendors revenue. The average vendor income before relocating from Seketeng to Kerato was 92.00, while after relocation is 47.00. This means, after the relocation, the average vendors revenue decreased by 48.91%.

Keywords: *Comparative Study, Revenue, Market, Relocation.*

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia tidaklah terlepas dari usaha-usaha ekonomi, dimana usaha ekonomi merupakan tanda-tanda adanya kehidupan. Kemajuan perekonomian ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah pusat perdagangan baik yang tradisional maupun modern sehingga mendorong terciptanya peluang kerja bagi banyak orang, mulai dari jasa tenaga satuan pengamanan, penjaga toko, pengantar barang, *cleaning service*, hingga jasa transportasi. Hal ini berarti kehadiran pusat perdagangan ikut serta dalam mengentaskan masalah pengangguran dan kemiskinan.

Pasar secara sederhana merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Menurut Suprayitno (2008), pasar memiliki pengertian tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang atau jasa tertentu, sehingga

akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.

Saat ini, sektor pasar merupakan sumber potensial yang memberi sumbangan yang sangat besar terhadap penerimaan daerah Kabupaten Sumbawa dari, yakni mencapai 92,26% hingga November 2019 (Bapenda, 2019). Mengingat besarnya potensi ekonomi tersebut, maka sektor pasar harus dikelola dengan baik sehingga kegiatan yang terjadi didalamnya dapat berjalan dengan lancar.

Pasar seketeng adalah salah satu pasar terbesar di Kabupaten Sumbawa. Sebagai pasar tradisional, pasar Seketeng dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah bekerjasama dengan swasta menyediakan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda untuk 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.

Pada tahun 2019, terjadi musibah kebakaran pada pasar Seketeng yang mengakibatkan kondisi pasar Seketeng tidak memungkinkan untuk dapat digunakan lagi. Kebakaran ini menimbulkan kerugian yang sangat besar terhadap banyak pihak, seperti pedagang yang kehilangan barang dagangan dan tempat berjualan akibat terbakar, masyarakat-masyarakat sekitar yang tidak dapat lagi berbelanja di pasar Seketeng, dan juga dari pihak pemerintah Kabupaten Sumbawa.

Upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memindahkan pusat perbelanjaan ataupun pusat pasar ke pasar baru yang berlokasi di Desa Kerato. perelokasian pasar Seketeng ke pasar Kerato tentunya akan diikuti dengan terjadinya perubahan-perubahan yang tentunya akan berdampak tidak baik bagi para pedagang untuk saat ini, salah satunya tingkat pendapatan pedagang dari sebelum direlokasi dengan setelah direlokasi, tempat yang baru tentunya akan membuat suasana yang baru juga. Para selain itu, sebagian pedagang harus kehilangan beberapa pelanggannya sehingga membuat pendapatan mereka menurun.

Lokasi pasar Kerato atau tempat relokasi sementara pasar Seketeng ini, dianggap kurang strategis oleh masyarakat maupun pedagang yang berada di dalam pasar tersebut. Selain lokasi yang jauh dari pusat kota, penataan pasar dan pedagang serta pengelompokan jenis dagang masih tidak beraturan sehingga membuat pedagang ataupun masyarakat pengunjung menjadi kesulitan. Hal ini sangat berpengaruh bagi pedagang dan berdampak kerugian atau penurunan pendapatan bagi setiap pedagang.

Kebijakan pemerintah dalam merelokasi pasar Seketeng ke pasar Kerato menimbulkan dampak kerugian yang terjadi pada pedagang yang ada di dalam pasar tersebut, yaitu menurunnya tingkat pendapatan. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait dampak ekonomi pada kebijakan relokasi pasar Seketeng ke pasar Kerato. Penulis ingin mengkomparasikan besaran jumlah pendapatan pedagang ketika berjualan di pasar Seketeng dengan besaran jumlah pendapatan yang mereka peroleh ketika berjualan di pasar Kerato, dengan judul penelitian: Studi Komparasi Pendapatan Pedagang Kerato Sebelum Dan Sesudah Relokasi (Studi Relokasi Pasar Seketeng Ke Pasar Kerato).

KAJIAN PUSTAKA

Relokasi

Relokasi adalah pemindahan lokasi industri dari suatu negara maju ke negara berkembang atau dari negara atau negara lain untuk mendekati bahan baku dan menghasilkan jenis barang yang mampu bersaing di pasar internasional. Menurut kamus besar bahasa indonesia relokasi merupakan pemindahan tempat rencana industri pada suatu daerah segera diwujudkan (KBBI, 1982).

Pemindahan suatu industri tidak lepas dari indikator-indikator tolak ukur penentu perkembangan agar mampu bersaing pada skala nasional maupun internasional. Adapun indikator relokasi tersebut antara lain:

1. Indikator Masukan (*Inputs*). Indikator masukan mengukur sumber daya seperti anggaran dana, sumber daya manusia, peralatan, material dan masukan lain, yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan.
2. Indikator Proses (*Proses*). Indikator proses yaitu menggambarkan perkembangan atau aktivitas yang terjadi atau dilakukan selama pelaksanaan kegiatan berlangsung.
3. Indikator Keluaran (*Ouputs*). Indikator keluaran digunakan untuk mengukur keluaran yang dihasilkan dari suatu kegiatan. Indikator keluaran dapat menjadi landasan untuk menilai kemajuan suatu kegiatan apabila dikaitkan dengan sasaran kegiatan yang terdefinisi dengan baik.
4. Indikator Hasil (*Outcomes*). Indikator hasil yaitu menggambarkan hasil nyata dari keluaran suatu kegiatan.
5. Indikator Manfaat (*Benefit*). Indikator kinerja ini menggambarkan manfaat yang diperoleh dari indikator hasil.
6. Indikator Dampak (*Impact*). Indikator kinerja ini memperlihatkan pengaruh yang ditimbulkan dari manfaat yang diperoleh dari hasil kegiatan secara signifikan.

Lokasi merupakan salah satu faktor situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Pemilihan suatu lokasi perusahaan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Teori Lokasi Pendekatan Pasar Losch, August Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari pasar, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjualan semakin mahal (Tarigan, 2008).

Pasar

Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam struktur ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi yang menggerakkan kehidupan ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang. Menurut Amir (2000), perumusan pasar dan pengertian dalam bidang ekonomi terdiri atas lima komponen yaitu:

1. Adanya wilayah (*area place*).
2. Adanya pelaku (*subject*) penjual dan pembeli.
3. Adanya kegiatan untuk saling berhubungan antar subjek pasar.
4. Adanya objek (barang-barang dan jasa).
5. Faktor waktu.

Menurut Usman Effendi (2016), pasar merupakan suatu daerah dimana pembeli dan penjual saling berhubungan satu sama lainnya, untuk melakukan pertukaran barang maupun jasa pada waktu tertentu. Komponen pasar terdiri dari:

1. Pengunjung, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang atau jasa.
2. Pembeli (*customer*), yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli suatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan ke mana akan membeli.
3. Pelanggan, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud membeli sesuatu barang atau jasa dan punya arah tujuan yang pasti ke mana akan membeli.
4. Pedagang, yaitu seseorang yang mempunyai usaha dan tempat permanen dimana terjadi apabila ada komunikasi antara penjual dan pembeli kemudian diakhiri dengan keputusan untuk membeli barang tersebut.

Pendapatan

Pendapatan adalah pemasukan dari penjualan produk dan pelayanan. Dalam arti ekonomi, pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga serta keuntungan/profit (Hendrik, 2011).

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena para pedagang berjualan dipasar dengan harapan memperoleh pendapatan. Dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Pendapatan pedagang ditentukan dari berapa banyak jumlah barang yang mampu dijual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli di pasar.

Setiap usaha yang dijalankan mengalami dapat mengalami peningkatan karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu (Saedi, 2009):

1. Kecakapan dan keuletan
2. Keahlian yang dimiliki
3. Tanggung jawab dengan resiko yang dipikul
4. Besar kecilnya usaha yang dimiliki.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian komparatif. Menurut Sugiyono (2016), penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan keadaan satu variable atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau dua waktu yang berbeda. Adapun penerapan penelitian comparatif pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui perbandingan antara pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah relokasi yang dilakukan dari pasar seketeng ke pasar kerato Sumbawa Besar.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2016). Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data tentang dampak relokasi pasar terhadap pendapatan sebelum dan sesudah relokasi. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan secara langsung oleh penulis dari sumber primer berupa keseluruhan jawaban yang diberikan responden mengenai jumlah pendapatan yang mereka peroleh sebelum dan setelah direlokasikan ke pasar Kerato.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/ subjek yang terdiri atas kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pada pasar tradisional Kerato yang direlokasi dari pasar seketeng yang berjumlah 669 orang pedagang yang terdaftar.

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Arikunto, 2013). Mengingat banyaknya jumlah populasi, maka penulis memilih beberapa nasabah secara acak sebagai perwakilan untuk menjadi responden (*simple random sampling*). yang Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan taraf *error* sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$S = \frac{240}{1 + 240 (10\%)^2} = \frac{240}{1 + 240 \times 0.01} = \frac{240}{1 + 2.4} = \frac{240}{3.4} = 70,5$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, diketahui bahwa jumlah sampel adalah sebanyak 87 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang akurat, sehingga tanpa mengetahui teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan (Sugiyono, 2016). Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah melalui wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016). Penulis melakukan wawancara kepada responden dengan membawa seperangkat pertanyaan yang telah ditetapkan, dalam setiap wawancara, yang urutannya sama.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif, yaitu teknik analisis data yang dilakukan menggunakan teknik pengujian statistik (Sugiyono, 2016). Teknik analisis data kuantitatif dalam penelitian ini, mencakup uji normalita dan uji *paired sample t-test*.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan dalam penelitian untuk mengetahui penyebaran data distribusi normal atau tidak. Berikut hasil olah data secara sistematis yang dilakukan peneliti menggunakan software *SPSS versi 16* guna membuktikan data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 1.**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		Unstandardized Residual
		87
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67392620
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.942
Asymp. Sig. (2-tailed)		.338
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Output SPSS 16 (Data Primer Diolah, 2020).

Berdasarkan hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* diatas dapat dilihat bahwa signifikansi sebesar 0,942 yang menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05. Berarti dari setiap indikator kinerja berdistribusi normal.

Uji Paired Sample T-Test**1. Uji Beda Rata-Rata Paired Samples Statistic**

Berikut disajikan hasil pengujian beda rata-rata *paired samples statistic*.

Tabel 2.**Hasil Uji Paired Samples Statistic**

Paired Samples Statistic					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	sebelum	92.00	87	5.274	.565
	sesudah	47.00	87	2.637	.283

Sumber: Output SPSS 16 (Data Primer Diolah, 2020).

Pada output diatas, diperlihatkan hasil ringkasan statistic deskriptif dari kedua sampel yaitu pendapatan sebelum relokasi dan pendapatan sesudah relokasi. Tingkat perbedaan rata-rata pendapatan sebelum relokasi adalah sebesar 92.00, sedangkan rata-rata pendapatan sesudah relokasi adalah sebesar 47.00.

2. Uji Beda Rata-Rata Paired Samples Correlation

Berikut disajikan hasil pengujian beda rata-rata *paired samples correlation*.

Tabel 3.**Hasil Uji Paired Samples Correlation**

Paired Samples Correlation				
		N	Corellation	Sig.
Pair 1	sebelum & sesudah	87	1.000	.000

Sumber: Output SPSS 16 (Data Primer Diolah, 2020).

Pada output diatas adalah hasil korelasi atas hubungan antara kedua data atau variable, dengan korelasi sebesar 1.00 dengan signifikansi sebesar 0.000. hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka indikasinya adalah ada hubungan antara pendapatan sebelum dan pendapatan sesudah relokasi pasar kerato.

3. Uji Beda Rata-Rata Paired Samples T-Tes

Berikut adalah hasil pengujian beda rata-rata *paired samples t-test*.

Tabel 4.

Hasil Uji Paired Samples T-Test

Paired Samples Test									
		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	sebelum & sesudah	45.000	2.637	.283	44.438	45.562	159.174	86	.000

Sumber: Output SPSS 16 (Data Primer Diolah, 2020).

Pada output diatas adalah hasil uji beda rata-rata paired samples t-test. Dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, dengan sebagai dasar pengambilan keputusan bahwa jika nilai $\text{sig.}(2\text{-tailed}) < 0.05$. dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan sebelum relokasi dan pendapatan sesudah relokasi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh relokasi terhadap pendapatan. Faktor lokasi adalah faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang karena semakin strategis lokasi berjualan semakin mempermudah para pedagang untuk menjual barang dagangannya selain itu para pelanggan juga akan lebih senang apabila berbelanja dekat dengan tempat parkir para pembeli, dekat dengan pintu utama pasar, dan mudah dijangkau oleh para pembeli.

Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berdagang mengalami perubahan karena sedang terjadi relokasi pasar dan para pedagang harus beradaptasi dengan lingkungan yang baru begitu pula para pembeli yang harus beradaptasi dengan penataan ulang lokasi berdagang dan bahkan banyak pedagang yang kehilangan pelanggannya dikarenakan pelanggan lama tidak mengetahui tempat berjualan yang baru di lokasi relokasi sementara.

Hasil penelitian penelitian ini sesuai dengan teori lokasi pendekatan pasar Losch, dari Agust Losch dimana lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya sehingga lokasi berjualan berkaitan erat dengan ketertarikan para pembeli untuk membeli dagangannya dan akan berpengaruh terhadap pendapatan dari pedagang tersebut.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan penelitian Novita (2016), mengenai Dampak Relokasi Pasar Tradisional Pada Pedagang (Studi Kasus Pasar Karangampel Indramayu Tahun 2015). Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil penelitian yang negatif dari relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang.

Namun, hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Khatimah (2016), dalam penelitiannya yang berjudul Dampak Realokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Tanete Kecamatan Bulukumpa Kabupaten Bulukumba Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tidak adanya dampak atau pengaruh yang signifikan relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dampak Relokasi memiliki pengaruh yang signifikan atau positif terhadap pendapatan pedagang di pasar kerato, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya seperti lokasi berjualan berkaitan erat dengan ketertarikan para pembeli untuk membeli dagangannya dan akan berpengaruh terhadap pendapatan dari pedagang tersebut.

REKOMENDASI

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti mengemukakan beberapa rekomendasi sebagai berikut.

1. Bagi Penelitian Selanjutnya
Pengaruh Relokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kerato (Studi Relokasi Pasar Seketeng Ke Pasar Kerato) diharapkan dapat menjadi acuan untuk dapat diperhatikan dan dapat menyempurnakan lagi hasil penelitian.
2. Bagi Kalangan Akademis
Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan.
3. Saran Praktis
Diharapkan dapat menjadi acuan dalam membuat kebijakan yang sesuai terkait pengaruh relokasi terhadap pendapatan pedagang pada pasar di Kabupaten Sumbawa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, MS. 2000. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: PPM.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumbawa. 2019. Rencana Kerja Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumbawa Tahun 2019.
- Effendi, Usman. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT Rajagrafindo persada.

- Hendrik. 2011. Analisis Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat nelayan danau pulau besar dan danau bawah di kecamatan Dayun Kabupaten Siak Provinsi Riau. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*. Vol.16 No.1. Hal. 21-32.
- Khatimah. 2016. Dampak Realokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Tanete Kecamatan Bulukumpa Kabupaten Bulukumba Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin.
- Novita, Ita. 2016, mengenai Dampak Relokasi Pasar Tradisional Pada Pedagang (Studi Kasus Pasar Karangampel Indramayu Tahun 2015). *Skripsi*. Cirebon: IAIN Syekh Nurjati.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar No.04 tahun 2015.
- Saedi, Lili M.. 2009. *Dasar-dasar Akuntansi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suprayitno, Eko. 2008. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, Henry Guntur. 2008. *Membaca sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.