

**Penelitian Terapan
Pengembangan Nasional
(PT)**

LAPORAN PENELITIAN

**PENGARUH JAM BERDAGANG, JENIS DAGANGAN DAN
LOKASI BERDAGANG TERHADAP PENDAPATAN
PEDAGANG TRADISIONAL DI INDONESIA**



PENELITI:

Dr. Nurlaila, SE, MA, CMA (Ketua)

Nurbaiti, M. Kom (Anggota)

Muhammad Lathief Ilhamy, M.E.I

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT (LP2M)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

1. a. Judul Penelitian : Pengaruh Jam Berdagang, Jenis Dagangan dan Lokasi Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional di Indonesia
- b. Kluster Penelitian : Penelitian Terapan Pengembangan Nasional (PT)
- c. Kategori : Kelompok
2. Peneliti : Dr. Nurlaila, SE, MA, CMA
Nurbaiti, M. Kom
Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I
3. ID Peneliti : 202105750302001
010808790810001
202604890102000
4. Unit Kerja : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU
5. Waktu Penelitian : Juni s/d Oktober 2021
6. Biaya Penelitian : Rp. 125.000.000,- (*Seratus dua puluh lima Juta Rupiah*)

Disahkan oleh Ketua
Lembaga Penelitian dan
Pengabdian kepada Masyarakat Peneliti,
(LP2M) UIN Sumatera Utara
Medan



Dr. Hasan Sazali, MA
NIP. 197602222007011008

Medan, 01 Oktober 2021

Ketua



Dr. Nurlaila, SE, MA, CMA
NIP. 197505212001122002

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Dr. Nurlaila, SE, MA, CMA
Jabatan : Ketua Peneliti / Lektor Kepala
Unit Kerja : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU
Alamat : Jln. Williem Iskandar Pasar V Medan Estate

dengan ini menyatakan bahwa:

1. Judul penelitian ***“Pengaruh Jam Berdagang, Jenis Dagangan, dan Lokasi Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional di Indonesia”*** merupakan karya orisinal saya.
2. Jika di kemudian hari ditemukan fakta bahwa judul, hasil atau bagian dari laporan penelitian saya merupakan karya orang lain dan/atau plagiasi, maka saya akan bertanggung jawab untuk mengembalikan 100% dana hibah penelitian yang telah saya terima, dan siap mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, Oktober 2021

Yang Menyatakan,



Dr. Nurlaila, SE, MA, CMA

NIP. 197505212001122001

ABSTRAKSI

Pandemi Covid-19 pada tahun 2020 memberikan tekanan bagi pelaku pasar terutama pedagang Tradisional di Indonesia. Di satu sisi pembatasan menyebabkan pasar tradisional semakin terpukul, di sisi lain pelonggaran memperkuat rantai penularan virus Corona. Hal ini menempatkan posisi pasar tradisional di Indonesia dalam keadaan sangat dilematis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh jam berdagang, jenis dagangan, lokasi berdagang secara parsial terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia serta menganalisis berapa besar pengaruh jam berdagang, jenis dagangan, dan lokasi berdagang secara simultan terhadap pendapatan pedagang di Indonesia. Dalam hal ini peneliti melakukan olah data melakukan *mixed methods* dengan pendekatan kualitatif memakai SmartPLS 3,0 dan untuk data kualitatif memakai Nvivo 12. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan atau menyeluruh, Pandemic Covid 19 sangat berdampak terhadap pendapatan pedagang pasar Tradisional di Indonesia. Secara parsial, Adanya pandemi Covid 19 membuat perubahan jam berdagang sebelum pandemic Covid 19 berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional. Namun demikian, Jenis dagangan dan lokasi tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar Tradisional di Indonesia. Sementara itu, kurangnya pengetahuan pemasok barang lain, kurangnya pengalaman, kurangnya modal dan kurangnya keberanian untuk mengambil kesempatan beralih pada barang jenis dagang lain.

Kata Kunci: Jam Berdagang, Jenis Dagangan, Lokasi, Pasar Tradisional, Pandemi Covid-19

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan hidayah serta petunjuk-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Jam Berdagang, Jenis Dagangan, dan Lokasi Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional di Indonesia”***. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan atas junjungan Nabi Muhammad SAW, semoga syafaatnya kita peroleh di yaumul akhir kelak.

Penulis sangat bersyukur karena telah menyelesaikan laporan penelitian ini. Disamping itu, saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu selama pembuatan laporan penelitian ini berlangsung sehingga terealisasikan laporan penelitian ini.

Penulis juga menyadari bahwa laporan penelitian ini mungkin masih jauh dari sempurna, maka untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun yang dapat membuat laporan penelitian ini menjadi lebih baik. Semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi kalangan akademis, program studi dan institusi/perusahaan maupun khalayak umum. Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamu’alaikum, wr, wb

Medan, Oktober 2021
Ketua Peneliti

Dr. Nurlaila, SE, MA, CMA
NIP. 197505212001122001

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	10
A. Pendapatan.....	10
1. Pengertian Pendapatan.....	13
2. Metode Pendapatan.....	11
3. Usaha-usaha Peningkatan Pendapatan.....	15
B. Pasar	16
1. Pengertian Pasar	16
2. Pasar Tradisional	16
3. Pasar Menurut Jenisnya	17
4. Pasar Menurut Luas Jangkauan	18
5. Mekanisme Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam	18
6. Keseimbangan Pasar.....	18
C. Jam Kerja	19
1. Pengertian Jam Kerja.....	19
2. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Curahan Jam Kerja	23
D. Jenis Dagangan	23
1. Pengertian Jenis Dagangan.....	23
2. Macam-macam Jenis Dagangan	24
E. Lokasi Usaha	26
1. Defensi Lokasi Usaha.....	26
2. Faktor-faktor Pertimbangan Dalam Pemilihan Lokasi Usaha ...	28
3. Tahap Pemilihan Lokasi	31
4. Teori Lokasi Memaksimalkan Laba	32
5. Dampak Pemilihan Lokasi.....	33
F. Penelitian Terdahulu.....	35
G. Kerangka Teoritis	43
H. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Pendekatan Penelitian.....	46
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
C. Jenis dan Sumber Data.....	47
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
E. Definisi Operasional Variabel	49

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	50
G. Teknik Analisis Data	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Gambar Umum Lokasi Penelitian	63
1. Pasar Tradisional Bringharjo	63
2. Pasar Tradisional Demangan	64
3. Pasar Tradisional Kranggar	66
4. Pasar Tradisional Klewer di Solo	67
5. Pasar Tradisional Pasar Gede di Solo	68
6. Pasar Tradisional Badung di Bali	69
7. Pasar Tradisional Sukawati Bali	71
8. Pasar Tradisional Al Mairah di Aceh	72
9. Pasar Tradisional Ruko di Aceh	73
10. Pasar Tradisional Lamyong di Aceh	74
11. Pasar Tradisional Tiga Raja Parapat	75
12. Pasar Tradisional Kosambi Bandung	76
13. Pasar Tradisional Sederhana Bandung	76
B. Hasil Penelitian	77
1. Analisis Deskriptif Responden	77
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	78
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Berdagang	79
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Jam Berdagang Sebelum Pandemi Covid-19	80
f. Karakteristik Responden Berdasarkan Jam berdagang Dimasa Pandemi Covid 19	81
g. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan Sebelum Pandemi Covid-19	81
h. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan Dimasa Pandemi Covid 19	82
2. Hasil Pengujian Menggunakan Smart PLS 3	83
a. Evaluasi Outer Model	84
b. Validitas Determinan	86
c. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	88
d. Analisis Model Struktural (Inner Model)	91
e. Penujian Hipotesis Menggunakan Direct Effect	91
3. Hasil Pengujian Nvivo 12 Plus	97
a. Variabel Jam Berdagang	97
b. Variabel Jenis Dagangan	100

c. Variabel Lokasi.....	101
d. Variabel Pendapatan.....	102
e. Variabel Jam Berdagang, Jenis Dagangan, Lokasi dan Pendapatan.....	103
C. Pembahasan	104
1. Pengaruh Jam Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Indonesia	104
2. Pengaruh Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Indonesia	109
3. Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Indonesia	112
4. Pengaruh Jam Berdagang, Jenis Dagangan, dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Indonesia.....	114
BAB V PENUTUP	117
A. Kesimpulan.....	117
B. Saran	117
Daftar Pustaka	119
LAMPIRAN	124

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Suatu daerah yang memiliki banyak pasar menunjukkan laju perekonomian daerah tersebut sangat baik. Hal ini dikarenakan banyaknya peluang yang dihasilkan dengan keberadaan pasar- pasar tersebut, baik lapangan pekerjaan, pengelolaan sumber keuangan, pemenuhan kebutuhan, peningkatan kesejahteraan, dan lain-lain. Ini berarti kehadiran pusat perdagangan ikut serta dalam mengentaskan masalah pengangguran dan kemiskinan.

Dalam sebuah bisnis, pendapatan merupakan jumlah uang yang didapat atau diterima oleh perusahaan dari suatu aktivitasnya, hampir semua dari penjualan produk ataupun jasa kepada pelanggan. Pertumbuhan pendapatan yang secara konsisten, serta pertumbuhan keuntungan, dianggap penting bagi perusahaan yang dijual kepada *public* lewat saham untuk menarik investor.

Konsep pendapatan biasanya dipakai untuk mengukur kondisi ekonomi suatu perusahaan, rumah tangga maupun perorangan, salah satu konsep yang paling sering digunakan adalah melalui tingkat pendapatan. Pendapatan merujuk pada seluruh uang atau hasil materi lainnya yang diterima seseorang selama kurun waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi.¹

Eksistensi pusat perbelanjaan modern seperti minimarket, *supermarket* hingga *hypermarket* sedikit mengusik keberadaan pasar tradisional. Kesamaan fungsi yang dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional, telah menimbulkan persaingan antar keduanya. Menjamurnya pusat perbelanjaan modern dikhawatirkan akan mematikan keberadaan pasar tradisional yang merupakan refleksi dari ekonomi kerakyatan.²

¹Andreas Yuniman, *Analisa Perkembangan Pasar*. URL:www.bibsonomy.org. diakses pada 11 Januari 2017 pukul 20.13

²Edi Sarwoko, *Penelitian Dampak Keberadaan pasar modern supermarket dan hypermarket terhadap usaha ritel*, Jurnal pengkajian koperasi dan UKM2008, jurnal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/download/880/647, diakses pada 14 Januari 2016 pukul 22.05

Pada umumnya pedagang mempunyai tujuan utama mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal) dan mempertahankan atau semakin berusaha meningkatkannya. Pasar tradisional memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah, mulai dari faktor desain, tata ruang, tata letak, dan tampilan yang tidak sebaik pusat perbelanjaan modern. Kompleksitas kelemahan pasar tradisional tersebut menyebabkan konsumen beralih dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern.

Pasar tradisional memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern yaitu adanya sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli. Di pasar tradisional terdapat suatu komunikasi yang tidak akan ditemui di pusat perbelanjaan modern. Sistem tawar-menawar dalam transaksi jual-beli di pasar tradisional membuat suatu hubungan tersendiri antar penjual dan pembeli. Berbeda dengan pusat perbelanjaan modern, dimana harga barang sudah ditetapkan dan tidak ada komunikasi antara penjual dan pembeli.³

Lapangan kerja pada sektor formal menjadi prioritas bagi para tenaga kerja. Namun akibat adanya krisis ekonomi yang melanda Indonesia, banyak terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK) pada sektor formal ini. Untuk itu perlu dikembangkan lapangan kerja pada sektor informal. Bahwa kelihatannya sektor informal tidak mampu menampung tenaga kerja seperti harapan kita. Pada kenyataannya sektor informal bisa jadi penyelamat bagi masalah ketenagakerjaan yang kita hadapi. Penduduk yang bekerja pada sektor formal ini dikatakan sebagai penduduk marginal karena motivasi kerja mereka semata-mata untuk mempertahankan kelangsungan hidup sehari-hari bukan untuk menumpuk keuntungan atau meraih kekayaan.

Banyak sektor informal yang mampu diangkat sebagai suatu kegiatan atau pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan pada suatu masyarakat. Usaha berdagang merupakan salah satu usaha yang

³Galih Suryananto, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang konveksi (Study kasus di Pasar Godean, Sleman, Yogyakarta)*, Yogyakarta : Skripsi Fakultas Ekonomi UII tahun 2005

dapat menghasilkan penghasilan atau pendapatan masyarakat, dalam hal ini seperti usaha berdagang di suatu pasar tradisional ataupun usaha berdagang ditempat sendiri maupun berkeliling. Usaha pedagang di pasar merupakan salah satu sektor informal dalam meningkatkan pendapatan atau *income* masyarakat, namun sering terjadi banyak hambatan atau bencana yang mengakibatkan para pedagang tersebut mengalami permasalahan dalam pendapatan seperti kebakaran pasar yang terjadi di Pasar tradisional di kota Sumatera Utara Sumatera Utara pada Selasa 12 Juli 2016.

Dalam ilmu ekonomi mainstream, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang atau jasa untuk uang disebut dengan transaksi. Pasar terdiri dari semua pembeli dan penjual yang baik yang memengaruhi harganya. Pengaruh ini merupakan studi utama ekonomi dan telah melahirkan beberapa teori dan model tentang kekuatan pasar dasar penawaran dan permintaan. Ada dua peran di pasar, pembeli dan penjual. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi dan alokasi sumber daya dalam masyarakat. Pasar mengizinkan semua item yang diperdagangkan untuk dievaluasi dan harga. Sebuah pasar muncul lebih atau kurang spontan atau sengaja dibangun oleh interaksi manusia untuk memungkinkan pertukaran hak (kepemilikan) jasa dan barang.⁴

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki banyak pasar. Banyaknya pasar dirinci menurut luas dan jumlah pedagang tahun 2019 dapat dilihat pada table berikut.

⁴ <https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>, diakses pada 14 Januari 2016 pukul 22.27

Tabel 1.1
Pasar Tradisional di Indonesia
Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut
Klasifikasi

Provinsi	Pasar Tradisional 2019	Pusat Perbelanjaan 2019	Toko Swalayan 2019	Jumlah 2019
Aceh	478	7	12	497
Sumatera Utara	858	23	18	899
Sumatera Barat	491	12	30	533
Riau	690	17	36	743
Jambi	378	8	21	407
Sumatera Selatan	833	13	17	863
Bengkulu	225	3	14	242
Lampung	639	11	37	687
Kep. Bangka Belitung	78	4	30	112
Kep. Riau	70	15	55	140
Dki Jakarta	213	88	17	318
Jawa Barat	817	121	173	1111
Jawa Tengah	1910	56	193	2159
Di Yogyakarta	357	14	87	458
Jawa Timur	2249	79	119	2447
Banten	213	37	30	280
Bali	415	21	24	460
Nusa Tenggara Barat	228	5	27	260
Nusa Tenggara Timur	528	4	37	569
Kalimantan Barat	219	8	35	262
Kalimantan Tengah	494	4	19	517
Kalimantan Selatan	468	5	9	482
Kalimantan Timur	246	20	80	346
Kalimantan Utara	69	5	6	80
Sulawesi Utara	150	13	24	187
Sulawesi Tengah	429	6	13	448
Sulawesi Selatan	768	20	23	811
Sulawesi Tenggara	421	5	20	446

Gorontalo	129	5	11	145
Sulawesi Barat	184	1	11	196
Maluku	90	5	26	121
Maluku Utara	106	3	9	118
Papua Barat	73	3	2	78
Papua	141	9	14	164
Indonesia	15657	650	1279	17586

Sumber : BPS, Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi 2019⁵

Berdasarkan data diatas kita dapat melihat bahwa pasar yang ada di Indonesia mayoritas terdiri dari asar tradisional yakni sebanyak 15.657 pasar. Sementara itu pusat perbelanjaan sebanyak 650, kategori toko swalayan sebanyak 1279.

Adanya pandemi Covid-19 yang menyebar di hampir seluruh Negara di belahan dunia, menyebabkan mobilitas dan akses perdagangan menjadi tidak normal dan berpotensi menjadi tempat penularan virus Corona di berbagai Negara bahkan di kota-kota kecil sekalipun. Pandemi Covid-19 pada tahun 2020 memberikan tekanan bagi pelaku pasar terutama pedagang Tradisional di Indonesia. Di sisi pembatasan menyebabkan pasar tradisional semakin terpukul, di sisi lain pelanggaran memperkuat rantai penularan virus Corona. Hal ini menempatkan posisi pasar tradisional di Indonesia dalam keadaan sangat dilematis.⁶ Dewan Pimpinan Pusat Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (Ikappi) pada 24 Juni 2021 merilis, sebanyak 153 kasus baru positif Covid-19 terjadi di 28 pasar dan 19 orang meninggal. Dengan demikian, sejak kasus pertama Covid-19 diumumkan di Indonesia pada 2 Maret 2020, jumlah total kasus positif Covid-19 di 321 pasar tradisional di Indonesia menjadi 1.934 kasus dan 89 orang di antaranya meninggal dunia.⁷

⁵ Badan Pusat Statistik, Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi 2019, dalam [www. bps.go.id](http://www.bps.go.id), 2019

⁶ Hidayatullah Muttaqin, Pandemi Covid 19, Disrupsi dan Digitalisasi Pasar Tradisional, dalam <https://iesp.ulm.ac.id>, diposting pada 02 Maret 2021

⁷ Hendriyono Widi, Pasar Tradisional, Setahun Lebih Mengaruhi Pandemi, dalam berita online <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/07/01/pasar-tradisional-setahun-lebih-mengarungi-pandemi/> di posting pada 1 Juli 2021

Berbagai upaya yang dilakukan pemerintah untuk mencegah penularan virus Corona di berbagai bidang baik pendidikan, pariwisata, agama, kesehatan dan lain-lain. Adapun secara umum pemerintah memberlakukan Protokol kesehatan 5 M yakni mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, mengurangi mobilitas.⁸ Selanjutnya pemerintah juga melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020. Yang dilai dari wilayah DKI menyusul tangerang, Pekan Baru, Makasar, tegal Bandung, dan kota-kota lainnya.⁹ Tak hanya itu, pemerintah juga menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang semakin menyulitkan masyarakat dalam melakukan aktivitasnya. Masyarakat dituntut untuk tidak keluar rumah dan melakukan kegiatan di dalam rumah atau yang disebut Work From Home (WFH).¹⁰

Variabel jam kerja menurut Muryati, berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang karena dengan jumlah jam kerja yang banyak akan meningkatkan nilai produktifitas pedagang, dengan kata lain akan semakin banyak kesempatan terbuka bagi para pembeli untuk membeli barang dagangannya.¹¹ Semakin banyak pembeli tentu akan meningkatkan hasil penjualan dan keuntungannya, penelitian Adhikari, pun menyatakan bahwa jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.¹²

⁸ Humas Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Protokol Kesehatan 5M dan Kesehatan Imun untuk Hadapi Covid 19, dalam berita online www.djkn.kemenkeu.go.id, diposting pada 24 Juni 2021

⁹ Vincentius Gitiyarko, Uaya dan Kebijakan Pemerintah Indonesia Menangani Pandemi Covid 19, dalam berita online www.kompas.com, diposting pada 22 juni 2020

¹⁰ Humas Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, Penerapan PPKM Untuk Mengendalikan Laju Covid 19 dan Menjaga Kehidupan Masyarakat, dalam Siaran pers www.ekon.go.id, diposting pada Juli 2021

¹¹ Muryati, Akhmadi, Nurhayati, & Parsiem, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Jalan Gajah Mada Muara Bulian Kabupaten Batang Hari. *Jurnal Citra Ekonomi*, Vol 1 No. 2, Hal. 1 – 8, 2015

¹² D. Adhikari. *Informal Street Food Trade: A Source of Income Generation in Urban Nepal*. *Economic Journal of Development Issues*, Vol. 23 & 24, No. 1 – 2, Hal. 1 –17. 2017

Faktor jenis dagangan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang, karena setiap jenis dagangan memiliki pangsa pasar konsumen yang berbeda-beda, selain itu jenis dagangan juga mempengaruhi laba para pedagang yang terlihat dari pendapatan para pedagang yang berbeda-beda sesuaikan dengan jenis dagangannya¹³

Apabila terdapat produsen dengan barang dagang yang sama dengan lokasi yang berdekatan maka akan terjadi persaingan yang menyebabkan salah satunya gulung tikar atau bahkan hancur semua dan timbul pengusaha baru. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.¹⁴

Upaya yang dilakukan pemerintah merupakan bentuk perhatian dan kepedulian pemerintah dalam menangani pandemic Covid 19 namun demikian setiap kebijakan tentunya memiliki dampak maupun resiko yang berbeda-beda. Kementerian Perdagangan mencatat omset pedagang di pasar tradisional rata-rata merosot hingga 40 persen selama masa pandemi Covid-19. Sire Agustina, Inspektur Jenderal Kementerian Perdagangan (Kemendag), mengatakan terdapat 157 pasar tradisional di Indonesia. Penurunan omset tersebut dirasakan hampir seluruh pasar tersebut. “Penurunan omset itu juga diikuti turunnya jumlah pedagang yang sebesar 29 persen.”¹⁵

Pasar merupakan salah satu denyut perekonomian suatu daerah. Pedagang harus tetap mencari nafkah melalui berdagang, petani pun harus menyalurkan hasil panennya ke pasar. Sementara masyarakat, harus tetap memenuhi kebutuhan pokoknya dari pasar.

¹³ Atun Nur Isni, ngaruh Modal, Lokasi Usaha dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. Skripsi. Universita Negeri Yogyakarta), 2016

¹⁴ Wulan, S., & Fransisca. Hubungan persepsi konsumen tentang lokasi usaha dengan keputusan pembelian pada UD Sinar Fajar Cabang Antasari di Bandar Lampung. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 4., No. 1., Hal. 109 – 125, 2013

¹⁵ Dinda Wulandari, Omset PEdagang Pasar Tradisional Anjlok 40 Persen Saat Pandemi Covid 19, dalam berita online www.ekonomibisnis.com, pada 29 Juli 2020

Disisi lain pandemi covid 19 masih berlangsung hingga saat ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Jam Berdagang, Jenis Dagangan dan Lokasi Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang Lokasi”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Dengan melihat masalah diatas maka dapat dirumuskan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah jam berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar tradisional di Indonesia?
2. Apakah jenis dagangan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar di Indonesia?
3. Apakah lokasi berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar tradisional di Indonesia?
4. Apakah jam berdagang, jenis dagangan, dan lokasi berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar tradisional di Indonesia?

C. TUJUAN DAN KEGUNAAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh jam berdagang terhadap pendapatan pedagang Pasar tradisional di Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi berdagang terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia
4. Untuk menganalisis berapa besar pengaruh jam berdagang, jenis dagangan, dan lokasi berdagang terhadap pendapatan pedagang di Indonesia.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat praktis, yaitu diharapkan penelitian ini bagi dinas pasar di diberbagai kota/wilayah sebagai gambaran atau

informasi tentang pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia.

2. Manfaat akademis, yaitu untuk mengetahui pengaruh pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia
3. Manfaat Bagi Penulis, Penelitian ini memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti. Memberikan gambaran pelaksanaan teori dalam dunia kerja nyata dan Sebagai salah satu media melatih untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan sesuai disiplin ilmu yang dipelajari .
4. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang sumber daya manusia. Hasil penelitian ini juga dapat sebagai citra pasar informasi bagi para pembaca yang akan mengadakan penelitian dalam kajian yang sama.

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Menurut Nafarin pendapatan adalah arus masuk harta dari kegiatan perusahaan menjual barang dan jasa dalam suatu periode yang mengakibatkan kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.¹⁶ Pendapatan atau juga disebut juga income dari seorang warga masyarakat adalah hasil “penjualan”nya 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 dipasar faktor produksi. Harga faktor produksi dipasar faktor produksi (seperti halnya juga untuk barang-barang dipasar barang) ditentukan oleh tarik menarik, antara penawaran dan permintaan¹⁷

Penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) adalah dua kata yang paling sering digunakan oleh para ekonom dan untuk alasan yang baik. Permintaan dan penawaran adalah kekuatan yang mendorong bekerjanya ekonomi pasar. Dua hal inilah yang menentukan berapa banyak sebuah barang dihasilkan dan berapa harga yang dikenakan untuk barang tersebut ketika dijual.¹⁸

Secara singkat *income* seorang warga masyarakat ditentukan oleh :

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki, bersumber pada:
 1. Hasil-hasil tabungannya di tahun-tahun yang lalu
 2. Warisan atau pemberian
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi.
Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan dipasar factor produksi.

¹⁶<http://walangkopo99.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-pendapatan-menurut-para-ahli.html?m=1> diakses pada Rabu, 11 Januari 2017 pukul 10.24 WIB

¹⁷ Sadono Sukirno, *Pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994), hlm. 64

¹⁸ N Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Salemba 4, 2008), hlm.61

Adapun terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang.

a. Harga Barang Itu Sendiri¹⁹

Jika harga suatu barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu bertambah. Begitu juga sebaliknya. Hal ini membawa kita ke hukum permintaan, yang menyatakan “Bila harga suatu barang naik, *ceteris paribus*, maka jumlah barang itu yang diminta akan berkurang, dan sebaliknya.

b. Harga Barang Lain Yang Terkait

Harga barang lain juga dapat mempengaruhi permintaan akan suatu barang, tetapi kedua macam barang tersebut mempunyai keterkaitan. Keterkaitan dua macam barang dapat bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplemen (penggenap). Misalnya barang substitusi dari daging ayam adalah daging sapi, ikan atau tempe. Suatu barang menjadi substitusi barang lain bila terpenuhi paling tidak salah satu syarat dari dua syarat: memiliki fungsi yang sama dan atau kandungan yang sama. Dalam hal ini, bila substitusi daging sapi (misalnya daging ayam) meningkat, harga relatif daging sapi menjadi lebih murah, sehingga permintaan daging sapi meningkat. Sedangkan kalau harga komplemen daging sapi (misalnya beras) turun, permintaan terhadap beras meningkat, sehingga permintaan daging sapi mungkin meningkat pula.

c. Tingkat Pendapatan Perkapita

Tingkat pendapatan per kapita dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat.

d. Selera Atau Kebiasaan²⁰

Selera atau kebiasaan juga dapat mempengaruhi permintaan suatu barang. Beras misalnya, walaupun harganya sama, permintaan beras per tahun di provinsi Maluku lebih rendah dibanding dengan Sumatera Utara. Mengapa? Karena orang-orang Maluku lebih menyukai sagu. Sebaliknya di Sumatera Utara, selain lebih menyukai

¹⁹ *ibid*, hlm. 71

²⁰ *ibid*, hlm. 76

beras, ada kebiasaan (adat) yang membutuhkan beras, terutama di kalangan masyarakat Batak, pada saat acarapernikahan.

e. Jumlah Penduduk

Sebagai makanan pokok rakyat Indonesia, maka permintaan akan beras berhubungan positif dengan penduduk. Makin banyak jumlah penduduk, permintaan akan beras makin banyak.

f. Distribusi Pendapatan

Tingkat pendapatan per kapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk. Artinya sebagian kecil kelompok masyarakat menguasai begitu besar “kue” perekonomian. Jika distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah, sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun.

g. Usaha-usaha Produsen Meningkatkan Penjualan.

Dalam perekonomian yang modern, bujukan para penjual untuk membeli barang besar sekali peranannya dalam mempengaruhi masyarakat. Salah satu dari usaha tersebut adalah pengiklanan yang bertujuan memungkinkan masyarakat untuk mengenal suatu barang baru atau menimbulkan permintaan terhadap barang tersebut.

Permintaan (*demand*) adalah jumlah barang yang ingin dibeli konsumen pada tingkat harga tertentu.²¹ Dalam permintaan diasumsikan harga berbanding terbalik dengan kuantitas barang yang diminta, dimana semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak jumlah barang yang diminta, dan sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang yang diminta.

Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan yaitu:²²

a. 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.

b. Pendapatan dari Usaha Sendiri

²¹ Colander. *Economics*(USA: Richard D.Irwin.Inc, 1995) hlm.45

²² Boediono , *Seri sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.1 ekonomi Mikro* (Yogyakarta, BPF, 1982)

Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurang 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.

c. Pendapatan Dari Usaha Lain

Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja, dan ini biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain:

- 1) Pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki seperti rumah, ternak dan baranglain.
- 2) Bunga dariuang
- 3) Sumbangan dari pihak lain
- 4) Pendapatan dari pensiun
- 5) Dan lain-lain.

2. Metode Pendapatan

Metode ini menjumlahkan semua pendapatan dari faktor-faktor produksi dalam perekonomian yaitu Manusia (TK), modal, tanah dan skill. Bila tenaga kerja menghasilkan upah (*Wages = W*), Modal menghasilkan bunga (*Interest = I*), tanah menghasilkan Sewa (*Rent = R*) dan skill atau *entrepreneurships* menghasilkan profit (*Profite = P*), maka secara matematis dapat ditulis :

$$Y = Y_W + Y_I + Y_R + Y_P$$

Metode ini juga bila tidak hati-hati dan teliti sangat mudah terjadinya perhitungan ganda, maksudnya bisa saja pendapatan sewa tanah adalah jugamerupakan pendapatanpribadi dari pemilik tanah, dan pendapatan bunga berasal dari pendapatan atas sewa dan upah/gaji pemilik tanah dan seterusnya.²³

Secara garis besar ada dua variabel yang mempengaruhi permintaan yaitu variabel harga, yakni harga dan barang, dan variabel non harga yaitu harga barang lain, pendapatan, selera, dan

²³ Iskandar Putong, *Economic Pengantar Mikro dan Makro* , (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h. 375

ekspektasi perubahan salah satu variabel akan mempengaruhi permintaan dengan asumsi variabel yang lain tetap (*ceteris paribus*).²⁴

1. Variabel Harga

Harga sebagai salah satu faktor penentu permintaan, punya hubungan yang erat dan saling berkaitan sehingga ada hipotesis yang berbunyi semakin rendah harga suatu barang makin banyak permintaan terhadap barang. Demikian pula sebaliknya makin tinggi harga suatu barang makin sedikit permintaan barang tersebut.

2. Variabel Non Harga

Variabel-variabel non harga yang mempengaruhi permintaan antara lain: pendapatan, selera, dan ekspektasi akan mempengaruhi kuantitas permintaan.²⁵

1. Pendapatan

Sebagaimana pada harga, pendapatan juga merupakan faktor penting dalam permintaan terhadap berbagai jenis barang. Pendapatan yang berubah akan menimbulkan permintaan ikut berubah. Biasanya peningkatan pendapatan akan cenderung meningkatkan permintaan.

2. Selera Masyarakat

Permintaan dipengaruhi oleh selera atau citarasa masyarakat. Sebagai contoh selera masyarakat untuk membeli mobil buatan Jepang pada awal tahun 60-an sangat kecil, tetapi tahun 1970-an, suasanaya berubah. Di beberapa negara, mobil buatan Jepang semakin populer dan sebagai akibatnya permintaan terhadap mobil buatan Amerika dan Eropa merosot tajam.

3. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk yang dimaksudkan di sini bukan hanya pertambahan jumlah populasi, akan tetapi pertambahan populasi yang sekaligus diikuti dengan semakin luasnya peluang kerja. Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan, tetapi

²⁴ Mankiw, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Gema Insani, 2000) hlm.76

²⁵ Sadono, *ibid*; Colander, *Economics*, hlm.37

pertambahan penduduk diikuti dengan perluasan kesempatan kerja akan menyebabkan meningkatnya pendapatan dan daya beli masyarakat sehingga menambah permintaan.

4. Ekspektasi

Permintaan juga ditentukan oleh faktor ekspektasi atau ramalan terhadap peristiwa di masa depan, apakah bencana alam, pergolakan sosial politik, gangguan keamanan, dan lain- lain. Ramalan konsumen bahwa harga-harga akan naik akan mendorong konsumen untuk membeli lebih banyak pada masa sekarang dan menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang. Sebaliknya, ramalan bahwa lowongan kerja akan bertambah sukar dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi akan mendorong orang dalam menghemat dalam pengeluarannya dan mengurangi permintaan.²⁶

3. Usaha-usaha Peningkatan Pendapatan

Pada umumnya manusia merasakan bahwa penghasilan / pendapatan yang diterima saat ini masih kurang dan menjadi masalah yang tidak akan pernah terselesaikan. Secara umum dapat diterangkan bahwa usaha untuk dapat meningkatkan penghasilan dapat digunakan beberapa cara antara lain:

1. Pemanfaatan waktu luang

Individu mampu memanfaatkan waktu luang yang tersisa dari pekerjaan yang telah dilakukan sebelumnya menjadi kesempatan yang baru untuk menambah penghasilan

2. Melakukan kreatifitas dan inovasi

Individu harus mampu berfikir kreatif dan inovatif menciptakan terobosan- terobosan yang berarti untuk dapat mencapai kebutuhan yang dirasakan masih kurang.²⁷

²⁶ M.Ridwan, dkk, *Ekonomi Pengantar Mikro & Makro Islam*, (Bandung:cita pustaka media, 2013), hlm 46

²⁷ *Ibid*, hlm.89

B. Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar dalam arti sempit adalah tempat dimana permintaan dan penawaran bertemu, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar tradisional. Sedangkan dalam arti luas adalah proses transaksi antara permintaan dan penawaran, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar modern. Permintaan dan Penawaran dapat berupa barang atau jasa. Pasar tradisional adalah salah satu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia seperti makanan, sumber energi, dan sumberdaya lainnya. Pasar berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota, perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu diikuti oleh perkembangan pasar sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama di kawasan perkotaan.²⁸

2. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Bangunan Pasar tersebut biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain.

Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Beberapa pasar tradisional yang "legendaris" antara lain adalah pasar Beringharjo di Jogja, pasar Klewer di Solo, pasar Johar di Semarang. Pasar tradisional di seluruh Indonesia terus mencoba bertahan menghadapi serangan dari pasar modern.

²⁸ <http://www.menlh.go.id/pasarberseri/Pasarberseri.pdf>. diakses pada hari Kamis Tanggal 12 Januari 2017 Pukul 02.16 WIB

Dari beberapa penjelasan diatas maka pasar dapat dikategorikan dalam beberapa hal. Yaitu menurut jenisnya, jenis barang yang dijual, lokasi pasar, hari, luas jangkauan dan wujud:²⁹

3. Pasar Menurut Jenisnya

1. Pasar Konsumsi

Pasar Konsumsi menjual barang-barang untuk keperluan konsumsi. Misalnya menjual beras, sandal, lukisan, dll. Contohnya adalah Pasar Mergan di Malang, Pasar Kramat Jati, dll.³⁰

2. Pasar Faktor Produksi

Pasar Faktor Produksi menjual barang-barang untuk keperluan produksi. Misalnya menjual mesin-mesin untuk memproduksi, lahan untuk pabrik, dll.

a) Pasar Menurut Jenis Barang Yang Dijual

Pasar menurut jenis barang yang dijual dapat dibagi menjadi pasar ikan, pasar buah, dll.

b) Pasar Menurut Lokasi

Pasar menurut lokasi misalnya Pasar Kebayoran yang berlokasi di Kebayoran Lama, dll.

c) Pasar Menurut Hari

Pasar menurut hari dinamakan sesuai hari pasar itu dibuka. Misalnya Pasar Rebo dibuka khusus hari Rabu, Pasar Minggu dibuka khusus hari Minggu, Pasar Senen dibuka khusus hari Senin, dll.

3. Pasar Konsumsi

Pasar Konsumsi menjual barang-barang untuk keperluan konsumsi. Misalnya menjual beras, sandal, lukisan, dll. Contohnya adalah Pasar Mergan di Malang, Pasar Kramat Jati, dll.³¹

²⁹ Kuncoro, *Pengantar Ekonomi Mikro*. (Yogyakarta: UPP, 1994). hlm.68

³⁰ *Ibid*, hlm.92

³¹ *Ibid*, hlm. 98

4. Pasar Menurut Luas Jangkauan

1. Pasar daerah

Pasar Daerah membeli dan menjual produk dalam satu daerah produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar daerah melayani permintaan dan penawaran dalam satu daerah.

2. Pasar lokal

Pasar Lokal membeli dan menjual produk dalam satu kota tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar lokal melayani permintaan dan penawaran dalam satukota.

3. Pasar Nasional

Pasar Nasional membeli dan menjual produk dalam satu negara tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar nasional melayani permintaan dan penjualan dari dalam negeri.

4. Pasar internasional

Pasar Internasional membeli dan menjual produk dari beberapa Negara . Bisa juga dikatakan luas jangkauannya di seluruh dunia.³²

5. Keseimbangan Pasar

Transaksi pasar terjadi apabila kedua belah pihak di pasar telah mencapai suatu persetujuan mengenai tingkat *harga* dan *volume* dari transaksi tersebut. Sebelum ada persetujuan antara kedua belah pihak tersebut, tidak akan terjadi transaksi. Persetujuan ini tercapai apabila apa yang dikehendaki pembeli sama dengan apa yang dikehendaki penjual. Secara grafik, persetujuan ini tercapai apabila kurva permintaan berpotongan dengan kurva penawaran, sebab hanya pada posisi inilah apa yang dikehendaki pembeli persis sama dengan apa yang dikehendaki penjual.³³

³² *Ibid*, hlm. 102

³³ *Ibid*, 81

C. Jam Kerja

1. Pengertian Jam Kerja

Analisis jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapatkan. Kesediaan tenaga kerja untuk bekerja dengan jam kerja panjang atau pendek adalah merupakan keputusan individu.³⁴

Alokasi waktu usaha atau jam kerja adalah total waktu usaha atau jam kerja usaha yang digunakan oleh seorang pedagang di dalam berdagang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jam kerja adalah waktu yang dijadwalkan untuk perangkat peralatan yang dioperasikan atau waktu yang dijadwalkan bagi pegawai untuk bekerja. Jam kerja bagi seseorang sangat menentukan efisiensi dan produktivitas kerja.³⁵

Jam kerja dalam penelitian ini adalah jumlah atau lamanya waktu yang dipergunakan untuk berdagang atau membuka usaha mereka untuk melayani konsumen setiap harinya. Sedangkan jam kerja menurut Badan Pusat Statistik adalah lamanya waktu dalam jam yang digunakan untuk bekerja dari seluruh pekerjaan, tidak termasuk jam kerja istirahat resmi dan jam kerja yang digunakan untuk hal-hal di luar pekerjaan selama seminggu. Bagi pedagang yang pada umumnya disektor informal, jumlah jam kerja dihitung mulai berangkat kerja atau buka lapak/toko hingga tiba kembali di rumah atau tutup lapak/tokonya.

Jam kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan siang hari atau malam hari. Merencanakan pekerjaan-pekerjaan yang akan datang merupakan langkah-langkah memperbaiki pengurusan waktu. Apabila perencanaan pekerjaan belum dibuat dengan teliti, tidak ada yang dapat dijadikan panduan

³⁴ Dewa Made Aris Artaman, *Analisis Faktor-factoryang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Di Kabupaten Gianyar*, Tesis Program Pascasarjana Universitas Uduyana Denpasar, 2015

³⁵ Departemen Pendidikan Nasional, *KBBI Pusat Bahasa, Edisi Keempat*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 561

untuk menentukan bahwa usaha yang dijalankan adalah selaras dengan sasaran yang ingin dicapai. Dengan adanya pengurusan kegiatan-kegiatan yang hendak dibuat, seseorang itu dapat menghemat waktu dan kerjanya.³⁶

Wolmen menyatakan bahwa ada kaitan antara psikologi dan pekerjaan. Pekerjaan pada tingkat bawahan merasakan gaji yang dibayar adalah untuk membeli waktu mereka. Bagaimanapun, pihak pengurusan pada organisasi besar mencoba mengadakan kebebasan waktu bekerja kepada pekerjaan bagian atasan. Cara ini didapati menimbulkan tanggung jawab akibat desakan waktu dan memberikan pencapaian prestasi kerja yang lebih baik. Wolman mengemukakan beberapa cara pengurusan waktu untuk menghasilkan pekerjaan yang lebih baik, diantaranya ialah membiasakan diri segera mencatat hal-hal yang perlu perhatian. Susunan kegiatan yang teratur adalah antara keperluan untuk memperbaiki pengurusan waktu seseorang.⁵⁶

Su'ud menyatakan bahwa kriteria-kriteria pengurusan waktu kerja yang efektif sebagai berikut:⁵⁷

1. Memahami sepenuhnya pekerjaan yang akan dilaksanakan
2. Memberi keutamaan kerja menurut kepentingan
3. Mendelegasikan pekerjaan-pekerjaan yang banyak
4. Mengawasi masalah supaya tidak terjadi lagi
5. Menetapkan masa selesainya pekerjaan
6. Pekerjaan yang tidak perlu supaya segera disingkirkan
7. Senantiasa menyadari nilai waktu dalam setiap pekerjaan yang dikerjakan
8. Mencatat hal-hal yang perlu dikerjakan di masa depan
9. Membentuk daftar penggunaan waktu kerja
10. Menilai keberhasilan kerja berdasarkan objektif pekerjaan

Jam kerja bagi para pekerja di sektor swasta diatur dalam

³⁶ Suci Ramadhani Harahap, "*Pengaruh Jam Kerjadan Imbalan Terhadap Produktivitas KerjaKaryawan.*" (Program Studi Strata 1 Manajemen Ekstensi Universitas Sumatra Utara, Medan, 2014),h.8

Undang-Undang

No. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, khususnya pasal 77 sampai dengan pasal 85. Pasal 77 ayat 1, Undang-Undang No. 13/2003 mewajibkan setiap pengusaha untuk melaksanakan ketentuan jam kerja. Ketentuan jam kerja ini telah diatur dalam 2 sistem yaitu:

- a. 7 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 6 hari kerja dalam 1 minggu; atau
- b. 8 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 5 hari kerja dalam 1 minggu.³⁷

Pada kedua sistem jam kerja tersebut juga diberikan batasan jam kerja yaitu 40 jam dalam 1 minggu. Apabila melebihi dari ketentuan waktu kerja tersebut, maka waktu kerja biasa dianggap masuk sebagai waktu kerja lembur sehingga pekerja/ buruh berhak atas upah lembur.

2. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Curahan Jam Kerja

Curahan jam kerja adalah jumlah jam kerja yang dilakukan untuk melakukan pekerjaan di pabrik, di rumah, dan pekerjaan sambilan. Lama bekerja dalam setiap minggu bagi setiap orang tidak sama. Ada yang bekerja di pabrik dan dirumah saja, tapi ada juga yang selain bekerja di pabrik dan melakukan pekerjaan rumah tangga, masih juga melakukan pekerjaan sambilan. Hal ini tergantung pada keadaan masing-masing perorangan tersebut.³⁸

Alasan ekonomi adalah yang paling dominan, untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari atau untuk menambah penghasilan keluarga. Selain itu jumlah orang yang harus ditanggungnya menjadi salah satu alasan mengapa seorang melakukan pekerjaan lebih. Oleh karena itu dalam menyediakan waktu untuk bekerja tidak cukup hanya memperhatikan jumlah jam orang yang bekerja tetapi perlu juga diperhatikan berapa jam setiap

³⁷ Undang-Undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, Pasal 77 ayat (1)

³⁸ Sonny Sumarsono, *Ekonomi Sumber Daya Manusia & Ketenagakerjaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), h. 30

orang itu bekerja dalam setiap minggu.³⁹

Neo Klasikal teori tentang *house hold production* mengatakan bahwa ada tiga kemungkinan alokasi waktu dari waktu yang tersedia, yaitu:

- 1) bekerja di rumah;
- 2) bekerja di pasar;
- 3) waktu istirahat.

Ketiga alokasi tersebut menghasilkan tiga macam komoditi, yaitu hasil kerja di rumah antaranya mengurus anak atau membersihkan rumah. Hasil kerja di luar rumah berupa upah yang digunakan untuk membeli keperluan hidupnya dan *utility* yang diperoleh dari waktu istirahat (*leisure*).⁴⁰

Banyak faktor yang mempengaruhi alokasi waktu seseorang. Alokasi waktu bagi setiap anggota keluarga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain yaitu keadaan sosial ekonomi keluarga, pemilihan asset produktif, tingkat upah, karakteristik yang melekat pada setiap anggota keluarga yang dicirikan dengan faktor umur, tingkat pendidikan atau keahlian yang dimiliki anggota keluarga yang lain.

Pertambahan pendapatan cenderung untuk mengurangi jam kerja (*income effect*), karena dengan meningkatnya status ekonomi (pertambahan pendapatan) seseorang cenderung untuk meningkatkan konsumsinya dan akan lebih banyak menikmati waktu senggangnya. Hal ini berarti mereka telah mengurangi jam kerja untuk keperluan tersebut.⁴¹

Yusuf Qardhawi mengatakan, kepedulian pedagang terhadap agamanya hanya bisa terwujud dengan memelihara tujuh hal, yaitu:⁴²

1. Meluruskan niat, dengan meniatkan untuk menjaga diri agar tidak meminta- minta, menjaga diri dari kerakusan terhadap apa yang terjadi milik orang lain karena mencakupkan diri dari yang halal, menjadikannya sebagai dukungan terhadap

³⁹ *Ibid.*, h.31

⁴⁰ *Ibid.*, h.31

⁴¹ *Ibid.*, h. 31

⁴² Yusuf Qardhawi, *Peran Nilaidan Moral dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Rabbani Press, 2004), h.336-344

agama, dan demi melaksanakan kewajiban mencukupi kebutuhan keluarga agar termasuk kelompok orang-orang yang berjihad dengannya.

2. Melaksanakan *fardhu kifayah* dan hal yang penting dalam agama.
3. Memperhatikan „pasar’ akhirat, yakni jangan sampai pasar dunia menghalanginya dari pasar-pasar akhirat yaitu masjid.
4. Senantiasa melakukan *dzikrullah*, yakni tidak berhenti sampai pada batas tersebut tetapi senantiasa melakukan dzikrullah di pasar dan tidak pernah berhenti membaca tahlil dan tasbih.
5. Relu menerima dan tidak rakus, yaitu tidak terlalu rakus kepada pasar dan perniagaan, dengan menjadi orang pertama masuk dan orang yang terakhir keluar, atau mengarungi lautan demi perniagaan.
6. Menghindari syubhat, yakni tidak hanya menjauhi yang haram, tetapi juga menghindari tempat-tempat syubha dan keraguan.
7. Muraqabah dan muhasabatun nafsi, kewajiban orang yang bekerja mencari pencaharian yaitu bersikap adil, ihsan, dan peduli terhadap agamanya. Jika ia bersikap adil saja maka ia termasuk orang-orang yang shalih, jika ia menambahkan sikap ihsan maka ia termasuk orang-orang yang dekat kepada Allah (Al Muqarrabin), jika memperhatikan tugas-tugas agama di samping, maka ia termasuk orang-orang yang *shiddiq*.

D. Jenis Dagangan

1. Defenisi Jenis dagangan

Jenis dagangan adalah jenis barang atau jasa yang akan dijual oleh para pedagang di pasar. Jenis-jenis barang yang diperjualbelikan beragam, diantaranya ada buah-buahan, sayuran atau hasil bumi, daging dan ikan, jamu dan empon-empon, kelontong, klitikan dan alat tani, makanan dan minuman, pakaian dan aksesoris, peralatan rumah

tangga, sembako, bumbu dan lain-lain. Pasar tradisional memiliki aturan tersendiri dalam menentukan jenis dagangan. Aturan ini terkait penempatan lokasi berdagang sesuai dengan jenis dagangan dalam pola zoning atau pengelompokan jenis dagangan. Pola zoning diterapkan untuk pasar yang memiliki jenis barang dagangan yang bervariasi. Sementara untuk pasar dengan jenis dagangan yang bersifat homogen tidak perlu menerapkan pola zoning karena jenis dagangan yang diperjualbelikan memiliki jenis yang sama. Pola zoning dapat mempermudah pengelolaan pasar dan mempermudah konsumen mencari barang sesuai jenis dagangannya, selain itu untuk menciptakan suatu pengelolaan pasar tradisional yang baik, rapi dan nyaman.

2. Macam-macam jenis dagang

Berikut ini macam-macam jenis dagang yang tersedia di pasar tradisional:

a. Sembako

Sembako sebenarnya merupakan singkatan Sembilan Barang Pokok kebutuhan masyarakat yang terdiri dari:

- 1) Beras, sagu dan jagung
- 2) Gula pasir dan gula merah
- 3) Sayur-sayuran dan buah-buahan
- 4) Daging ayam, sapi dan ikan
- 5) Minyak goreng dan margarin
- 6) Telur
- 7) Susu
- 8) Bahan bakar dan gas (ELPIJI)
- 9) Garam dan penyedap rasa

Jualan Sembako merupakan salah satu jenis usaha yang paling cocok dilakukan atau dibuka di lingkungan pasar, karena pasar merupakan tempat tujuan pertama masyarakat mencari bahan kebutuhan pokok seperti yang saya jelaskan di atas. Bahkan orang tua saya saja saat ini berjualan sembako.

b. Barang Pecah Belah

Barang pecah belah merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan barang keperluan rumah tangga seperti piring, gelas,

sendok, mangkok, gayung, ember dan sejenisnya. Seperti namanya barang pecah belah biasanya terbuat dari bahan-bahan yang bisa pecah seperti plastik ataupun beling. Tapi ada pula beberapa barang lain yang tidak memiliki sifat pecah tetapi di kategorikan sebagai barang pecah belah.

Jualan barang pecah belah ini sangat menguntungkan karena jenis dagangan seperti ini termasuk dagangan awet yang bisa bertahan dalam waktu yang sangat lama, karena tidak basi dan tidak mudah rusak.

c. Sayur Mayur

Sayur sayuran merupakan keperluan yang di perlukan setiap hari terutama oleh ibu-ibu dan rumah tangga, sayur sayuran ini sangat di butuhkan untuk keperluan memasak, sehingga jenis jualan ini sangat cocok jika dijual pada lingkungan pasar. Sayuran memiliki kelebihan yaitu dibutuhkan setiap harinya.

d. Makanan

Jenis usaha ini dapat berupa makanan siap saji yang dijual di daerah pasar tradisional. Dapat berupa mie, jajanan pasar dan makanan ringan lebaran maupun makanan ringan anak-anak. Selain itu makanan biasanya memiliki keuntungan lebih besar karena keuntungan yang di dapatkan perharinya bisa mencapai 2 kali lipat harga total modal belanja yang di keluarkan.

e. Sandangan atau pakaian

Pasar sudah sejak lama di kenal sebagai tempat untuk memperoleh sandangan, baik itu berupa baju, celana, sarung dan jenis-jenis barang keperluan sandang lainnya. Kelebihan dari membeli pakaian di pasar adalah harganya biasanya jauh lebih murah dan bisa ditawar.

f. Jualan Pakan Ternak atau pernak pernik

Jualan pakan ternak merupakan salah satu jenis usaha yang cukup menggiurkan jika dilakukan di lingkungan pasar karena pakan ternak biasanya memiliki harga yang lumayan dan di butuhkan terutama dalam proses budidaya ternak. Selain itu pernak pernik juga sangat laku

g. Keperluan sehari hari lainnya.

Secara garis besar kita bisa ambil kesimpulan jika usaha itu merupakan usaha jualan peralatan dan keperluan masyarakat sehari hari. Misalnya seperti keperluan bertani dan berladang, keperluan budidaya, sampai dengan keperluan khusus lainnya yang mungkin tidak bisa saya sebutkan semuanya.

E. Lokasi Usaha

1. Definisi Lokasi Usaha

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.⁴³ Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik. Pertanian, pertambangan sekolah dan tempat ibadah tidaklah asal saja/ acak berada di lokasi tersebut, melainkan menunjukkan pola dan susunan (mekanisme) yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti.

Menjalankan kegiatan usaha jelas memerlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi usaha. Lokasi usaha ini penting baik sebagai tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas penyimpanan, atau untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau yang di jual baik jenis, jumlah, maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.⁴⁴

Menurut Kotler pengertian lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung

⁴³ Robinson Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h.122

⁴⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2011), h. 140

dan saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.⁴⁵

Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadaan seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.
2. Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung merupakan *service provider*, dan konsumen berinteraksi melalui citra pasar tertentu seperti telepon, computer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak terlaksana dengan baik.

Penentuan lokasi merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan dengan baik dan mendalam dengan memperhatikan sumber daya yang akan dipakai baik sumber daya bahan baku, sumber daya manusia, transportasi, dampak terhadap lingkungan sekitar, tenaga listrik dan lainnya.

Merujuk dari ayat di atas suatu perbuatan yang memberikan kebaikan kepada orang lain maka seorang yang melakukannya akan mendapatkan pahala dari Allah, begitu juga sebaliknya jika seorang hamba itu memberikan sesuatu manfaat yang buruk kepada orang lain maka hamba tersebut juga akan menanggungnya. Jadi pemilihan lokasi harus memberikan kebaikan untuk lingkungan sekitar karena hal tersebut secara langsung berdampak positif terhadap usaha yang dijalankan di tempat tersebut.

⁴⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principals of Marketing*, Edisi 8, Prentice-hall, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2001), h. 148

Lokasi usaha merupakan pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah usaha. Pada saat pemilik usaha telah memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi. Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik. Kedekatan dengan pasar memungkinkan sebuah organisasi memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, dan sering menghemat biaya pengiriman.

2. Faktor-faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan tempat atau lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat, adapun faktor-faktor dalam pemilihan lokasi sebagai berikut:⁴⁶

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau citra pasar transportasi.
- b. Visibilitas (penerangan), misalnya yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Lalu lintas (*traffic*), di mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
 - 1) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying*.
 - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulance.
- d. Tempat parkir yang luas dan aman. Parkir kendaraan merupakan kebutuhan yang sangat penting. Kenyamanan berbelanja sangat ditentukan oleh rasa aman pembeli terhadap parkir kendaraan. Apabila pelanggan tidak menemukan tempat parkir yang aman dan nyaman. Mereka kemungkinan tidak akan singgah pada lokasi

⁴⁶ Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h.55

- tersebut.
- e. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
 - f. Tren populasi dan mutu kehidupan. Pengusaha harus mengetahui situasi dan kondisi suatu daerah dan orang yang tinggal pada daerah tersebut. Dibutuhkan analisa populasi dan data demografis agar dapat mengetahui situasi lokasi, daerah yang akan dipilih secara rinci. Analisa tren suatu warga seperti: ukuran dan kepadatan populasi, jumlah dan ukuran keluarga, tingkat pendapatan, pendidikan, ras, agama, tren pertumbuhan akan memberikan fakta guna penentuan lokasi usaha.
 - g. Peraturan daerah dan iklim bisnis, pengusaha harus mengetahui iklim bisnis pada lokasi yang akan dipilih. Apakah ada peraturan pemerintah yang menguntungkan. Apakah ada keleluasaan yang diberikan pemerintah daerah, apakah trend bisnis yang akan ditawarkan dapat diterima masyarakat.⁴⁷
 - h. Jasa publik, apakah lokasi yang akan dipilih memiliki jasa-jasa publik yang nanti akan menurunkan biaya. Lokasi sebaiknya dilengkapi dengan jasa-jasa publik seperti: pembuangan sampah, saluran air bersih, listrik, telepon dan sejenisnya.
 - i. Reputasi lokasi, suatu daerah dengan komunitas tertentu memiliki karekteristik yang mungkin berbeda dengan daerah lain. Suatu daerah mungkin memiliki reputasi baik adakalanya suatu daerah memiliki reputasi kurang baik dalam beberapa hal, seperti: keamanan, tanggapan masyarakat, ras dan agama. Tempat dimana bisnis memiliki kecenderungan selalu gagal akan membuat reputasi daerah tersebut kurang baik dan memiliki pengaruh terhadap pemilihan lokasi.

Untuk mendapatkan lokasi yang tepat sehingga memberikan

⁴⁷ R. Heru Kristanto HC, *Kewirausahaan Entrepreneurship, Pendekatan Manajemen dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 159

keuntungan bagi perusahaan, diperlukan mencari lokasi yang mana akan mempermudah dalam semua kegiatan usahanya sehingga diperlukan faktor-faktor untuk menentukan lokasi usaha. Terdapat 5 faktor dalam menentukan lokasi yang tepat dan juga baik, yaitu:⁴⁸

- a) Kemudahan dalam mencapai konsumen
Mayoritas konsumen tidak berkeinginan melakukan perjalanan jauh untuk berbelanja, sehingga kebanyakan konsumen akan berbelanja dimana tempat yang mudah dijangkau dan juga tidak terlalu jauh.
- b) Kondisi lingkungan bisnis
Pengusaha harus memperhatikan lokasi bisnisnya, dengan melihat apa yang dibutuhkan di lingkungan sekitar. Bisnis berskala kecil dipengaruhi oleh sejumlah cara dari lingkungan tempat bisnis tersebut beroperasi. Kondisi lingkungan dapat menghalangi atau melancarkan keberhasilan suatu usaha.
- c) Tersedianya sumber daya
Tersedianya sumber daya yang berhubungan dengan barang dan pengoperasian bisnis juga harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi bisnis. Pengusaha harus mempertimbangkan beberapa faktor, yaitu:
 - 1) Kedekatan dengan bahan mentah,
 - 2) Kesesuaian persediaan tenaga kerja,
 - 3) Tersedianya citra pasar transportasi.
- d) Pilihan pribadi wirausaha
Dalam memilih lokasi perusahaan juga biasanya mempertimbangkan komunitas disekitarnya yaitu dimana tempat pengusaha tinggal.
- e) Tersedianya lokasi dan biaya
Perusahaan dalam menentukan lokasi dapat dikarenakan fasilitas yang di dapatkan dari lokasi tersebut serta dengan melihat biaya-biaya yang harus

⁴⁸ Justin G. Longnecker, dkk, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 241

dikeluarkan, sehingga hal ini menjadi bahan pertimbangan pengusaha untuk menentukan usahanya.

Dengan melihat semua faktor dari penentuan lokasi, diharapkan akan memberikan kelancaran terhadap usaha yang dijalankannya dan juga tidak memberikan kerugian terhadap usaha dan kepada orang lain atau lingkungan sekitarnya. Dengan hal itu, akan memberikan keuntungan dan kelancaran bagi semua pihak

3. Tahap Pemilihan Lokasi

Tiga tahap yang harus dilalui jika suatu lokasi akan dipilih sebagai lokasi usaha, yaitu sebagai berikut:

- 1) Tahap pertama: melihat kemungkinan daerah mana yang akan dijadikan sebagai lokasi usaha dengan mempertimbangkan ketentuan pemerintah, jenis proses produksi/ jasa ini akan menentukan spesifikasi usaha yang berhubungan dengan buruh/ tenaga kerja, pengangkutan, dan lain-lain.
- 2) Tahap kedua: memerhatikan pengalaman dari usaha orang lain atau pengalaman sendiri, didasari pada jenis barang yang dihasilkan dan proses produksinya karena keduanya akan berpengaruh pada citra pasar angkutan, pasar, listrik, air, telepon, dan faktor lainnya yang dianggap penting.
- 3) Tahap ketiga: mempertimbangkan dan menilai dampak sosial, atau dukungan dari masyarakat disekitar lokasi. Penilaian ini di dapat dengan melakukan survei langsung ke lapangan. Dari ketiga tahap inilah dianalisis dan dipertimbangkan apakah suatu usaha layak didirikan pada lokasi atau wilayah tersebut.⁴⁹

Seperti penjelasan di atas terkait tahapan dalam menentukan lokasi usaha, lokasi yang baik tentu saja akan memberikan hasil yang baik sesuai dengan tujuan dan harapan. Pemilihan lokasi usaha

⁴⁹ Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Gilingan: Bumi Aksara, 2009), h. 124-125

sangat penting karena apabila salah dalam menentukan lokasi yang dipilih akan mengakibatkan peningkatan biaya yang dikeluarkan. Penentuan lokasi yang tepat akan memberikan keuntungan bagi suatu usaha, baik dari sisi finansial maupun nonfinansial. Misalnya, dapat memberikan pelayanan yang aman dan nyaman kepada konsumen dengan memuaskan, kemudahan untuk memperoleh alat penunjang yang disediakan untuk publik seperti citra pasar dan pracitra pasar, seperti adanya transportasi yang dapat mempermudah menjangkau bahan baku dalam jumlah dan waktu yang telah diperhitungkan.

4 Teori Lokasi Memaksimumkan Laba

Menetapkan titik lokasi optimal bagi sebuah perusahaan menjadi lebih sulit dikarenakan oleh fakta bahwa produsen dapat memasarkan barangnya atau menunjukkan distributor untuk memasarkan barangnya dengan mendatangi konsumen. Jadi lokasi produsen tidak harus berada di pasar atau di sekitarnya, terlebih-lebih harga lahan sudah sangat tinggi.

Mc. Grone berpendapat bahwa teori lokasi dengan tujuan memaksimumkan keuntungan sulit ditangani dalam keadaan ketidakpastian yang tinggi dan dalam analisis dinamik. Ketidake sempurnaan pengetahuan dan ketidakpastian biaya dan pendapatan dimasa depan pada tiap lokasi, biaya relokasi yang tinggi, preferensi personal dan pertimbangan lain membuat model maksimisasi keuntungan lokasi sulit dioperasikan. Selain itu, pengusaha mungkin saja lebih memberikan perhatiannya pada maksimisasi keuntungan untuk pertumbuhan jangka panjang dari pertumbuhan jangka pendek dan ini menyebabkan diterapkannya suatu keputusan tentang lokasi yang berlainan.⁵⁰

Menurut Isard, masalah lokasi merupakan penyeimbangan antara biaya dengan pendapatan yang dihadapkan pada situasi ketidakpastian yang berbeda-beda. Keuntungan relatif dari lokasi bisa saja sangat dipengaruhi pada tiap waktu oleh faktor dasar:

- 1) Biaya *input* atau bahan baku;

⁵⁰ Robinsin Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h.147

- 2) Biaya transportasi;
- 3) Keuntungan agglomerasi.

Di antara berbagai biaya tersebut, jarak dan aksesibilitas tampaknya merupakan pilihan terpenting dalam konteks tata ruang. Sungguh pun seluruh biaya bervariasi dengan waktu dan tempat, namun biaya transportasi biasanya bervariasi dengan jarak karena ia merupakan fungsi dan jarak. Jadi Isard menekankan pada faktor-faktor jarak, aksesibilitas, dan keuntungan agglomerasi sebagai hal yang utama dalam pengambilan keputusan lokasi.⁵¹

Masih mengenai kasus yang sama, Richardson mengemukakan bahwa aktivitas ekonomi atau perusahaan cenderung untuk berlokasi pada pusat kegiatan sebagai usaha mengurangi ketidakpastian dalam keputusan yang diambil guna meminimumkan resiko. Faktor unsur ketidakpastian minimum dapat diperoleh pada pusat kegiatan sehingga keputusan lokasi didasarkan pada kriteria lain dari keuntungan dan biaya-biaya langsung. Dalam hal ini, baik kenyamanan maupun keuntungan agglomerasi merupakan penentu lokasi yang penting, yang menjadi daya tarik lokasi yang lebih kuat daripada sumber daya alam, sumber tenaga kerja (upah rendah), dan elemen kunci yang lain dari teori lokasi tradisional.

Richardson lebih lanjut mengemukakan bahwa pemahaman tentang perkembangan kota dan wilayah tidak dapat diperoleh tanpa apresiasi penuh dari kekuatan agglomerasi yang terjadi karena kekuatan ini bagaimanapun juga menghasilkan konsentrasi industri dan aktivitas lainnya.⁵²

5 Dampak Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis maka penjualan tidak terlalu bagus yang berakibat pada pendapatan yang menurun.

⁵¹ *Ibid.*, h. 148

⁵² *Ibid.*, h. 148

Pentingnya keputusan akan lokasi usaha ditentukan oleh biaya dan ketidak mungkinan menaikkan taruhan dan menjalankan bisnis yang telah dilakukan, jika pemilihan lokasi tersebut tidak strategis, bisnis mungkin tidak akan pernah berkembang, bahkan dengan pendanaan yang mencukupi dan kemampuan manajerial yang lebih baik.⁵³ Penentuan lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun non finansial, keuntungan tersebut antara lain adalah:⁵⁴

- 1) Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
- 2) Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya.
- 3) Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus menerus.
- 4) Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha, karena biasanya sudah diperhitungkan untuk perluasan lokasi usaha sewaktu-waktu.
- 5) Memiliki nilai atau harga ekonomis yang lebih tinggi di masa yang akan datang.
- 6) Meminimalkan terjadinya konflik, terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain baik dalam bentuk jurnal maupun tesis. Penelitian yang ada telah mendasari pemikiran penulis dalam penyusunan penelitian ini, adapun penelitiannya adalah sebagai berikut:

⁵³ Justin G. Longnecker, dkk, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 240

⁵⁴ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 223

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Endang Puspasari (2007)	“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Keramik” yang menggunakan analisis linier berganda	1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara besarnya modal sendiri terhadap tingkat pendapatan pengusaha keramik. 2. Terdapat hubungan yang signifikan antara besarnya curahan jam kerja terhadap tingkat pendapatan pengusaha keramik. ⁵⁵
2	Wuri Ajeng Chintya, Ida Bagus Darsana (2013)	“Analisis Pendapatan Pedagang di Pasar Jimbaran, Kelurahan Jimbaran	Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi pendapatan adalah jam kerja, modal kerja, lokasi usaha dan jenis produk. Jam kerja merupakan faktor dominan yang mempengaruhi pedagang di pasar Jimbaran. ⁵⁶
3	Galih Suryananto (2017)	“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Konveksi”	Berdasarkan nilai F-hitung $11,920 > F\text{-tabel } 2,81$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga disimpulkan modal dagang, Jam berdagang, dan Pengalaman berdagang secara s

⁵⁵ Endang Puspasari, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Keramik*, (Jakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi UI, 2007)

⁵⁶ Wuri Ajeng Chintia dan Ida Bagus Darsana, Analisis Pendapatan Pedagang Di Pasar Jimbaran Kelurahan Jimbaran, E-Jurnal EP Unud, Vol 2 No. 6, 2013, h. 277

		(Studi kasus di Pasar Godean, Sleman Yogyakarta)	erentak berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang konveks. ⁵⁷
4	Rheza Pratama (2018)	Pengaruh Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar	Hasil penelitian menunjukkan: 1) terdapat pengaruh positif modal terhadap pendapatan pedagang; 2) Variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang; 3) terdapat pengaruh jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang; Berdasarkan hasil regresi koefisien determinasi R^2 0,059. Dan diperoleh keterangan bahwa variabel kondisi tempat berdagang berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 5\%$. Hal Ini berarti semakin bervariasi jenis dagangannya diyakini dapat mengakibatkan semakin bertambah pendapatan pedagang. Karena dengan bervariasi jenis dagangannya akan meningkatkan daya beli masyarakat ⁵⁸

⁵⁷ Galih Suryananto, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Konveksi Studi Kasus Pasar Godean Sleman*

⁵⁸ Rheza Pratama, Pengaruh Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar, *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol 2, No. 3, 2018

5	Ana Fatma Fitriani Wibowo, dkk (2021)	Pendapatan Pedagang Kaki Lima dan Faktor yang Mempengaruhinya	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal, lama usaha, lokasi usaha, dan jam kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan Pedagang Kaki Lima di sekitar alun-alun Kabupaten Wonosobo. ⁵⁹
6	Nurlaila Hanum (2017)	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang	<p>Hasil penelitian diperoleh $Y = -33077,938 + 0,077X_1 + 30808,873X_2 + 68009,033X_3$, konstanta menunjukkan nilai pendapatan para pedagang kaki lima sebelum dipengaruhi oleh modal, jam kerjadan lama usahasebesar -33077,938 atau minus Rp 33.077,93. Koefisien regresi modal sebesar $0,077X_1$ menunjukkan bahwa modal memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang kaki lima. Koefisien \tilde{A}, regresi jam kerja sebesar $30808,873X_2$ menunjukkan bahwa jam kerja memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang kaki lima. Kemudian hipotesis yang menyatakan modal, jam kerja dan lama</p>

⁵⁹ Ana Fatma Fitriani Wibowo, dkk, Pendapatan Pedagang Kaki Lima dan Faktor yang Mempengaruhi, Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) Vol. 2, No. 2, April 2021

			uasha secara simultan berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Kota Kuala Simpang, dapat diterima. Rata-rata modal awalRp 11.422.535, rata-rata jam kerja adalah 7 jam sehari dan rata-rata lama usaha adalah 6 tahun. ⁶⁰
7	Novemy Triyandari Nugroho dan Indah Wahyu Utami (2020)	Pengaruh Modal, Lokasi Usaha dan kondisi Tempat Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial modal (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kondisi tempat berdagang (X_3) berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Hal ini disebabkan karena ketiga faktor tersebut yaitu modal, lokasi usaha, dan kondisi tempat berdagang merupakan bagian dari pondasi utama ketika seseorang mempunyai usaha, misalnya di bidang perdagangan. ⁶¹
8	Khairun Nisa dan M. Sahnani (2021)	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di pasar	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel-variabel yang signifikan mempengaruhi pendapatan pedagang Pasar Pangkatan

⁶⁰ Nurlaila Hanum, Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang, Jurnal Samudra Ekonomika, Vol 1 No 1, 2017

⁶¹ Novemy Triyandari Nugroho, Indah Wahyu Utama, Pengaruh Modal, Lokasi, Usaha dan Kondisi Tempat Berdagang Terhadap Pendapat Pedagang (Studi Kasus Pada Pasar Kartasura Kabupaten Sukoharjo), Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan, 2020

		Kecamatan Pangkatan	Kabupaten Labuhanbatu antara lain adalah modal usaha (X1) dan jam kerja (X4). Sedangkan variabel tingkat pendidikan (X2) dan lama usaha (X3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Pangkatan Kabupaten Labuhanbatu. Selanjutnya variabel modal usaha, tingkat pendidikan, lama usaha, dan jam kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Pangkatan Kabupaten Labuhanbatu. Pengaruh tersebut sebesar 52,6% dan sisanya 47,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain. ⁶²
9	Marce Sherly Kase (2020)	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kota Kupang	Berdasarkan hasil dan pembahasan maka simpulan dari penelitian ini adalah variabel modal dan jam kerja berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1. Hasil penelitian ini memberikan implikasi langsung pada pendapatan pedagang di pasar tradisional

⁶² Khairun Nisa, M. Sahnan, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di pasar Kecamatan Pangkatan*, Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik Volume 3, No 1, Juli 2021

			Kasih Naikoten 1, modal dan jam kerja merupakan faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan. Penambahan modal dan jumlah jam kerja secara langsung akan meningkatkan pendapatan pedagang di pasar tradisional Kasih Naikoten 1. ⁶³
10	Christie Mei Wulandari (2017)	Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember	Hasil penelitian ini adalah modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember. Dengan ditunjukkannya bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel ($19.49034 > 2.014103$). Jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember. Dengan ditunjukkannya bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel ($6.679001 > 2.014103$). Modal dan jam kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember. Besarnya pengaruh dapat dilihat melalui nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0.931788 atau sebesar

⁶³ Marce Sherly Kase, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kota Kupang*, Jurnal Ekonomi pembangunan Vol 5 No.3 September 2020, h. 68-76

			93.3%. Hal ini berarti menunjukkan 93.3% besarnya perubahan pendapatan pedagang pasar dipengaruhi oleh modal, dan jam kerja, sedangkan sisanya 6.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. ⁶⁴
11	Faham Firmania, Karnowahadi dan Inayah (2020)	Effect of Capital, Location, and Length of Business on Traders' Revenue in Traditional Market Post-Revitalization (Study on the Market Legi of Parakan, Temanggung Regency)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 17,2%. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi <0,05. Artinya, Modal, lokasi dan lama usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan. Secara parsial, Modal dan lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan sedangkan lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap pendapatan. ⁶⁵
12	Agus Sutedjo (2021)	Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Keliling	Modal dan pendapatan pedagang keliling di Kelurahan Kedurus pada saat pandemi mengalami penurunan dibanding sebelum pandemi,

⁶⁴ Christie Mei Wulandari, Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember, Jurnal IlmuEkonomi Vol 1 Jilid 2/2017 Hal. 215 – 224

⁶⁵ Faham Firmania, Karnowahadi dan Inayah, Effect of Capital, Location, and Length of Business on Traders' Revenue in Traditional Market Post-Revitalization (Study on the Market Legi of Parakan, Temanggung Regency), Jurnal Admisi dan Bisnis, Vol. 21 No 2 tahun 2020

		Di Kelurahan Kedurus Kota Surabaya.	karena tidak termotivasi untuk meningkatkan produktivitasnya. Interaksi pedagang keliling dengan pembeli tidak berubah dan mereka tidak melakukanantisipasi untuk mengatasi perubahan situasi yang terjadi. Jam kerja, lama kerja dan lokasi dan jalur keliling tidak mengalami perubahan sehingga tidak dapat mempertahankan jumlah pembeli. ⁶⁶
13	Irvan Triananda Perdana Pande dan Ni Putu Martini Dewi (2018)	Pengaruh Jam Kerja, Jenis Dagangan Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Desa Pakraman Padangsambian	Temuan dari penelitian ini mengindikasi variabel bebas yang terdiri dari jam kerja, jenis dagangan, lokasi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap pendapatan yang menjadi variabel terikat. Jam kerja berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang yang menjadi variabel terikat. Jenis Dagangan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang. Pedagang yang berlokasi strategis memiliki pendapatan yang lebih tinggi dari pendapatan pedagang yang berlokasi tidak strategis. Nilai

⁶⁶ Agus Sutedjo, Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Keliling Di Kelurahan Kedurus Kota Surabaya., Jurnal Geografi, Vol 19, No.1 (2021)

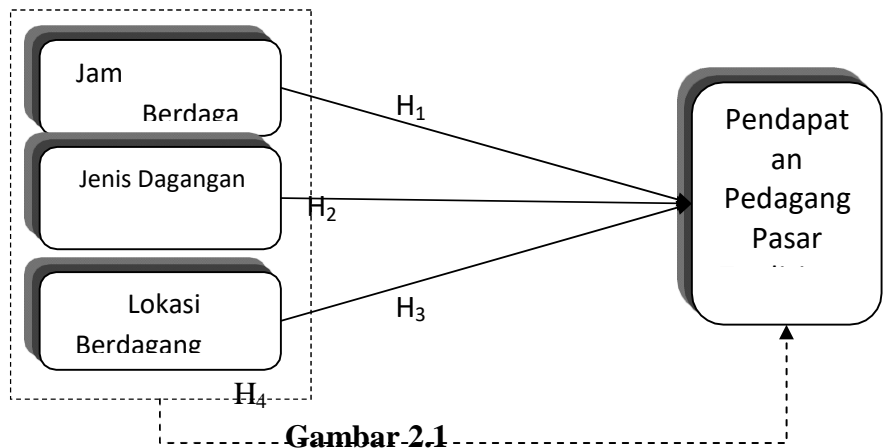
			koefisien determinasi total yaitu sebesar 59,3 persen dijelaskan oleh model dan sisanya sebesar 40,7 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model. ⁶⁷
--	--	--	---

Penelitian ini berbeda dengan sebelumnya dimana penelitian ini menggunakan analisis Deskriptif Kuantitatif yaitu analisis yang memberikan gambaran baru terhadap data-data yang terkumpul. Dimana kerangka berfikir yang menjadi acuan adalah Jam Berdagang sebagai (X_1), Jenis dagangan (X_2) dan Lokasi Berdagang (X_3) terhadap Pendapatan Pedagang Pasar dan teknik dan instrument pengumpulan data menggunakan angket. Penelitian ini juga memaparkan bagaimana konsep pendapatan pedagang di masa covid 19, berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Serta metode yang diunakan dalam penelitian ini menggunakan Mix Method yakni dengan kualitatif menggunakan alat analisis Nvivo dan Kuantitatif menggunakan alat analisis Smart PLS.

G. Kerangka Teoritis

Berikut merupakan dasar pemikiran dalam penelitian ini, akan terbentuk dalam skema dibawah ini.

⁶⁷ Irvan Triananda Perdana Pande dan Ni Putu Martini Dewi, Pengaruh Jam Kerja, Jenis Dagangan Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Desa Pakraman Padangsambian, Jurnal EP Unud, vol. 9 No. 12, 2018



Gambar-2.1
Kerangka Teoritis

Keterangan:

Keterangan:

→ : Pengaruh masing-masing variabel

--> : Pengaruh variabel secara simultan

-H₁: Pengaruh (X₁) terhadap Y

-H₂: Pengaruh (X₂) terhadap Y

-H₃: Pengaruh (X₃) terhadap Y

-H₄: Pengaruh (X₁, X₂, X₃) terhadap Y

H. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban sementara terhadap permasalahan suatu penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Berdasarkan kajian teoritis yang berhubungan dengan permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. a. Ho : Jam berdagang tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia
b. Ha : Jam berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia
2. a. Ho : Jenis dagangan tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia
b. Ha : Jenis dagangan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia

3. a. H_0 : Lokasi berdagang tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia.
b. H_a : Lokasi berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia.
4. a. H_0 : Jam Berdagang, Jenis Dagangan, dan Lokasi Berdagang tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia
b. H_a : Jam Berdagang, Jenis Dagangan, dan Lokasi Berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*), yaitu kegiatan penelitian yang dilakukan di lingkungan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian menggunakan mix method. Metode Mix Method adalah perpaduan dari pendekatan kualitatif dan kuantitatif.⁶⁸ Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Sementara itu, Pendekatan kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka.⁶⁹ Penelitian metode campuran bukan sekedar mengumpulkan dan menganalisis dua “untai” penelitian berbeda, kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini melibatkan merging (menyatukan) (menggabungkan), connecting (menghubungkan) (membuat basis-data yang satu menjelaskan basis-data yang lain), building (membangun) (membuat basis-data yang satu membangun sesuatu yang baru bisa digunakan dalam basis-data yang lain), dan embedding (menanamkan) (menempatkan basis-data yang satu dalam basis-data lain yang lebih besar).⁷⁰ Dalam hal ini peneliti melakukan olah data melakukan *mixed methods* dengan pendekatan kualitatif memakai Smart PLS 3,0 dan untuk data kualitatif memakai Nvivo 12.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Pasar tradisional di Indonesia antara lain:

1. Pasar Tradisional Bringharjo di Yogyakarta
2. Pasar Tradisional Demangan di Yogyakarta
3. Pasar Tradisional Kranggan di Yogyakarta

⁶⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*, Edisi ke-5, (Bandung:Alfabeta, 2014)

⁶⁹ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Cita Pustaka Media, Bandung: 2012), hlm.39

⁷⁰ John Creswell, *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mix Method: Research Design*, h. 108

4. Pasar Tradisional Klewer di Solo
5. Pasar Tradisional Pasar Gede di Solo
6. Pasar Tradisional Badung di Pulau Bali
7. Pasar Tradisional Sukowati di Pulau Bali
8. Pasar Tradisional Al Mahirah di Aceh
9. Pasar Tradisional Rukoh di Aceh
10. Pasar Tradisional Lamnyong di Aceh
11. Pasar Tradisional Tiga Raja Parapat Sumatera Utara
12. Pasar Tradisional Kosambi Bandung
13. Pasar Tradisional Sederhana Bandung

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer, adalah data yang diperoleh dengan melakukan wawancara kepada pedagang yang terpilih sebagai sampel didasarkan pada kuesioner yang telah disiapkan. Adapun pedagang yang dimaksud adalah pedagang yang masih bertahan berdagang dipinggir jalan hingga saat sekarang dengan menggunakan tenda-tenda darurat yang telah disediakan.
2. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh dari instansi atau lembaga yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti data BPS. Tak hanya itu, peneliti juga mengambil sumber data sekunder yang berasal dari youtube, jurnal, media sosial dan artikel yang relevan dengan penelitian yang diteliti.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Pengertian dari populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan- satuan/ individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga.⁷¹ Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah pedagang pada pasar tradisional di Indonesia. Dalam penelitian Nvivo 12 yang menjadi populasi adalah subyek (orang-orang) yang

⁷¹ DjarwantodanPangestuSubagyo.2000.StatistikInduktif.EdisiKeempat.Cetakan Kelima. BPFE. Yogyakarta. h.107

mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang terdiri dari pedagang sebagai responden sebanyak 52 (lima puluh dua) orang.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasinya). Di dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti ialah berjumlah 52 (lima puluh dua) orang. Berikut rinciannya:

Tabel 3.1 Jumlah Responden

Nama Pasar	Jumlah Responden
Pasar Tradisional Bringharjo di Yogyakarta	7
Pasar Tradisional Demangan di Yogyakarta	6
Pasar Tradisional Kranggar di Yogyakarta	5
Pasar Tradisional Klewer di Solo	8
Pasar Tradisional Pasar Gede di Solo	4
Pasar Tradisional Badung di Pulau Bali	7
Pasar Tradisional Sukowati di Pulau Bali	3
Pasar Tradisional Al Mahirah di Aceh	5
Pasar Tradisional Rukoh di Aceh	2
Pasar Tradisional Lamnyong di Aceh	2
Pasar Tradisional Tiga Raja Parapat Sumatera Utara	3
Total	52

Sumber : Data diolah

Adapun sampel penelitian ini menggunakan sampel jenuh dimana seluruh populasi dalam penelitian dijadikan sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan yang bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber

data.⁷²

E. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri- ciri spesifik yang lebih substantive dari suatu konsep. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan definisi operasional sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator
Jam Berdagang (X ₁)	Lama waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha yang dimulai sejak persiapan sampai usaha tutup.	a. Jam berdagang yang ditetapkan yaitu 40 jam/minggu (7 jam/hari). b. Pertambahan pendapatan cenderung untuk mengurangi jam kerja. c. Menetapkan masa selesainya pekerjaan d. Lamanya jam kerja bagi setiap pedagang tidak sama e. Ekonomi keluarga menjadi alasan dalam penambahan jam kerja.
Jenis Dagangan (X ₂)	Jenis dagangan adalah jenis barang atau jasa yang akan dijual oleh para	a. Kelengkapan produk yang dijual, b. Produk yang bervariasi, c. Ketersediaan produk

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kedelapan.* (Bandung, Alfabeta, 2005), h. 77

	pedagang di pasar.	yang dijual
Lokasi Berdagang (X ₃)	Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya	<ul style="list-style-type: none"> a. Akses, Misalnya mudah dilalui b. Visibilitas (peneangan) Misalnya c. Tempat parkir yang luas d. Jasa public e. Lokasi tidak macet f. Lokasi memberikan manfaat bagi lingkungan
Pendapatan (Y)	Pendapatan dapat didefinisikan sebagai Penghasilan dari usaha	Pendapatan yang diperoleh dapat berupa tunai maupun bukan tunai (kredit).

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Agar memperoleh data yang valid dan bisa dipertanggungjawabkan maka data penelitian diperoleh melalui:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penelitian ini disediakan. Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengumpulan data adalah: menggunakan jenis kuesioner dengan pertanyaan tertutup dimana jawaban-jawabannya telah dibatasi oleh peneliti sehingga menutup kemungkinan bagi responden untuk menjawab panjang lebar sesuai dengan jalan pikirannya. Angket yang dipergunakan adalah angket tertutup. Angket tertutup digunakan untuk mengungkap data variabel fasilitas pasar yang diterima pedagang, dimana pedagang tinggal memiliki

- a. Membuat item pertanyaan angket yang terdiri dari indikator variabel modal berdagang, jam berdagang,

tempat atau kios h alternatif jawaban. Adapun langkah-langkahnya yakni sebagai berikut: darurat dan pendapatan pedagang pasar.

- b. Menyusun item pertanyaan angket dengan pilihan jawaban yaitu a, b, c dan d.
- c. Menurut skor pilihan jawaban yaitu:
 - Jawaban A dengan skor 4
 - Jawaban B dengan skor 3
 - Jawaban C dengan skor 2
 - Jawaban D dengan skor 1

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab sambil bertatap muka. Tanpa wawancara, peneliti akan kehilangan informasi yang hanya dapat diperoleh dengan jalan bertanya langsung.⁷³ Adapun wawancara yang dilakukan kepada 5 (lima) orang informan.

3. Dokumentasi

Dalam hal ini peneliti akan mendokumentasikan informasi-informasi yang peneliti dapatkan sebagai bahan penguat pada hasil temuan dilapangan dan juag sebagai bukti telah terlaksanya penelitian ini. dokumentasi data berupa foto-foto kegiatan penelitian, dokumen-dokumen penting yang terkait dengan penelitian dan informasi yang sifatnya tertulis yang dapat disajikan. Dan juga diperkuat dengan adanya artikel-artikel ilmiah dan youtube-youtube dengan sumber yang terpercaya dan relevan.

G. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *mix method* yaitu :

1. Penelitian Kuantitatif dengan menggunakan SmartPLS 3.0.20

⁷³ Handari Nawawi. Metode Penelitian Bidang Sosial. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1987). hal.63

Penelitian kuantitatif peneliti memakai *software SmartPLS 3.0.20 Partialleast square* adalah suatu teknik *statistic multivariate* yang bisa untuk menangani banyak variable respond serta variable eksplanatori sekaligus. Analisis ini merupakan alternative yang baik untuk metode analisis regresi berganda dan regresi komponen utama, karena metode ini bersifat lebih robust atau kebal. Robus merupakan parameter model tidak banyak berubah ketika sampel baru diambil dari total populasi.⁷⁴

Terdapat 2 model yang harus dianalisis dalam PLS, evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Evaluasi *Outer Model (measurement model)*. Analisis *Outer* atau *Measurement Model* dilakukan untuk menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya. Terdapat tiga kriteria pengukuran untuk menilai outer model yaitu dengan *Convergent Validity, Discriminant Validity, dan Composite Reliability*.

a. Uji *Convergent validity*

Model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan pengujian individual item *reliability* digunakan *standardized loading factor* yang menggambarkan besarnya korelasi antar setiap indikator dengan konstraknya. Nilai *loading factor* di atas 0,70 dinyatakan sebagai ukuran yang ideal atau valid sebagai indikator yang mengukur konstruk. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup memadai (Chin, 1998 dalam Ghazali, 2014, hlm.74). Semakin tinggi nilai loading factor semakin penting peranan loading dalam menginterpretasi matrik faktor.

b. Uji *discriminant validity*,

untuk menguji apakah indikator-indikator suatu konstruk tidak berkorelasi tinggi dengan indikator dari konstruk lain. *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif

⁷⁴ Geladi and Kowalski. *Partial Least Squares Regression: A tutorial Analytica Chimica Acta*, 1986

indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Metode lain untuk mencari *discriminant validity* adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari AVE (\sqrt{AVE}) setiap konstruk dengan nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya (*latent variable correlation*).

c. Uji *composite validity*, sebagai metode yang lebih baik dibandingkan dengan nilai *cronbach alpha* dalam menguji reliabilitas dalam model *structural equation modeling*. *Composite reliability* yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *cronbach's alpha* (Ghozali, 2014, hlm. 75). Formula yang digunakan untuk menguji *composite reliability* adalah:

$$\rho_c = (\sum \lambda_i)^2 \text{var } F \\ (\sum \lambda_i)^2 \text{var } F + \sum \theta_{ii}$$

Dimana :

λ_i adalah *factor loading*

F adalah faktor *variance*

θ_{ii} adalah *error variance*

Sedangkan untuk menghitung *Cronbach's alpha* dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut (Ghozali, 2014, hlm 76):

$$\alpha = \frac{\sum_{p \neq q} \text{cor}(x_{pq}, x_{p'q}) \times P_q}{P_q + \sum_{p \neq q} \text{cor}(x_{pq}, x_{p'q}) P_q - 1}$$

Dimana :

P_q adalah jumlah indikator atau *manifest variable* q adalah blok indicator.

Cronbach's alpha cenderung *lower bound estimate* dalam mengukur reliabilitas, sedangkan *composite reliability* tidak mengasumsikan *reliability*, sedangkan *composite reliabiliy* merupakan *closer approximation* dengan asumsi estimasi parameter lebih akurat. 22Interprestasi *composite reliability*

sama dengan *cronbach's alpha* dimana nilai batas 0,7 ke atas dapat diterima. Evaluasi Inner Model (*structural model*). Ada beberapa tahap dalam mengevaluasi hubungan antar konstruk. Hal ini dapat dilihat dari koefisien jalur (*path coefficient*) yang menggambarkan kekuatan hubungan antar konstruk. Tanda dalam *path coefficient* harus sesuai dengan teori yang dihipotesiskan, untuk menilai signifikan *path coefficient* dapat dilihat dari t test (*critical ratio*) yang diperoleh dari proses *bootstrapping* (*resampling method*).

Langkah selanjutnya mengevaluasi R^2 , penjelasannya sama halnya R^2 dalam regresi linear yang besarnya variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. “kriteria batasan nilai R^2 ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai substantial; 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah”. Perubahan nilai R^2 digunakan untuk melihat apakah pengukuran variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen memiliki pengaruh yang substantif. Hal ini dapat diukur dengan *effect size*.

a. Uji Effect Size f^2

Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantive yang diukur melalui Effect Size f^2 , dan dinyatakan dalam bentuk formulasi sebagai berikut :

$$f^2 = \frac{R^2 \text{ included} - R^2 \text{ excluded}}{1 - R^2 \text{ included}}$$

Dimana $R^2 \text{ included}$ dan $R^2 \text{ excluded}$ adalah nilai R^2 dari variabel laten endogen yang diperoleh ketika variabel eksogen tersebut masuk atau dikeluarkan dari model. Interpretasi nilai f^2 sama yang direkomendasikan yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level structural.

b. Uji Stone-Geisser (Q^2) Disamping melihat ukuran nilai R^2 , model PLS dievaluasi dengan melihat $Q^2 \text{ predictive relevance}$ mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai Q^2 yang lebih besar dari

0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*, sedangkan kurang dari 0 menunjukkan model tidak memiliki

$$Q^2 = 1 - \frac{\sum D^2}{\sum D^2 + \sum E^2}$$

$\sum D^2$ OD

Dimana :

D adalah *omission distance*

E adalah *The sum of squares of prediction error*

O adalah *the sum of square errors using the mean for prediction*

Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan nilai Q^2 menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

c. Uji *Goodness of Fit* (Gof) index

Untuk memvalidasi model secara keseluruhan, digunakan *Goodness of Fit* (GoF) index yang diperkenalkan oleh Tenenhaus, et al (2004) dengan sebutan GoF index. Index ini dikembangkan untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural dan disamping itu menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model. Untuk alasan ini GoF Index dihitung dari akar kuadrat nilai *average communality index* dan *average RSquare* sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{\text{Com} \times R^2}$$

Dimana :

Com bergaris adalah *average communalities*

R^2 bergaris adalah rata-rata model R^2

Nilai GoF adalah antara 0 s.d 1, dengan nilai *communality* yang direkomendasikan 0,50 dan nilai R^2 maka dengan interpretasi nilai 0,10 termasuk dalam tingkat Gof kecil, 0,25 nilai Gof medium, 0,36 nilai Gof besar (Cohen,1988).

Konversi diagram jalur ke dalam sistem persamaan

a. *Outer Model*, Yaitu spesifikasi hubungan antara variable laten dengan indikatornya, disebut juga dengan *outer relation* atau *measurement model*, mendefinisikan karakteristik konstruk dengan variable manifestnya. Model indikator refleksif dapat dituliskan persamaannya sebagai berikut:

$$x = \Lambda x\xi + \delta$$

$$y = \Lambda y\eta + \varepsilon$$

Di mana x dan y adalah indikator untuk variabel laten eksogen (ξ) dan endogen (η). Sedangkan Λx dan Λy merupakan matriks loading yang menggambarkan seperti koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya. Residual yang diukur dengan δ dan ε dapat diinterpretasikan sebagai kesalahan pengukuran atau noise.

Model indikator formatif persamaannya dapat ditulis sebagai berikut:

$$\xi = \Pi\xi X_i + \delta$$

$$\eta = \Pi\eta Y_i + \varepsilon$$

Dimana ξ, η, X , dan Y sama dengan persamaan sebelumnya. Dengan $\Pi\xi$ dan $\Pi\eta$ adalah seperti koefisien regresi berganda dari variabel laten terhadap indikator, sedangkan δ dan ε adalah residual dari regresi.

Pada model PLS terdapat outer model sebagai berikut:

Untuk variabel latent eksogen 1 (reflektif)

$$x_1 = \lambda_{x1}\xi_1 + \delta_1$$

$$x_2 = \lambda_{x2}\xi_1 + \delta_2$$

$$x_3 = \lambda_{x3}\xi_1 + \delta_3$$

Untuk variabel latent eksogen 2 (formatif)

$$\xi_2 = \lambda_{x4} X_4 + \lambda_{x5} X_5 + \lambda_{x6} X_6 + \delta_4$$

Untuk variabel latent endogen 1 (reflektif)

$$y_1 = \lambda_{y1}\eta_1 + \varepsilon_1$$

$$y_2 = \lambda_{y2}\eta_1 + \varepsilon_2$$

Untuk variabel latent endogen 2 (reflektif)

$$y_3 = \lambda_{y3}\eta_2 + \varepsilon_3$$

$$y_4 = \lambda_{y4}\eta_2 + \varepsilon_4$$

b) *Inner model*

Inner model, yaitu spesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*), disebut juga dengan *inner relation*, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substansif penelitian. Tanpa kehilangan sifat umumnya, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator atau variabel manifest diskala zero means dan unit varian sama dengan satu,

sehingga parameter lokasi (parameter konstanta) dapat dihilangkan dari model.

Model persamaannya dapat ditulis seperti di bawah ini:

$$\eta = \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

Dimana menggambarkan vektor variabel endogen (dependen), adalah vector variable laten eksogen dan adalah vektor residual (*unexplained variance*). Oleh karena PLS didesain untuk model rekursif, maka hubungan antar variabel laten, berlaku bahwa setiap variabel laten dependen, atau sering disebut causal chain system dari variable laten dapat dispesifikasikan sebagai berikut:

$$\eta_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

Dimana γ_{jb} (dalam bentuk matriks dilambangkan dengan Γ) adalah koefisien jalur yang menghubungkan variabel laten endogen (η) dengan eksogen (ξ). Sedangkan β_{ji} (dalam bentuk matriks dilambangkan dengan β) adalah koefisien jalur yang menghubungkan variabel laten endogen (η) dengan endogen (η); untuk range indeks i dan b . Parameter ζ_j adalah variabel inner residual.

Pada model PLS inner model dinyatakan dalam sistem persamaan sebagai berikut:

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \zeta_1$$

$$\eta_2 = \beta_1 \eta_1 + \gamma_3 \xi_1 + \gamma_4 \xi_2 + \zeta_2$$

c) Weight relation

Weight relation, estimasi nilai kasus variabel latent. Inner dan outer model memberikan spesifikasi yang diikuti dengan estimasi weight relation dalam algoritma PLS:

$$\xi_b = \sum_k w_{kb} x_{kb}$$

$$\eta_i = \sum_k w_{ki} y_{ki}$$

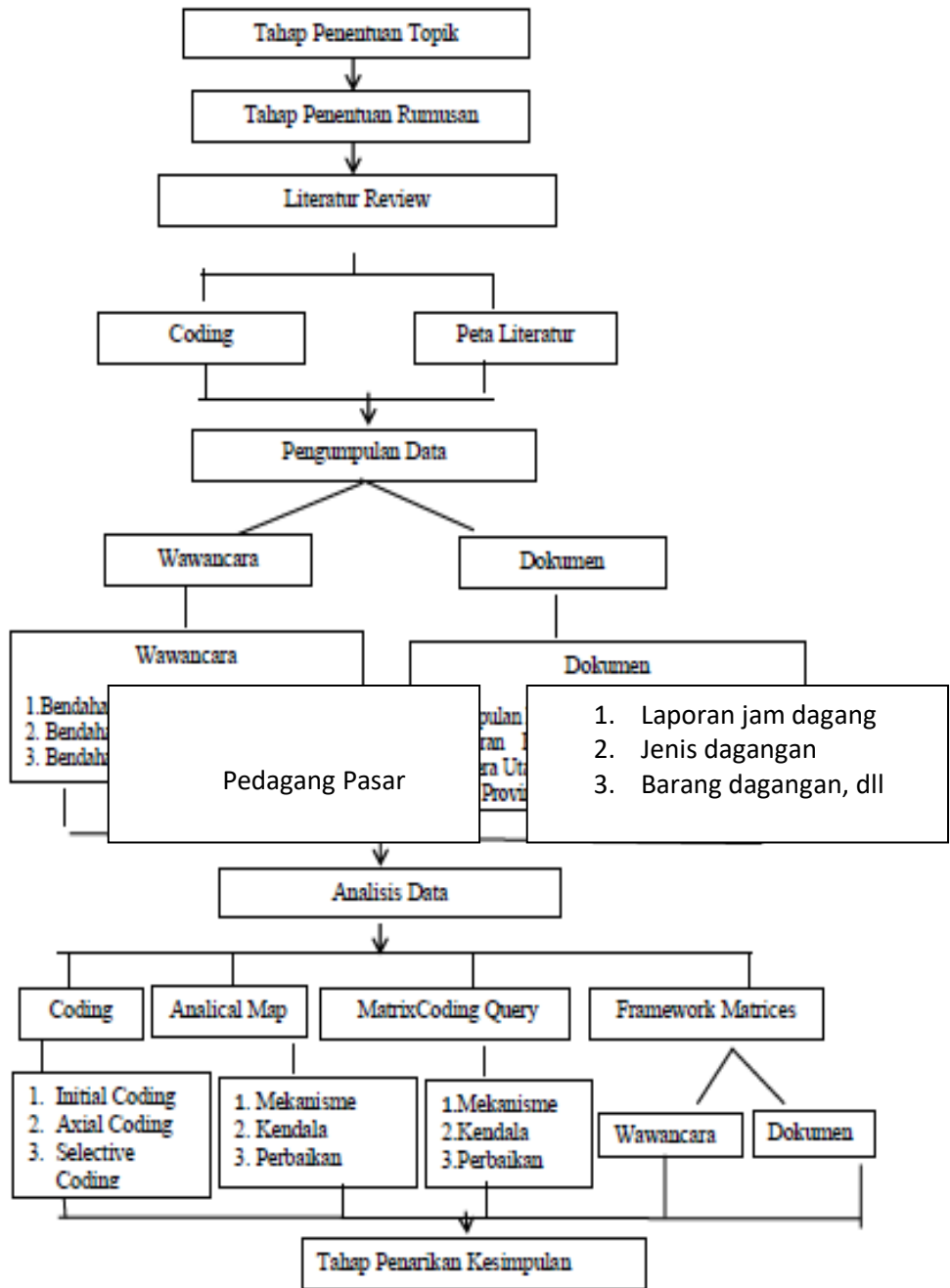
Dimana w_{kb} dan w_{ki} adalah k weight yang digunakan untuk membentuk estimasi variabel laten ξ_b dan η_i . Estimasi variabel laten adalah linear agregat dari indicator yang nilai weight-nya didapat dengan prosedur estimasi PLS.

2. Analisis Data Kualitatif dengan menggunakan Software NVivo 12 Plus

Software NVivo 12 Plus ini merupakan sebuah perangkat lunak *Qualitative Data Analysis (QDA)* yang diproduksi oleh *QSR international*. *Software NVivo* di desain dengan berbagai macam set fitur inti dan digunakan untuk mengerjakan sebuah proyek-proyek penelitian kualitatif dengan sumber berbasis teks. Perangkat lunak ini dirancang untuk peneliti kualitatif yang bekerja dengan data teks dan multimedia untuk skala kecil maupun besar. *NVivo 12 Plus* ini juga membantu peneliti untuk menghasilkan data reduksi dan mendisplay data. Melalui aplikasi *NVivo* peneliti dapat mengatur dan menganalisis data berupa teks, melakukan koding data teks, menentukan tema dan sub tema berdasarkan teks serta membuat keterangan terhadap semua data demografis partisipan, melakukan analisis teks dengan *textsearch*. Mengetahui dengan cepat kata-kata utama yang paling sering muncul dalam data *word frequency queries*, mempresentasikan hasil analisis data dalam bentuk grafik, diagram pohon, diagram-diagram perbandingan tema berdasarkan latar belakang partisipan.⁷⁵

Penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan yang dimulai dari penentuan dan pembahasan topik, penentuan rumusan masalah pengumpulan dan *literaturereview*, pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Rancangan penelitian dengan alur penelitian *Nvivo 12* dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.

⁷⁵ Bandur,Agustinus . *Penelitian Kualitatif Studi Multi Disiplin Keilmuan dengan Nvivo 12 Plus*. 2019



Gambar 2.2
Diagram Alur Penelitian Nvivo 12

Dalam *Nvivo* 12 plus ada beberapa tahap yang harus dilakukan untuk mengolah data, yaitu:

a. *Coding*

Kode dalam Analisa data kualitatif adalah kata atau frasa pendek singkat yang paling sering muncul secara simbolis memberikan ringkasan, intisari, kesimpulan pokok masalah atau atribut yang membangkitkan ingatan dari sesuatu yang berdasarkan bahasa atau data visual. Data dapat terdiri dari transkrip wawancara, catatan lapangan observasi partisipan, jurnal, dokumen, dan literatur. Bazeley & Jacson mendefinisikan koding adalah representasi abstrak dari suatu objek atau fenomena, atau cara mengidentifikasi tema dalam suatu teks.⁷⁶ Koding bertujuan untuk mengumpulkan semua informasi yang relevan dari berbagai sumber yang terkait dengan topik penelitian sehingga informasi yang terkumpul tersebut akan membentuk kategori-kategori utama yang selanjutnya akan saling terhubung dan memunculkan konsep-konsep teoritis yang baru. Charmaz mengemukakan tiga jenis pengkodean yaitu:

1) *Initial Coding*

Initial coding adalah pengkodean awal untuk mengekspresikan kemungkinan teoritis apapun yang dapat dilihat dalam data. Langkah awal ini akan menggerakkan peneliti ke arah keputusan selanjutnya tentang mendefinisikan kategori konseptual inti. Dalam tahap ini peneliti mengumpulkan data yang didapat berupa wawancara dibaca dengan cermat, semua pernyataan yang diberikan dengan pertanyaan untuk diidentifikasi dan masing-masing diberi kode sesuai dengan data yang diidentifikasi dengan kode yang sama disusun secara bersama juga serta mengelompokkan pada kategori yang sama.

2) *Axial Coding*

⁷⁶ Bazeley, Patricia, and Kristi Jackson. *Qualitative Data Analysis with NVivo*. Edited by Jai Seaman. 2007 The Second.

Axial coding adalah tahap menghubungkan kategori dengan subkategori. Pengodean aksial menentukan sifat dan dimensi suatu kategori. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kode yang dikembangkan pada tahap initial coding peneliti membaca ulang data-data yang telah didapat dan mencari pernyataan yang sesuai dengan kategori manapun , yang nantinya akan dimasukkan ke dalam *nodes* (sekumpulan referensi mengenai topic-topik/ kategori unit analisis) yang telah/ disimpan.

3) *Selective Coding*

Pengkodean selektif adalah proses memilih satu kategori untuk menjadi kategori inti, dan menghubungkan dengan semua kategori lainnya dengan kategori tersebut. Selanjutnya langkah terakhir dalam pengkodean ini adalah mulai mengkode data-data mentah yang telah didapat sebelumnya yaitu data dari perusahaan ataupun hasil wawancara untuk dimasukkan kedalam nodes-nodes yang sebelumnya telah dibuat.⁷⁷

b. *Analytical Map*

Analytical map membuat sketsa ide-ide (Map) tentang penelitian pada tahap ini adalah cara tertentu untuk mencatat apa yang peneliti pikirkan dan menggambarkan konsep-konsep pemikiran peneliti tentang topik yang diteliti. Dalam NVivo, peta konsep diagram alur atau diagram eksplorasi murni dapat dibuat dengan alat pemodelan, dan secara umum disebut sebagai model. Map adalah salah satu bentuk penyajian. Pada dasarnya map menggambarkan ataupun mengvisualisasikan pola pikir peneliti sehingga terfokus pada hal yang telah disajikan dalam map. Map juga terdiri dari beberapa *nodes* yang telah di coding kemudian terdapat sumber data yang tertera dalam *nodes* tersebut .

c. *Matrix Coding Query*

⁷⁷ Charmaz, K. *Constructing Grounded Theory*. A practical guide through qualitative analysis. London: 2007 Sage Publications

Terdapat beberapa pilihan dalam membuat *query*, untuk mendukung penjelasan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, Penjelasan *Matrix coding query* menurut Bezeley & Jackson adalah menghasilkan informasi dalam bentuk tabel untuk menentukan atribut yang telah dicoding pada dua atau lebih nodes yang sama. 18 Dalam penelitian ini peneliti membuat matrix coding query sesuai dengan nodes-nodes yang telah di buat sebelumnya yang didalamnya terdapat codingcoding hasil wawancara. *Matrix coding query* dalam penelitian ini juga digunakan untuk memperlihatkan serta memperjelas dari *analytical maps* yang dibuat sebelumnya.

d. Framework Matrices

Framework Matrices merupakan suatu bentuk penyajian data yang di buat dalam NVivo 12 membentuk table yang dapat di export ke excel. Data yang dilakukan dalam *framework matrices* ini ialah menyajikan secara ringkas sumber data. Penyajian data dalam bentuk *framework matrices* disini disajikan dalam halaman lampiran dimana berisi mengenai hasil conding yang telah dilakukan peneliti dalam memberikan fasilitas kepada pembaca untuk memahami penelitian ini. Bazeley & Jacson menyatakan bahwa atribut yang di coding pada dua atau lebih nodes yang sama. 19 Tabel tersebut terdiri dari *row* yang berupa dokumen dan hasil wawancara yang digunakan sebagai atribut, serta *column* berupa nodes.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Pasar Tradisional Bringharjo

Pasar Beringharjo adalah pasar tertua dengan nilai historis dan filosofis yang tidak dapat dipisahkan dengan Keraton Yogyakarta. Beringharjo memiliki makna harafiah hutan pohon beringin yang diharapkan memberikan kesejahteraan bagi warga Yogyakarta. Pasar Beringharjo terletak di Jalan Jenderal Ahmad Yani nomor 16, Yogyakarta. Ada banyak jenis barang yang dapat dibeli di Pasar Beringharjo, mulai dari batik, jajanan pasar, uang kuno, pakaian anak dan dewasa, makanan cepat saji, bahan dasar jamu tradisional, sembako hingga barang antik. Pintu utama pada Pasar Beringharjo terletak di bagian barat menghadap ke Jalan Malioboro. Pada pintu masuk pasar ini terdapat tulisan aksara jawa dan aksara latin. Pasar Beringharjo mempunyai dua bangunan, bangunan barat dan bangunan timur. Bangunan timur terdiri dari dua lantai dan untuk bagian barat terdiri dari tiga lantai.

Kondisi jumlah pengunjung ke Pasar Beringharjo Yogyakarta khususnya untuk pedagang batik dan souvenir mengalami penurunan yang cukup signifikan selama pemberlakuan pelaksanaan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Penurunan terjadi hingga 70 persen. segmen konsumen di Beringharjo Barat adalah wisatawan sehingga jumlah pembeli berkurang cukup banyak karena memang segmen konsumen di Beringharjo Barat adalah wisatawan. Kepala Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta Yudianto Dwi Sutono menyampaikan biasanya, keramaian di pusat-pusat perbelanjaan ini terjadi pada malam hari, tetapi karena ada pembatasan jam operasional hingga maksimal pukul 19.00 WIB maka mempengaruhi jumlah pengunjung. Berikut dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Bringharjo.



Gambar 4.1
Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Bringharjo

2. Pasar Tradisional Demangan

Pasar Demangan terletak di Jalan Gejayan No 28, Kecamatan Gondokusuman, Kotamadia Jogjakarta. Pasar Demangan ini merupakan pasar tradisional kelas III, dengan luas tanah 4.795,28 m² dan luas bangunan 4.224,29 m². Pasar ini sering disebut dengan pasar kelas tiga dan juga pasar tingkat wilayah bagian kota. Yang dimaksud pasar kelas tiga adalah pasar dengan komponen bangun-bangunan, sistem arus barang dan orang baik di dalam maupun di luar bangunan, dan melayani perdagangan tingkat wilayah kota. Sedangkan pengertian tingkat wilayah bagian kota adalah pasar yang berfungsi memberikan pelayanan bagian wilayah kota/bagian perkotaan dengan luas minimal 4.000 m² yang berlokasi di bagian wilayah kota dalam kawasan perdagangan/jasa. Berdasarkan pengertian dari pasar kelas III, dan standarnya maka Pasar Demangan ini masih mampu untuk berdiri di lokasi semula dengan ketentuan tinggi bangunan terletak pada daerah dengan ketentuan bangunan tinggi. Dimasa pandemi Covid 19 kondisi pasar Tradisional Demangan diatur dan diawasi langsung oleh satpol PP dan Polisi Daerah setempat. Guna mengurangi penyebaran Covid 19 di pasar tradisional ini, ketersediaan tempat cuci tangan ada di 4 titik* yaitu 2 di pintu masuk utama pasar dan di bagian depan-selatan

pasar dan 2 di bagian belakang (berupa wastafel). Tempat cuci tangan di bagian depan-selatan merupakan bantuan dari Pertamina. Namun demikian ketersediaan alat pengukur suhu tidak ada. Pada pasar ini, puncak keramaian yaitu dari Subuh sampai sekitar jam 06.30 mustahil untuk bisa jaga jarak di halaman depan pasar dan di sepanjang trotoar depan pasar hingga sekitar 50 meter ke utara yang dipenuhi pedagang yang jarak satu dengan lainnya hanya sekitar 1 meter. Trotoar sudah penuh dengan pedagang, sementara bahu jalan penuh dengan motor parkir. Untuk bisa masuk ke pasar, pengunjung/pembeli sudah pasti harus berdesak-desakan. Pihak kelurahan setempat sudah dilakukan rapid test kepada 24 pedagang umum dan tanggal 18 Juni rapid test pada 18 pedagang ikan. Di Pasar Demangan terdapat 703 pedagang (tidak termasuk pedagang di luar pagar/trotoar), dengan luas lahan pasar 24.594 m² dan luas bangunan 18.984 m².





Gambar 4.2

Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Demangan

3. Pasar Tradisional Kranggan

Pasar Kranggan menjadi salah satu pusat perekonomian di Yogyakarta yang dimotori oleh warga Tionghoa saat itu. Berawal dari peraturan pada pemerintahan kolonial Belanda bernama Wijkensteelsel yang membagi wilayah permukiman dalam tata ruang Kota Yogyakarta saat itu. Masyarakat pribumi hingga pendatang diwajibkan membuat perkampungan yang berisi orang-orangnya sendiri. Warga Tionghoa saat itu ditempatkan di tempat yang sekarang dikenal dengan Jalan A.M Sangaji, jalan di sebelah timur Pasar Kranggan saat ini. Pasar Kranggan berdekatan dengan ikon bersejarah

yaitu Tugu Pal Putih Yogyakarta. Hingga saat ini Pasar Kranggan tetap menonjolkan aktivitasnya sebagai pasar tradisional sebagai wadah berinteraksi sosial, budaya, dan ekonomi.



Gambar 4.3
Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Kranggan

4. Pasar Tradisional Klewer di Solo

Pasar Klewer merupakan Pasar yang menjual aneka rupa jenis sandang mulai dari baju, hingga kebaya. Dari barang dagangan kain batik yang berkleweran itu, pasar ini terkenal dengan nama Pasar Klewer. Pedagang di Pasar Klewer pada awalnya adalah para pedagang yang berjualan di daerah Banjarsari dan Supit Urang. Pasar Klewer mulai berkembang pada tahun 1942-1945 dan semakin berkembang hingga tahun 1968. Pemerintah kemudian membangun bangunan pasar bertingkat permanen pada 9 Juni 1970 untuk menampung para pedagang yang diresmikan oleh Presiden Soeharto. Harga yang ditawarkan di Pasar Klewer rata-rata memiliki harga yang murah. Pasar Klewer merupakan pusatnya kulakan pakaian di wilayah sekitar Solo Raya. Sempat mengalami kebakaran beberapa waktu lalu, kini Pasar Klewer dibangun kembali menjadi lebih modern dilengkapi fasilitas lift dan escalator. Lokasi Pasar yang dekat dengan Keraton

Solo maupun Masjid Agung Solo membuat Pasar ini sebagai pilihan para wisatawan untuk membeli oleh-oleh. Tak hanya batik, Pasar Klewer menjadi surga belanja tekstil yang bisa diandalkan. Seragam, jaket, kaos, daster, dan aneka busana tersedia di pasar ini. Di masa pandemi Covid 19 Kondisi pasar Klewer saat ini terlihat karena tidak ada pengunjung. Sebagian kios Pedagang juga banyak yang tutup. Penerapan protokol kesehatan dipasar ini cukup ketat, apabila ada pedagang atau pengunjung yang tidak memakai masker maka akan ditindak langsung untuk tutup tujuh hari dan membuat surat pernyataan.



Gambar 4.4

Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Klewer

5. Pasar Tradisional Pasar Gede di Solo

Pasar Gede merupakan pasar tradisional berlokasi di pusat Kota Solo tepatnya dekat dengan kampung China yang dikenal dengan daerah Balong dan Wihara Avalokitesvara. Nama Gedhe diberikan karena pasar ini memiliki atap yang besar. Dibangun oleh seorang arsitek terkenal dari Belanda bernama Thomas Karsten. Gaya arsitektur pasar tradisional merupakan campuran gaya Belanda dan tradisional Jawa. Pasar Gede terdiri dari dua bangunan berlantai dua yang dipisahkan oleh jalan Sudirman. Meskipun mengalami beberapa

kali renovasi, arsitektur asli pasar Gede tetap dipertahankan.⁷⁸ Pasar Gede merupakan pasar yang menjual beraneka rupa jenis barang. Di pasar ini pengunjung bisa menemukan berbagai jenis panganan, sayur, buah dan beragam barang lain. Pasar ini juga terkenal sebagai tempat untuk mencari simplisia, atau tumbuhan untuk bahan pembuatan jamu. Pasar Gede terkenal komplit dan memiliki harga murah. Pasar ini sekaligus ikon wisata dari Kota Solo. Tepat di depan pasar terdapat jam besar di tengah jalan yang sangat khas sebagai penanda dari Pasar Gede. Pasar tradisional Gede ini melengkapi peranti protokol kesehatan selama pandemi berlangsung dengan menggunakan sekat pembatas. Pemasangan sekat dilakukan untuk menekan potensi paparan virus SARS CoV-2 antara pedagang dan pembeli. Lapak-lapak pedagang dipasang sekat plastik bening. Bentuknya melingkari lapak pedagang. Pada bagian tertentu diberi rongga agar memudahkan pedagang dan pembeli dalam bertransaksi.



Gambar 4.5

Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Gede

6. Pasar Tradisional Badung di Bali

Pasar Badung berlokasi di pusat Kota Denpasar di Jalan Gajah Mada. Konsep digitalisasi pasar dan smart heritage market yang disematkan pada Pasar Badung juga memudahkan interaksi antara penjual dan pembeli. Adanya 18 spot Wifi gratis di pasar ini bisa

⁷⁸Humas Solo, The Sirit if Java, Pasar Gedhe Harjonagoro, <https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/destinations/pasar-gedhe-harjonagoro/>

dijadikan wahana promosi bagi penjual untuk memperkenalkan produknya pada pembeli. Juga ada fasilitas timbangan digital untuk menjaga transparansi agar proses jual beli tidak dicurangi. Kemudian ada QR Code di setiap kios demi memfasilitasi pembeli yang ingin melakukan transaksi non-tunai. Ditambah adanya eskalator, lift, arena bermain anak, sekolah bagi anak pedagang pasar serta Taman Kumbasari Tukad Badung menjadikan pasar Badung tidak hanya tempat untuk belanja melainkan juga tujuan rekreasi dan edukasi dini.⁷⁹

Sejak pandemi covid-19 melanda, sejumlah pedagang di Pasar Badung memilih untuk tutup. Hal ini membuat kian berkurangnya kios dan los yang terisi. Terutama di lantai 3 dan 4 jumlah kios dan los yang tutup hingga 50 persen. Dirut Perumda Pasar Sewakadarma Kota Denpasar IB Kompyang Wiranata mengatakan, operasional kios dan los di lantai 3 dan 4 memang tidak maksimal sebelum pandemi covid-19. Sejak pandemi covid-19 melanda, kios dan los yang tutup semakin bertambah.



Gambar 4.6
Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Badung

⁷⁹ Guswah, Pasar Badung, Pasar Tradisional Terbesar di Bali, dalam <https://www.denpasarkota.go.id/berita/baca/17592> di publis pada 23 November 2020.

7. Pasar Tradisional Sukawati Bali

Pasar Seni Sukawati ini terletak di Kabupaten Gianyar, 20 km ke arah timur kota Denpasar, 30 km dari kawasan objek wisata Bali selatan seperti Kuta. Barang-barang ditawarkan di pasar seni sukawati di Gianyar ini seperti; baju kemeja, T-shirt, sarong pantai disablon dengan ukiran atau gambaran seni kas tradisional, patung-patung, lukisan, tas, dompet, payung, sandal, lukisan dan barang kerajinan tangan lainnya. Sangat cocok bagi untuk kebutuhan sendiri ataupun untuk keperluan oleh-oleh ciri khas produksi Bali. Demi mencegah penularan virus Covid-19, maka Pasar Seni Sukawati telah berulang kali ditutup oleh kepala pasar Sukawati, pedagang yang ada di lingkungan pasar pun mematuhi peraturan yang ditetapkan oleh kepala pasar meskipun berdasar Surat Edaran Gubernur Bali Nomor 11 Tahun 2021, supermarket, pasar tradisional, toko kelontong dan pasar swalayan diperkenankan buka hingga pukul 21.00 Wita dengan pembatasan jumlah pengunjung 50 persen dari kapasitas serta menerapkan protocol kesehatan.



Gambar 4.7

Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Sukawati

8. Pasar Tradisional Al Mahirah di Aceh

Pasar Al Mahirah Lamdingin Kota Banda Aceh telah diresmikan pada Selasa 7 Juli 2020, oleh Sekda Aceh Taqwallah atas nama Plt Gubernur Aceh. Saat melalui Jalan Syiah Kuala di Gampong Lamdingin -tak jauh dari perbatasan dengan Gampong Lampulo, enam bangunan megah di sisi kiri jalan cukup menyita perhatian. Itulah kompleks Pasar Al Mahirah pengganti Pasar Peunayong. Pasar yang dibangun di atas lahan seluas dua hektar tersebut ditata secara khusus di mana lapak jualan ikan, sayur, rempah-rempah-rempah/bumbu, unggas, dan daging masing-masing dikelompokkan ke dalam satu gedung tersendiri yang terpisah. Pasar terpadu itu juga memiliki area parkir yang luas. Di sana juga terdapat satu musala serta toilet di setiap pasar demi kenyamanan para pengunjung yang berbelanja di sana. Ketersediaan air bersih dan sistem drainase turut diperhatikan dengan baik, sehingga jauh dari kesan kumuh dan jorok. Dengan luas total bangunan 5.934 ribu meter persegi, pasar tersebut mampu menampung ratusan pedagang yang menempati kios-kios dan lapak-lapak jualan sedari soft launching pada 15 Juni lalu. Sebagian besar dari mereka merupakan eks pedagang di Pasar Peunayong. Ada juga sejumlah pedagang ikan eceran yang sebelumnya berjualan di Pasar Samudera Perikanan Lampulo. Amatan di lokasi, penataan aneka ragam dagangan sudah terlihat rapi. Sayuran, rempah-rempah dan bumbu dapur lainnya dipisahkan dengan daging ayam, sapi, dan ikan. Dengan begitu, para konsumen lebih mudah memilah dan membeli bahan makanan yang dibutuhkan.



Gambar 4.8

Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Al-Mahirah

9. Pasar Tradisional Rukoh di Aceh

Salah satu pasar yang ada di Kota Banda Aceh. Pasar tradisional ini menjual berbagai produk kebutuhan pokok dan sembako seperti seperti mencari beras Kota Banda Aceh, terigu, gula, garam, sayur mayur, bawang, cabe, ikan, ayam, dan lainnya. Kelebihan pasar jenis tradisional ini adalah produk-produk yang ada di jual dengan harga rakyat, sehingga harganya murah bagi masyarakat, sebagaimana fungsi pasar pada umumnya. Di Pasar Rukoh ini, penjual / pedagang dan pembeli bisa saling tawar menawar untuk mendapat kesepakatan harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Pedagang biasa juga memberikan diskon / promo atau potongan harga pada pelanggannya. Pasar ini juga telah di modern kan oleh pemerintah setempat agar nyaman untuk berbelanja dan jual beli.



Gambar 4.9

Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Rukoh di Aceh

10. Pasar Tradisional Lamnyong di Aceh

Pasar Tradisional Lamnyong merupakan pasar tradisional heterogen untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di sekitar kecamatan Syiah Kuala, khususnya untuk sayur mayur. Pasar ini memiliki potensi untuk berkembang dimana pasar ini berada di area yang strategis, karena dekat dengan wilayah perumahan dan perdagangan, serta berada di pusat kecamatan Syiah Kuala. Letaknya sangat dekat dengan jalan raya sehingga gampang terlihat. Tidak hanya itu lokasinya yang berada di antara jalan protokol dan jalan

kollektor, hingga adanya fasilitas halte trans Kutaraja pada tapak membuat Pasar Tradisional Lamnyong mudah dijangkau oleh masyarakat. Meski ditengah pandemi Covid 19, pasar tradisional Lamnyong di Aceh selalu ramai didatangi warga untuk berbelanja kebutuhan pangan. Penerapan Portokol kesehatan di pasar ini belum berjalan maksimal. Para penjual dan pembeli di pasar berbaur tanpa melakukan pembatasan jarak fisik dan tanpa menggunakan masker.



Gambar 4.10

Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Lamnyong di Aceh

11. Pasar Tradisional Tiga Raja Parapat Sumatera Utara

Keberadaan pasar tradisional, memiliki peranan penting dalam perkembangan suatu daerah. Pasar adalah tempat bertemunya para penjual dan pembeli, di tempat inilah terjadinya transaksi perdagangan. Dahulu pasar tradisional dianggap sebagai awal pusat aktivitas perekonomian kemasyarakatan, saling barter kebutuhan barang dan seiring zaman beralih ke penjualan barang atau bahan dengan nilai tukar uang. Meskipun sudah banyak toko-toko kelontong yang menjual aneka kebutuhan yang bisa kita temukan di pasar, namun pasar tradisional tetaplah primadona untuk dikunjungi dan membeli semua kebutuhan yang harus dipenuhi setiap saat. Pasar Tiga Raja Parapat berada di wilayah padat penduduk dan berdampingan dengan rumah tinggal masyarakat, toko-toko, restoran, penginapan dan Dermaga Kapal Penyebrangan Tiga Raja-Tuktuk dan lain

sebagainya. Pasar ini buka setiap Hari Selasa, Hari Kamis dan Hari Sabtu. Untuk Hari Selasa dan Hari Kamis, merupakan aktivitas jual beli bagi pedagang setempat. Sedangkan Hari Sabtu merupakan aktivitas jual beli pedagang setempat, dan pedagang yang berasal dari luar Kabupaten Simalungun.

Berbagai jenis transaksi perekonomian berlangsung di pasar ini. Pedagang bumbu, rempah-rempah, sayur mayur, ikan tawar dan ikan laut, aneka jajanan dan kuliner lokal, aneka bunga dan banyak jenis produk lainnya dijual di pasar ini. Selain sebagai pusat jual beli kebutuhan masyarakat setempat, dahulu pasar ini juga kerap disinggahi Wisatawan Mancanegara (Wisman). Karena memang lokasi pasar ini berada di pusat kunjungan wisatawan yaitu di Kota Parapat. Dimasa pandemi Suasana pasar masih cukup ramai, terlihat aktivitas tawar menawar tanpa menggunakan masker. Sementara itu penyediaan tempat cuci tangan masih sedikit. Dimasa pandemi ini pemerintah kota memberlakukan sistem titip dagang kepada pedagang lokal namun demikian hal ini belum berjalan dengan maksimal. Karena banyak pedagang yang langsung menjual dagangan dari kebunnya secara langsung.



Gambar 4.11

Dokumentasi peneliti di pasar Tradisional Tiga Raja Parapat

12. Pasar Tradisional Kosambi Bandung

Pasar Tradisional Kosambi di Kota Bandung cukup berbeda dengan pasar tradisional lainnya. Tak hanya menjadi tempat berbelanja memenuhi kebutuhan sehari-hari, pasar itu kini menjadi tempat nongkrong dan berkreasi kaum milenial bernama The Hallway. The Hallway dikonsept dengan interior toko yang kekinian. Founder The Hallway Rilly Robbi Gusadi mengatakan, The Hallway mulai beroperasi sejak tahun 2019. Kini, terdapat 77 toko dan 52 tenant di sana yang terdiri dari kuliner, fashion, peminat sepeda, hingga barbershop dengan pangsa pasar kaum milenial berusia 18 hingga 35 tahun.



Gambar 4.12

Dokumentasi peneliti di pasar kosambi di Bandung

13. Pasar Tradisional Sederhana Bandung

Pasar Sederhana beralamat di Jln. Sederhana, Kecamatan Sukajadi kota Bandung Jawa Barat. Pasar ini seperti pasar tradisional pada umumnya yang menjual kebutuhan sehari-hari, Kehadiran pasar modern di kawasan Sukajadi Bandung mengancam kelangsungan

usaha para pedagang di pasar sederhana. Walaupun demikian pedagang pasar sederhana yang masih aktif berjualan sekira 1310 dari 1518 toko yang tersedia. Dimasa pandemi Covid 19, satgas pelaksanaan protokol kesehatan diperketat. Kalau ada pelanggaran, misalnya pedagang yang bandel dengan kondisi tidak menggunakan masker atau membiarkan kerumunan saat pembeli datang maka pedagang dapat dikenakan sanksi. Sanksi yang diberikan bisa berupa administratif, yakni penarikan Surat Pemakaian Tempat Berjualan (SPTB) sebagai syarat hak pedagang



Gambar 4.13

Dokumentasi peneliti di pasar tradisional Sederhana di Bandung

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskripsi Responden

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 52 orang. Profil responden berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, jam kerja, masa berdagang, jam berdagang sebelum pandemi, jam berdagang dimasa pandemi, pendapatan perbulan sebelum pandemic, pendapatan perbulan dimasa pandemic

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data tentang jenis kelamin responden pedagang di pasar Tradisional yaitu:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase
Laki-laki	24	46%
Perempuan	28	54%
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

Dari tabel tersebut diketahui bahwa responden yang jenis kelaminnya laki-laki sebanyak 24 orang (46%), sedangkan responden yang jenis kelamin perempuan sebanyak 28 orang (54%) dari seluruh jumlah sampel yang diteliti.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Data mengenai umur responden pedagang di pasar Tradisional yaitu:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah (orang)	Persentase
<20	3	6%
21 – 30	8	15%
31 – 40	15	30%
41 – 50	18	34%
51 – 60	6	11%
> 60	2	4%
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa responden yang umurnya dibawah 20 tahun sebanyak 3 orang (6%), berumur 21-30 tahun sebanyak 8 orang (15%), berumur 31 - 40 sebanyak 15 orang (30%), berumur 41 - 50 sebanyak 18 orang (34%), berumur 51 - 60 sebanyak 6 orang (11%) dan yang berumur > 60 sebanyak 2 orang (4%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data tingkat pendidikan responden pedagang di pasar Tradisional yaitu:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
SD	5	10%
SMP	7	13%
SMA	14	27%
D3	5	10%
S1	20	39%
S2	1	2%
S3	0	0
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

Tabel tersebut menjelaskan bahwa responden dengan tingkat pendidikan tamatan SD sebanyak 5 orang (10%), SMP sebanyak 7 orang (13%), SMA sebanyak 14 orang (27%), D3 sebanyak 5 orang (10%), S1 sebanyak 20 orang (39%) dan tamatan S2 sebanyak 1 orang (2%).

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Berdagang

Data masa berdagang responden pedagang pasar Tradisional di Indonesia yaitu:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Berdagang

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
0-5 Tahun	2	4%
5-10 Tahun	7	13%
10-15 Tahun	11	21%
15-20 Tahun	5	10%
20-25 Tahun	11	21%
25-30 Tahun	11	21%
>30 Tahun	5	10%
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

Tabel tersebut menjelaskan bahwa responden dengan masa berdagang 0-5 Tahun sebanyak 2 orang (4%), 5-10 Tahun sebanyak 7 orang (13%), 10-15 Tahun sebanyak 11 orang (21%), 15-20 Tahun sebanyak 5 orang (10%), 20-25 Tahun sebanyak 11 orang (21%) dan 25-30 Tahun sebanyak 11 orang (21%), >30 Tahun sebanyak 5 orang (10%).

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Jam Berdagang Sebelum Pandemi Covid 19

Data mengenai jam berdagang responden dalam seminggu sebelum Pandemi Covid 19 yaitu:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jam Berdagang Sebelum Pandemic Covid 19

Jam berdagang	Jumlah (orang)	Persentase
I<49 jam (<7 jam/hari)	4	7%
49-56 jam (7-8 jam/hari)	13	25%
56-63 jam (8-9 jam/hari)	15	29%
63-70 jam (9-10 jam/hari)	14	27%
70-77 jam (10-11 jam/hari)	4	8%
77-84 jam (11-12 jam/hari)	2	4%
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

Tabel tersebut menjelaskan bahwa mayoritas jam berdagang responden adalah 56-63 jam (8-9 jam/hari) yakni sebanyak 15 orang (29%), selanjutnya 63-70 jam (9-10 jam/hari) sebanyak 14 orang (27%), kemudian 49-56 jam (7-8 jam/hari) sebanyak 13 orang (25%), sementara itu, pedagang dengan jam kerja <49 jam (<7jam/hari) sebanyak 4 orang (7%), 70-77 jam (10-11 jam/hari) sebanyak 4 orang (7%), jam berdagang 77-84 jam (11-12 jam/hari) sebanyak 2 orang (4%).

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Jam Berdagang Dimasa Pandemi Covid 19

Data mengenai jam berdagang responden dalam seminggu dimasa Pandemi Covid 19 yaitu:

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Jam Berdagang Dimasa Pandemic Covid 19

Jam berdagang	Jumlah (orang)	Persentase
I<49 jam (<7 jam/hari)	50	96%
49-56 jam (7-8 jam/hari)	1	2%
56-63 jam (8-9 jam/hari)	1	2%
63-70 jam (9-10 jam/hari)	0	0
70-77 jam (10-11 jam/hari)	0	0
77-84 jam (11-12 jam/hari)	0	0
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

Tabel tersebut menjelaskan bahwa mayoritas jam berdagang responden adalah <49 jam (<7 jam/hari) sebanyak 50 orang (96%), selanjutnya 49-56 jam (7-8 jam/hari) dan 56-63 jam (8-9 jam/hari) masing-masing sebanyak 1 orang (2%).

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan Sebelum Pandemi Covid 19

Data mengenai pendapatan perbulan responden sebelum pandemi Covid 19 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan Sebelum Pandemi

Pendapatan sebelum pandemi	Jumlah (orang)	Persentase
<Rp 5.000.000	0	0
Rp 5.000.000-Rp 10.000.000	0	0
Rp 10.000.000-Rp	3	6%

15.000.000		
Rp 15.000.000-Rp 20.000.000	4	8%
Rp 20.000.000-Rp 25.000.000	5	10%
Rp 25.000.000-Rp 30.000.000	8	16%
Rp 30.000.000-Rp 35.000.000	9	17%
Rp 35.000.000-Rp 40.000.000	11	20%
>Rp 40.000.000	12	23%
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

Tabel di atas menjelaskan bahwa pendapatan perbulan sebelum pandemic Covid 19 responden sangat tinggi yakni tidak ada responden yang pendapatannya dibawah Rp 10.000.000. Sementara itu pendapatan Rp 10.000.000-Rp 15.000.000 sebanyak 3 orang (6%), pendapatan Rp 15.000.000-Rp 20.000.000 sebanyak 4 orang (8%), pendapatan Rp 20.000.000-Rp 25.000.000 sebanyak 5 orang (10%), pendapatan Rp 25.000.000-Rp 30.000.000 sebanyak 8 orang (16%), pendapatan Rp 30.000.000-Rp 35.000.000 sebanyak 9 orang (17%), pendapatan Rp 35.000.000-Rp 40.000.000 sebanyak 11 orang (20%), dan mayoritas pedagang berpendapatan >Rp 40.000.000 yakni sebanyak 12 orang (23%).

h. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan Dimasa Pandemi Covid 19

Adapun data mengenai pendapatan perbulan responden dimasa pandemi Covid 19 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan
Dimasa Pandemi

Pendapatan sebelum pandemi	Jumlah (orang)	Persentase
<Rp 5.000.000	11	20%
Rp 5.000.000-Rp 10.000.000	23	45%
Rp 10.000.000-Rp 15.000.000	7	13%
Rp 15.000.000-Rp 20.000.000	7	14%
Rp 20.000.000-Rp 25.000.000	4	8%
Rp 25.000.000-Rp 30.000.000	2	4%
Rp 30.000.000-Rp 35.000.000	0	0
Rp 35.000.000-Rp 40.000.000	0	0
>Rp 40.000.000	0	0
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

Tabel di atas menjelaskan bahwa pendapatan perbulan dimasa pandemic Covid 19 responden sangat turun drastis yakni tidak ada responden yang pendapatannya diatas Rp 30.000.000. Sementara itu pendapatan dibawah <Rp 5.000.000 sebanyak 11 orang (20%), Rp 5.000.000-Rp 10.000.000 sebanyak 23 orang (45%), Rp 10.000.000-Rp 15.000.000 sebanyak 7 orang (13%), pendapatan Rp 15.000.000-Rp 20.000.000 sebanyak 7 orang (14%), pendapatan Rp 20.000.000-Rp 25.000.000 sebanyak 4 orang (8%), pendapatan Rp 25.000.000-Rp 30.000.000 sebanyak 2 orang (4%).

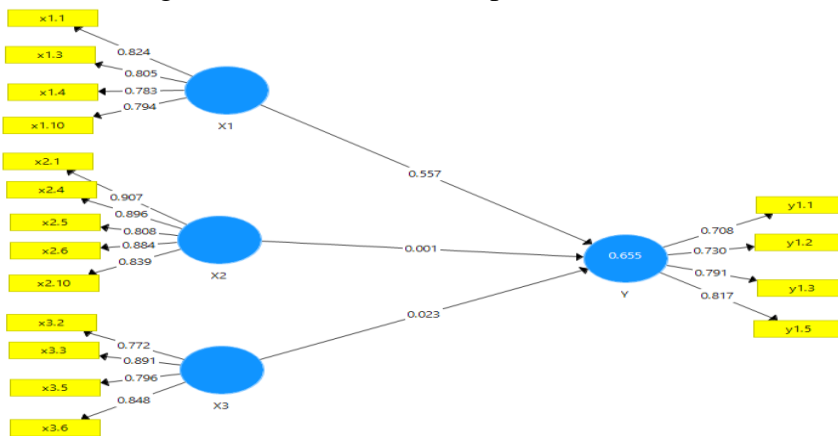
2. Hasil Pengujian Menggunakan SmartPLS 3

Model pengukuran(*Outer Model*) adalah model yang mendeskripsikan atau menggambarkan hubungan antar variabel laten (konstruk) dengan indikatornya atau hubungan variabel tersebut kepada teori pengukuran. Model pengukuran ini sendiri digunakan

untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Uji validitas digunakan untuk menguji seberapa baik instrumen yang dikembangkan mengukur konstruksi tertentu. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk menguji seberapa konsisten alat ukur telah mengukur konstruksinya. Berikut ini model penelitian setelah dilakukan pengujian dengan SmartPLS

a. Evaluasi Outer Model

Menurut Hair outer loading diantara 0,40 dan 0,7 harus dipertimbangkan untuk dihapus, tetapi harus hati-hati, indikator dengan autor loading lemah kadang-kadang dapat dipertahankan berdasarkan kontribusi mereka terhadap validitas konten, menurut Hair outer loading di atas 0,6 masih bisa dipertahankan.⁸⁰



Gambar 4.14
Hasil Output Olah data Smart PLS 3.3. 2021

Penelitian ini menghapus indikator dibawah 0,7, pada gambar 4.1 dapat ditarik kesimpulan seluruh indikator yang membentuk variable X1,X2,X3 dan Y tidak semuanya di atas 0,7, maka harus ada beberapa indikator yang harus dibuang, sehingga outer loading tiap indikator sudah di atas 0,7 semuanya.⁸¹ Model Outer Akhir dari penelitian ini menghasilkan variabel jam berdagangan yang

⁸⁰ Joseph F. Hair,Jr. A Primer Partial Least Squares Structural Wquation Modeling (PLS-SEM). Second Edition. Kennesaw State University, USA 2017

⁸¹ Imam Gozali, Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3,0, Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. 2014

direfleksikan oleh 4 indikator, variabel jenis dagangan yang direfleksikan oleh 5 indikator dan lokasi yang direfleksikan oleh 4 indikator. Tahap-tahap dalam menganalisis SEM PLS menurut Ghozali ialah dengan mengevaluasi model auter reflektif menggunakan beberapa kriteria yaitu menguji validitas dan reliabilitas variabel dengan melihat crounbach Alpha, Composite Reliability, dan Average Variance Extracted (AVE) pada masing-masing variabel. Empat Kriteia pengujian sebagai berikut:

1. Convergent Validity: Indikator dianggap reliable apabila nilai korelasi >0,70. Faktor loading pada penelitian ini semua variabel indikatornya sudah memiliki nilai >0,70. Hal ini berarti indicator dianggap reliable.
2. Discriminate Validity: Variabel dikatakan valid apabila average variance Extracted (AVE) dari masing-masing variabel nilainya >0,50
3. Composite Reliability: Variabel dikatakan reliable apabila composite reliability dari masing-masing variabel nilainya >0,70
4. Croanbach Alpha: Variabel dikatakan reliable apabila Croanbach Alpha pada setiap variabel nilainya >0,70

Model persamaan dari gambar 4 dapat dituliskan dalam persamaan structural sebagai berikut:

$$Y = 0,557 X1 + 0,001 X2 + 0,022 X3 + 0,023 Y1+e$$

1) Convergent Validity

Untuk menguji convergent validity digunakan nilai outer loading atau loading factor. Suatu indicator dinyatakan memenuhi convergent validity dalam kategori baik apabila nilai outer loading >0,70. Berikut nilai outer loading dari masing-masing indicator pada variabel penelitian”

Tabel 4.9 Outer Loading

	X1	X2	X3	Y
x1.1	0,824			
x1.3	0,805			
x1.4	0,783			
X1.10	0,794			

x2.1		0,907		
x2.4		0,896		
x2.5		0,808		
x2.6		0,884		
x2.10		0,839		
x3.2			0,772	
x3.3			0,891	
x3.5			0,796	
x3.6			0,848	
y1.1				0,708
y1.2				0,730
y1.3				0,791
y1.5				0,817

Sumber: Hasil Olah data SmartPLS (2021)

Table diatas menunjukkan bahwa tidak semua indikator memiliki nilai outer loading diatas $>0,70$ yang berarti indikator yang tidak memenuhi prasyarat harus dihapus, setelah beberapa indikator dihapus maka sudah memenuhi *convergent validity* atau semua indikator memenuhi syarat reabilitasi dan validitas dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

b. Validitas Diskriminan (*Discriminate Validity*)

Discriminant Validity merupakan nilai *cross loading* factor yang digunakan untuk melihat apakah variabel saling memiliki diskriminan yang memadai dengan cara membandingkan nilai loading antar variabel yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading pada variabel yang lain. Bayclay et al mengatakan bahwa tidak ada indikator yang memberikan loading ke peubah laten yang lain lebih tinggi dibandingkan peubah laten yang seharusnya.

Tabel 4.10 Cross Loading

	X1	X2	X3	Y
x1.1	0,798	0,694	0,738	0,602
x1.3	0,826	0,451	0,542	0,822
x1.4	0,755	0,579	0,583	0,676
x1.5	0,688	0,388	0,395	0,535

x1.10	0,768	0,779	0,777	0,598
x2.1	0,643	0,881	0,797	0,612
x2.2	0,452	0,677	0,599	0,424
x2.4	0,625	0,873	0,728	0,569
x2.5	0,511	0,801	0,652	0,530
x2.6	0,660	0,859	0,732	0,578
x2.9	0,603	0,662	0,552	0,617
x2.10	0,616	0,821	0,715	0,573
x3.2	0,534	0,527	0,734	0,557
x3.3	0,706	0,779	0,838	0,597
x3.4	0,461	0,528	0,676	0,531
x3.5	0,559	0,663	0,718	0,497
x3.6	0,617	0,715	0,773	0,569
x3.9	0,608	0,584	0,709	0,647
x3.10	0,477	0,548	0,623	0,557
y1.1	0,591	0,453	0,541	0,703
y1.2	0,500	0,506	0,536	0,672
y1.3	0,621	0,600	0,620	0,699
y1.4	0,558	0,589	0,615	0,661
y1.5	0,694	0,449	0,537	0,762
y1.6	0,561	0,383	0,504	0,678
y1.8	0,520	0,470	0,536	0,615
y1.10	0,630	0,414	0,402	0,685

Sumber : Lampiran Output SmartPLS (2021)

Pada tabel diatas memperlihatkan tidak setiap indikator memiliki nilai loading factor ke perubah laten yang memiliki nilai paling tinggi dibanding dengan loading indicator tersebut ke perubah laten yang lain. Discriminant validity nilai ini merupakan nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain. Dapat diuji dengan membandingkan nilai cr akar kuadrat AVE dengan nilai korelasi antar konstuk.

Adapun metode lain yang dapat digunakan untuk menguji

diskriminant validity adalah dengan melihat dari table kriteria Fornell-Larcker.

Tabel 4.11 Kriteria Fornell-Larcker

	X1	X2	X3	Y
Jam Berdagang	0,802			
Jenis Dagang	0,733	0,868		
Lokasi	0,755	0,836	0,828	
Pendapatan	0,803	0,622	0,672	0,763

Sumber: Data primer 2021 diolah dari SmartPLS

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai akar kuadrat AVE (0.802, 0.868, 0.828, 0.763) lebih besar dari korelasi masing-masing konstruk.

c. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas konstruk (*Construct reliability and validity*) adalah pengujian untuk mengukur kehandalan suatu konstruk. Kehandalan skor konstruk harus cukup tinggi. Kriteria validitas dan reliabilitas konstruk yang baik dapat dilihat dari:

1. *Cronbach Alpha*: > 0,7
2. *Rho_A*: >0,7
3. *Composite Reliability*: >0,6
4. *Average Variance Extracted (AVE)*: > 0,5⁸²

Tabel 4.12 Validitas dan Reliabilitas Konstruk

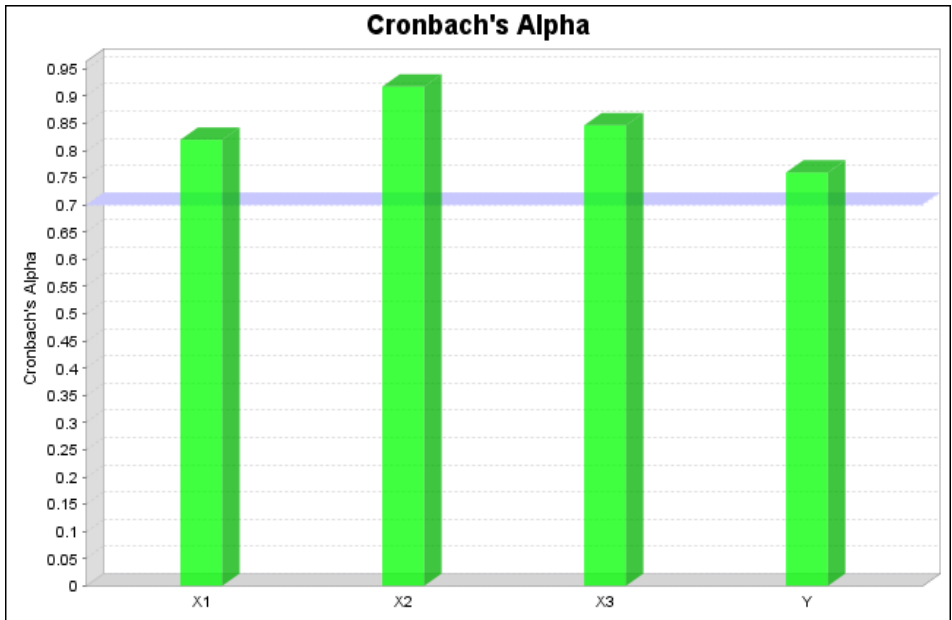
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Jam Berdagang	0,820	0,831	0,878	0,643
Jenis Dagang	0,917	0,920	0,938	0,753

⁸² Azuar Juliandi, "Struktural Equation Model Partial least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS", dalam Modul Pelatihan Universitas Batam 16-17 Desember 2018, hal. 25

Lokasi	0,846	0,852	0,897	0,685
Pendapatan	0,760	0,769	0,847	0,582

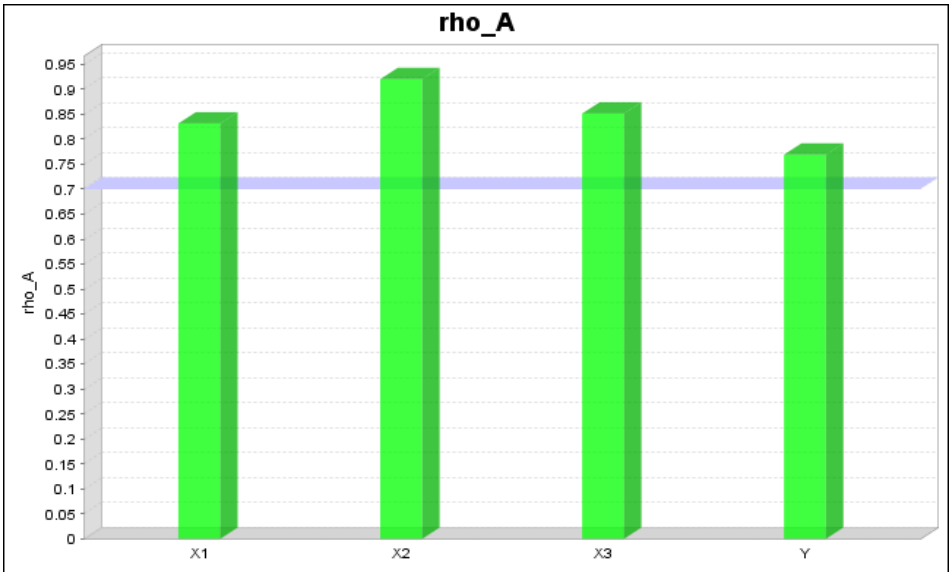
Sumber: Data primer 2021 diolah dari SmartPLS

Tabel Tabel diatas menunjukkan kriteria validitas dan rebilitas yang baik karena telah memenuhi kriteria dan persyaratan dalam pengujian validitas dan reliabilitas konstruk. Dengan demikian data yang telah disebarkan dapat dipercaya dan bisa digunakan sebagai data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Adapun gambar diagram cronbach alpha dapat dilihat melalui diagram berikut ini:



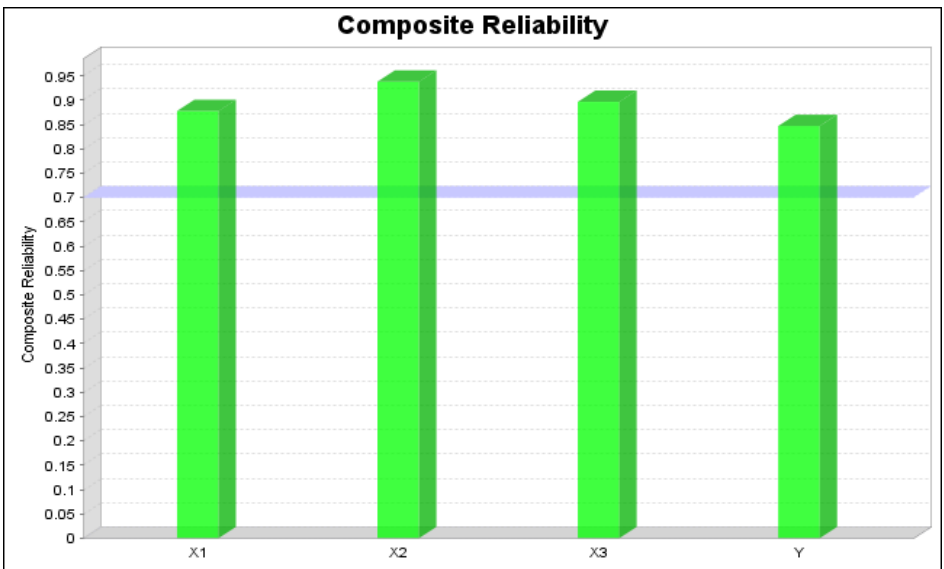
Gambar 4.15 Diagram Cronbach Alpha

Adapun gambar diagram Rho_A dapat dilihat melalui diagram berikut ini:



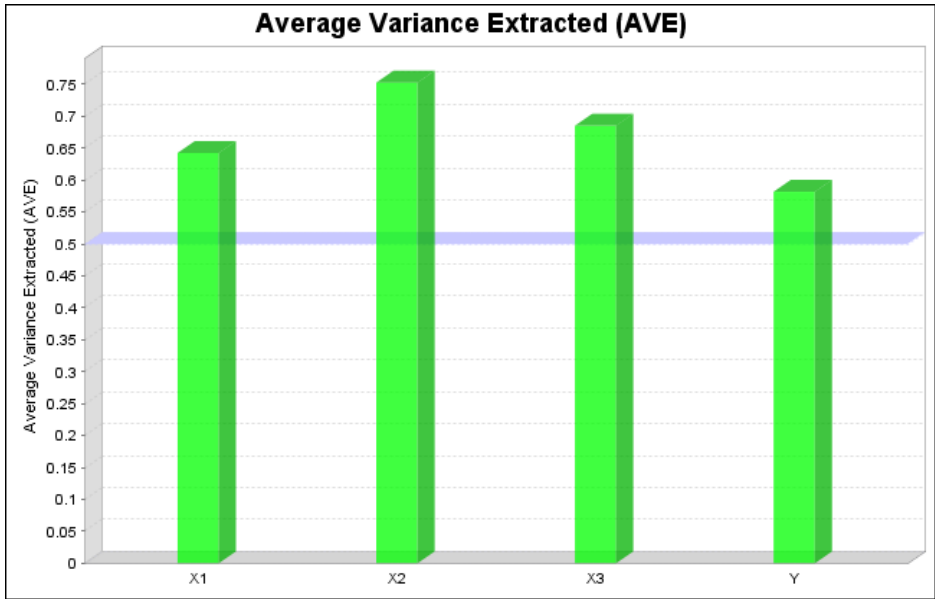
Gambar 4.16 Diagram Rho_A

Adapun gambar diagram Composite Reliability dapat dilihat melalui diagram berikut ini:



Gambar 4.17 Diagram Composite Reliability

Adapun gambar diagram *Average Variance Extracted (AVE)* dapat dilihat melalui diagram berikut ini:



Gambar 4.10 Diagram Average Variance Extracted (AVE)

Skor masing-masing diagram diatas menunjukkan pada posisi diatas atau melewati titikpotong danmemiliki warna hijau yang dapat diinterpretasikan bahwa data yang dikumpulkan telah dianggap mampu dan dapat di percaya untuk mengukur pendapatan pedagang pasar Tradisional karena telah sesuai dan memiliki kriteria validitas dan reliabilitas kontruk yang baik.

d. Analisis Model Struktural (Inner Model)

Model struktural atau inner model merupakan model analisis data yang mendeskripsikan hubungan antar variabel laten (konstruk) yakni eksogen dan endogen serta hubungan diantaranya. Evaluasi inner model dalam penelitian ini dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan melihat dari R-Square dan F-Square yang dapat diinterpretasikan berikut ini:

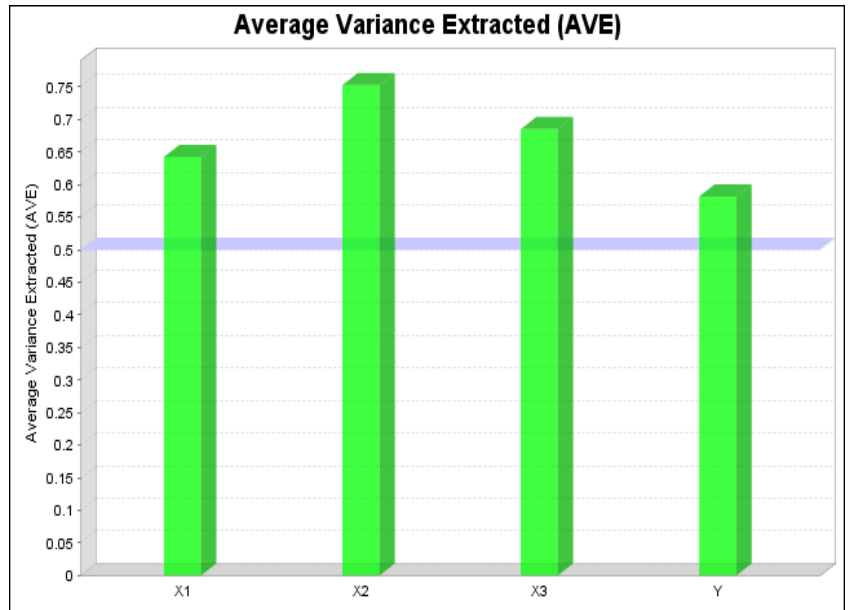
a. R-Square

Tabel 4.12 Tabel R Square

	R Square	R Square Adjusted
Pendapatan	0,655	0,634

Sumber: Data primer 2021 diolah dari SmartPLS

Tabel diatas menjelaskan bahwa R-Square Adjusted model jalur dalam penelitian ini = 0.634. artinya kemampuan variabel X1 (jam berdagang), X2 (jenis dagang), X3 (Lokasi) dalam menjelaskan Y (pendapatan) adalah 63,4%. Dengan demikian model tergolong Subtansial (kuat).



Gambar 4.18 Diagram Adjusted R-Square

Sumber: Data primer 2021 diolah dari SmartPLS

Gambar diagram batang R-Square diatas memperoleh model jalur = 0.634 dengan diagram berwarna hijau yang menunjukkan bahwa nilai R-Square berada dalam nilai toleransi.

b. F-Square

Tabel 4.13 F Square

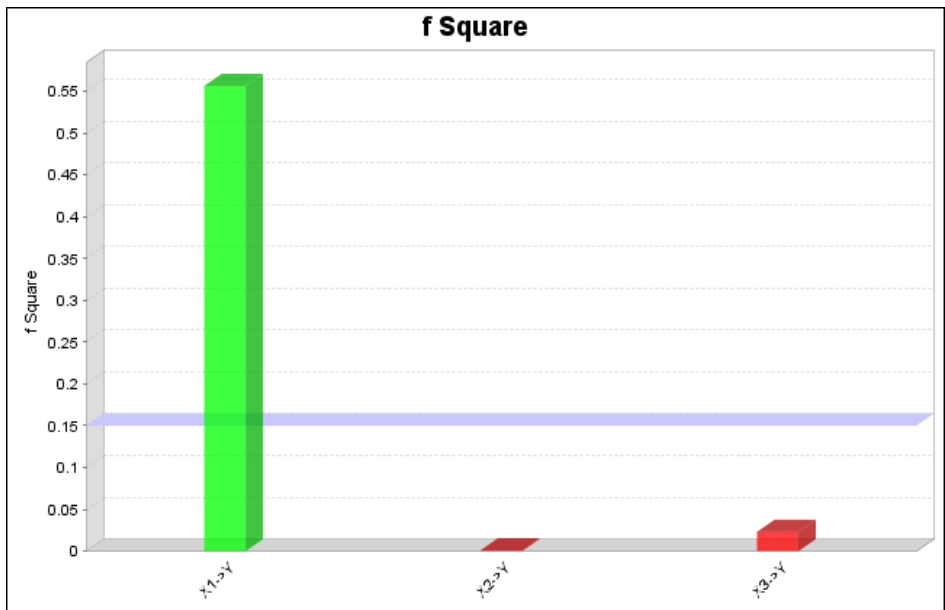
	Pendapatan
Jam Berdagang	0,557
Jenis Dagang	0,001
Lokasi	0,023

Sumber: Data primer 2021 diolah dari SmartPLS

Berdasarkan nilai F-Square pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari variabel-variabel eksogen yaitu, variabel keimanan, variabel kehidupan, variabel kecerdasan, variabel keturunan, dan variabel harta terhadap variabel kinerja sebagai variabel endogen memiliki kriteria sebagai berikut:

- | | | |
|-----------------|---|--------------------------|
| 1) Jam Dagang | → | Kinerja = 0.557 (kuat) |
| 2) Jenis Dagang | → | Kinerja = 0.001 (rendah) |
| 3) Lokasi | → | Kinerja = 0.023 (rendah) |

Adapun gambar diagram Composite Reliability dapat dilihat melalui diagram berikut ini:

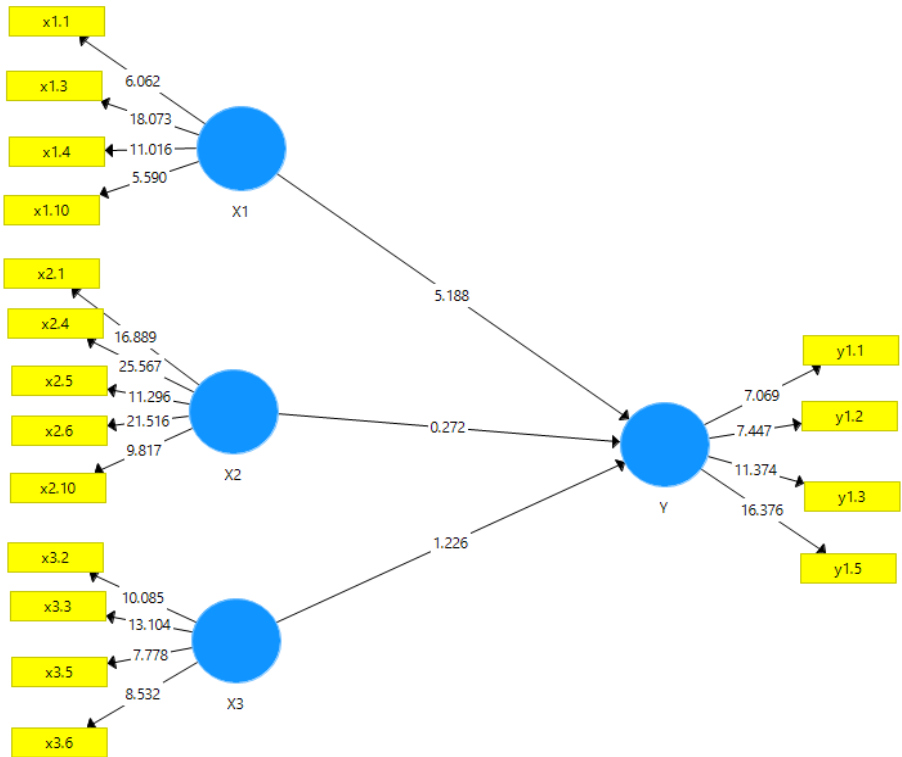


Gambar 4.19 F-Square

Gambar diagram batang F-Square diatas menunjukkan bahwa variabel X1 (jam berdagang) memiliki pengaruh sebesar 0.557 terhadap variabel Y (pendapatan) yang termasuk dalam kategori pengaruh yang kuat, dapat dilihat bahwa grafik berwarna hijau yang melewati titik potong mengindikasi bahwa efek masih berada dalam toleransi, variabel X2 (jenis dagang) memiliki pengaruh sebesar 0.001 terhadap variabel Y (pendapatan) yang termasuk dalam kategori pengaruh yang rendah, dapat dilihat bahwa grafik berwarna merah yang tidak melewati titik potong mengindikasi bahwa efek berada diluar toleransi, variabel X3 (lokasi) memiliki pengaruh sebesar 0.001 terhadap variabel Y (pendapatan) yang termasuk dalam kategori pengaruh yang rendah, dapat dilihat bahwa grafik berwarna merah yang tidak melewati titik potong mengindikasi bahwa efek berada diluar toleransi

e. Pengujian Hipotesis menggunakan Direct Effect

Tahapan selanjutnya uji hipotesis menggunakan *direct effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Adapun hasil pengujian hipotesis menggunakan *direct effect* adalah sebagai berikut:



Gambar 4.20 Hasil olah data menggunakan Bootripping

Gambar diatas dapat dilihat hasil indikator yang telah dibuang indikator pada variable X1,X2,X3, dan Y, gambar memperlihatkan pengaruh antara variable dengan indikatornya, setelah semua indikator diatas 0,7 sudah lulus untuk selanjutnya menguji hipotesis. Pada tabel 2 dapat dilihat hasil uji hipotesis antara X1,X2,X3 terhadap Y. Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa jam berdagang memiliki pengaruh langsung terhadap variabel pendapatan ($t = 5,186$; $p < 0.05$). Selanjutnya peran variabel jenis dagangan juga memiliki pengaruh langsung terhadap variabel pendapatan ($t = 0,272$; $p < 0.05$), variable lokasi memiliki pengaruh langsung terhadap variabel pendapatan ($t = 1,226$; $p < 0.05$), Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel eksogen memiliki pengaruh secara langsung terhadap variabel endogen.

Tabel 14 Koefisien Jalur

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	0.696	0.705	0.134	5.188	0.000
X2 -> Y	-0.036	-0.022	0.131	0.272	0.786
X3 -> Y	0.176	0.167	0.143	1.226	0.221

Berdasarkan tabel diatas dapat diinterpretasikan bahwa nilai koefisien jalur dan nilai probabilitas/ signifikansi (p-value) masing-masing variabel eksogen terhadap endogen sebagai berikut:

- ✓ Pengaruh variabel jam berdagang (X1) terhadap variabel pendapatan (Y) menghasilkan nilai koefisien jalur pada kolom sampel asli = 0.696 dan nilai P-Values = 0.000 (<0.05) yaitu menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Artinya jam berdagang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan atau dapat diinterpretasikan bahwa pendapatan pedagang pasar tradisional akan meningkat apabila jam kerjanya yang panjang.
- ✓ Pengaruh variabel jenis dagang (X2) terhadap variabel pendapatan (Y) menghasilkan nilai koefisien jalur pada kolom sampel asli = -0,036 dan nilai P-Values = 0.786 (>0.05) yaitu menunjukkan tidak berpengaruh dan arahnya negatif. Artinya jam berdagang tidak berpengaruh terhadap pendapatan atau dapat diinterpretasikan bahwa jenis dagangan pedagang tidak menjadikan dasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang pasar tradisional.
- ✓ Pengaruh variabel lokasi (X3) terhadap variabel pendapatan (Y) menghasilkan nilai koefisien jalur pada kolom sampel asli = 0.176 dan nilai P-Values = 0.221 (>0.05) yaitu menunjukkan tidak berpengaruh. Artinya jam berdagang tidak berpengaruh terhadap pendapatan atau dapat diinterpretasikan bahwa pendapatan pedagang pasar tradisional tidak dipengaruhi oleh lokasi pedagang.

3. Hasil Pengujian Nvivo 12 Plus

Hasil olah data memakai aplikasi Nvivo 12 plus, hasil koding antara wawancara, artikel, berita, youtube. Pada hasil Nvivo juga dapat dilihat hasil koding wawancara dan artikel diketahui bahwa jam mulai berdagang sangat mempengaruhi penghasilan yang diperoleh oleh pedagang, sehingga banyak pedagang yang memulai dagangannya mulai dari waktu menjelang subuh.

Berdasarkan dari hasil analisis dari data artikel terkait dengan pengaruh jam dagang, jenis dagangan, lokasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional yang paling sering muncul dengan menggunakan software Nvivo pada word cloud diantaranya adalah pasar, pedagang, yang, usaha, modal, dan, pendapatan, dari, dalam, dengan. Gambar dibawah ini yang menunjukkan Word Cloud yang digunakan dalam sumber penelitian ini



Gambar 4. 21 Word Cloud

Sumber: Hasil olah data nvivo 12 Plus

Pada fitur selanjutnya sama dengan diagram diatas hanya saja fitur ini menampilkan dalam pengaruh untuk menunjukkan dalam bentuk angka untuk mengetahui adanya kolerasi yang besar dalam suatu data yang di analisis. Hasil dapat di lihat dari gambar dibawah ini

Tabel 15 Hasil koding

Word	Length	Count	Weighted Percentage (%)
yang	4	1471	2.90
pedagang	8	1186	2.34
dan	3	1185	2.34
pasar	5	787	1.55
pendapatan	10	702	1.39
modal	5	628	1.24
usaha	5	606	1.20
dengan	6	444	0.88
dari	4	415	0.82
dalam	5	386	0.76

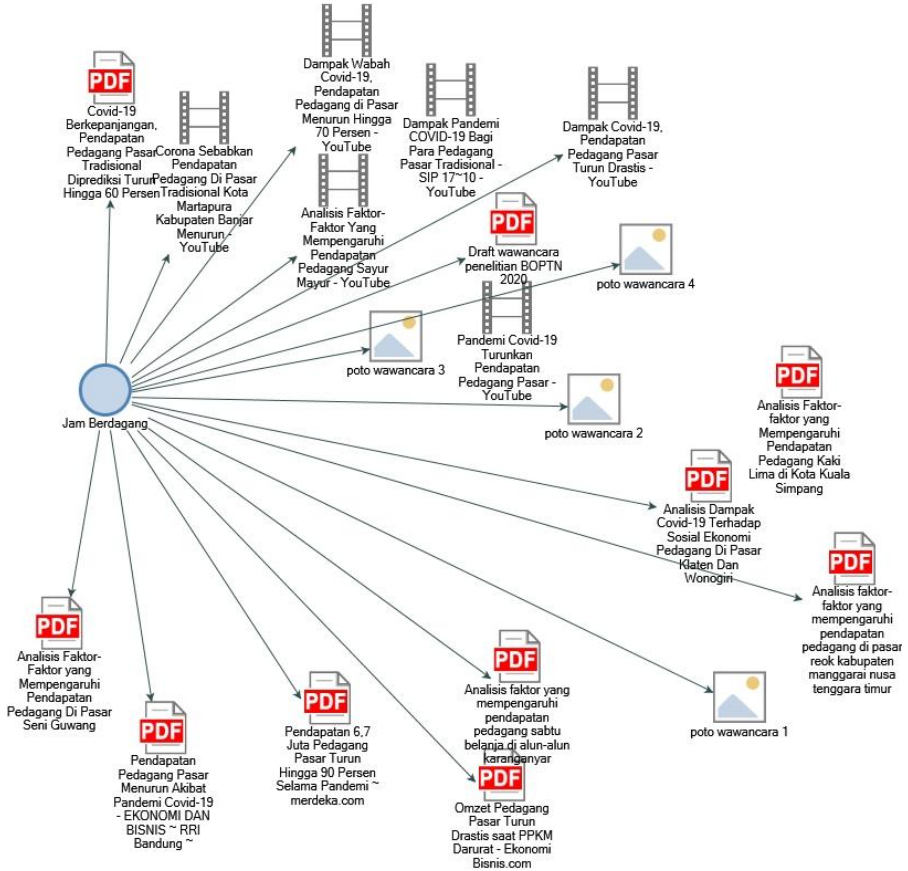
Sumber: Hasil olah data nvivo 12 Plus

Pada gambar selanjutnya dapat dilihat word tree dari hubungan antara jam berdagang, jenis dagangan, lokasi dagangan dan dikoding dengan variable pendapatan pedangan, begitu juga dengan berita-berita dan youtube yang penulis ambil dari internet dan hasil wawancara guna memperkuat hasil penelitian.

membandingkan dua jenis yang sama dalam suatu item-proyek analisis misalnya yang terdapat dalam sumber data,nodes ataupun cases. Berikut ini tabel comparison dari masig-masing variabel

1. Variabel Jam Berdagang

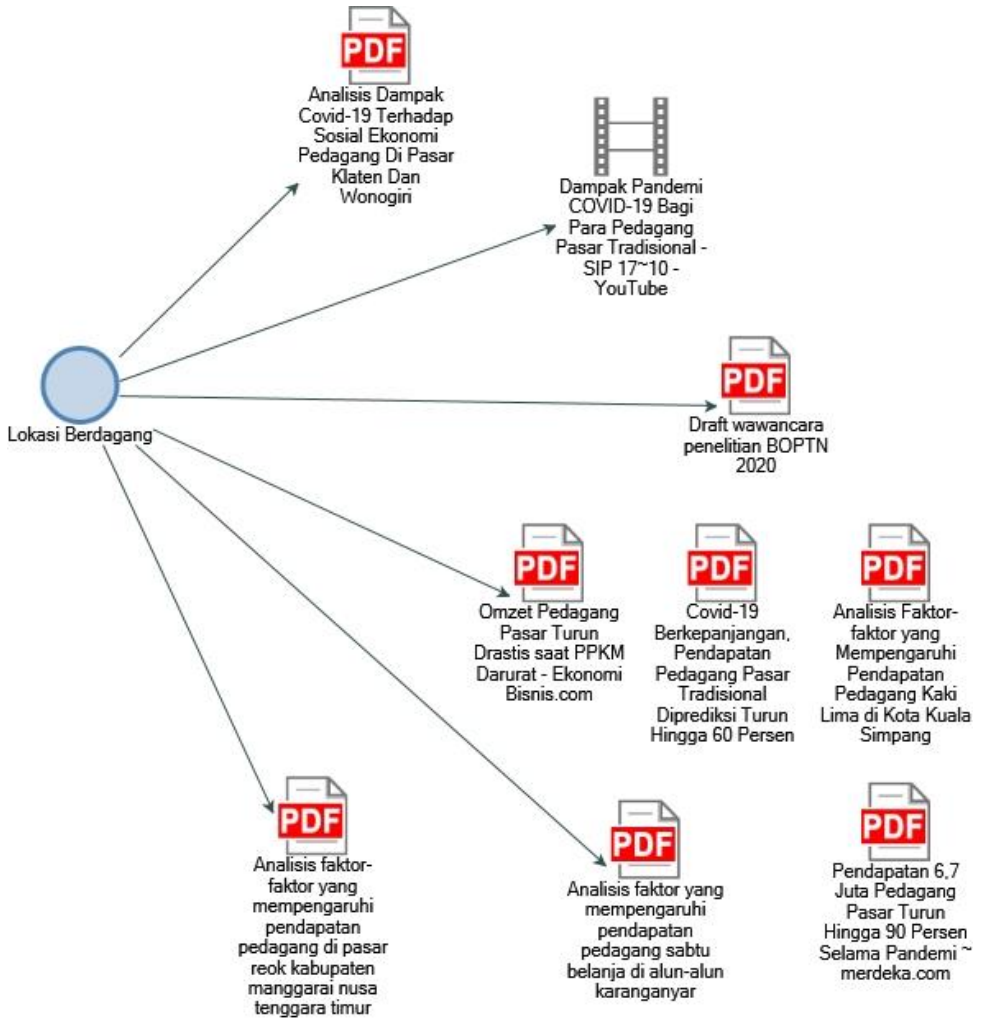
Hasil analisis dari data artikel terkait dengan pengaruh jam dagang terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional yang paling sering muncul dengan menggunakan software Nvivo adalah sebagai berikut



Gambar 4. 23 Variabel Jam Berdagang

2. Variabel Jenis Dagangan

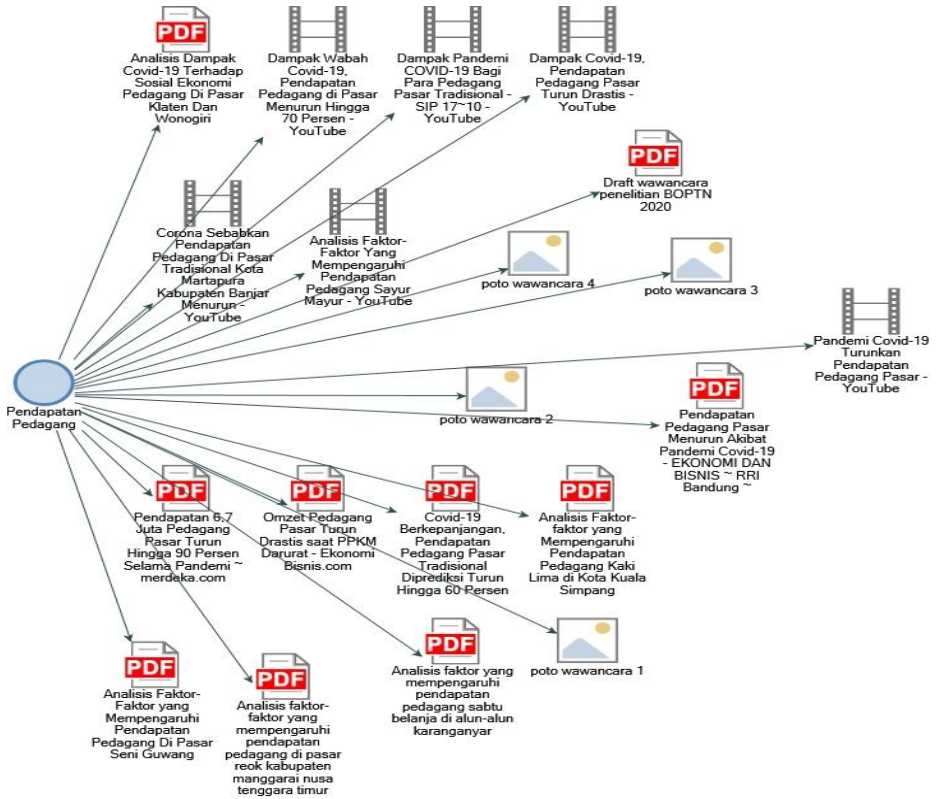
Hasil analisis dari data artikel terkait dengan pengaruh Jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional yang paling sering muncul dengan menggunakan software Nvivo adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 25 Variabel Lokasi

4. Variabel Pendapatan

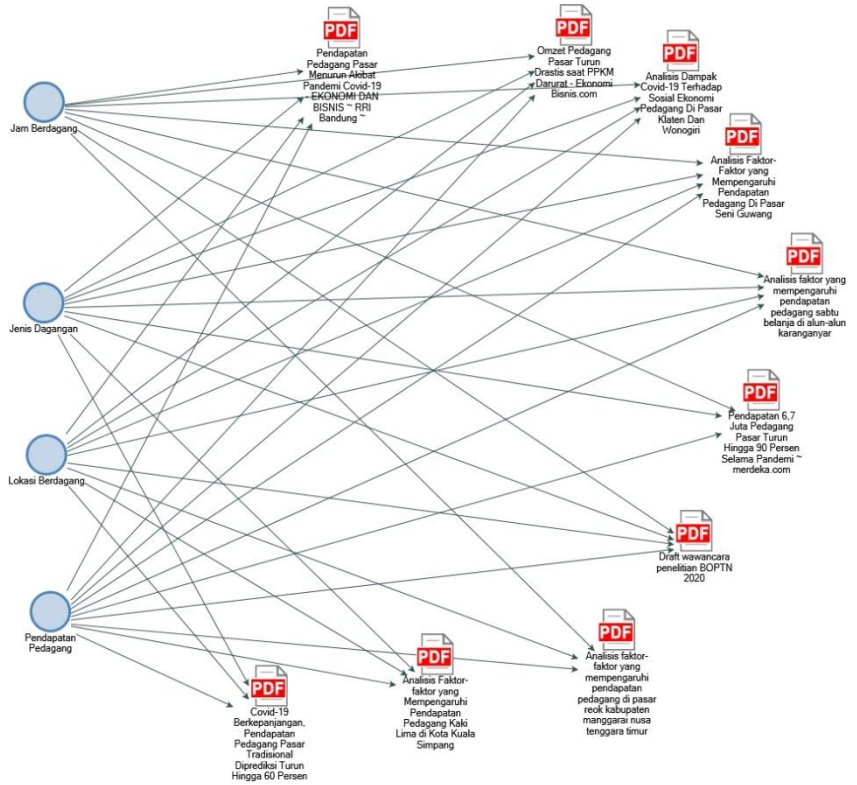
Hasil analisis dari data artikel terkait dengan pengaruh jam berdagang, jenis dagangan, lokasi dan Pendapatan pedagang pasar tradisional yang paling sering muncul dengan menggunakan software Nvivo adalah sebagai berikut



Gambar 4. 26 Variabel Pendapatan

5. Variabel Jam berdagang, jenis dagangan, lokasi dan Pendapatan

Hasil analisis dari data artikel terkait dengan pengaruh jam berdagang, jenis dagangan, lokasi dan Pendapatan pedagang pasar tradisional yang paling sering muncul dengan menggunakan software Nvivo adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 27
Variabel Jam berdagang, Jenis dagangan, Lokasi terhadap Pendapatan

C. Pembahasan

1. Pengaruh Jam Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Indonesia

Penelitian ini menemukan bahwa jam berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia. Setiap pedagang dalam melaksanakan kegiatan usahanya mengharapkan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, tentunya hal ini diikuti oleh jumlah jam kerja yang lebih panjang. Jam kerja adalah lamanya seorang pedagang melakukan aktivitas menjual barang. Besarnya keuntungan sangat ditentukan oleh banyaknya waktu yang dihabiskan untuk melakukan kegiatan

usahanya, semakin tinggi curahan jam kerja akan semakin tinggi juga keuntungan yang diperoleh.

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Perbandingan Jam Berdagang Sebelum Pandemic Covid 19 dan dimasa pandemic

Jam Berdagang Sebelum Pandemi	Jumlah (pedagang)	Jam Berdagang Dimasa Pandemi	Jumlah (pedagang)
I<49 jam (<7 jam/hari)	4	I<49 jam (<7 jam/hari)	50
49-56 jam (7-8 jam/hari)	13	49-56 jam (7-8 jam/hari)	1
56-63 jam (8-9 jam/hari)	15	56-63 jam (8-9 jam/hari)	1
63-70 jam (9-10 jam/hari)	14	63-70 jam (9-10 jam/hari)	0
70-77 jam (10-11 jam/hari)	4	70-77 jam (10-11 jam/hari)	0
77-84 jam (11-12 jam/hari)	2	77-84 jam (11-12 jam/hari)	0
Total	52	Total	52

Pada Tabel 4.7 menunjukkan Karakteristik Responden Berdasarkan Jam Berdagang Sebelum Pandemic Covid 19 diketahui bahwa mayoritas jam berdagang responden adalah 56-63 jam (8-9 jam/hari) yakni sebanyak 15 orang (29%), selanjutnya 63-70 jam (9-10 jam/hari) sebanyak 14 orang (27%), kemudian 49-56 jam (7-8 jam/hari) sebanyak 13 orang (25%). Sementara itu, adanya pandemic Covid 19 mayoritas pedagang hanya dapat berdagang <49 jam (<7 jam/hari) yakni sebanyak 50 pedagang (96%). Hal ini disebabkan adanya peraturan pemerintah Kota dimasing-masing pasar menjadwalkan perdagangan di pukul 05.00-11.00 atau pukul 11.00-05.00 setiap harinya. Peraturan ini tentunya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan yang diterima oleh pedagang di pasar tradisional. Dimana sebelum pandemic Covid 19, penghasilan pendapatan yang diterima yakni > dari Rp 40.000.000.

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan
Sebelum Pandemi

Pendapatan sebelum pandemi	Jumlah (orang)	Persentase
<Rp 5.000.000	0	0
Rp 5.000.000-Rp 10.000.000	0	0
Rp 10.000.000-Rp 15.000.000	3	6%
Rp 15.000.000-Rp 20.000.000	4	8%
Rp 20.000.000-Rp 25.000.000	5	10%
Rp 25.000.000-Rp 30.000.000	8	16%
Rp 30.000.000-Rp 35.000.000	9	17%
Rp 35.000.000-Rp 40.000.000	11	20%
>Rp 40.000.000	12	23%
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

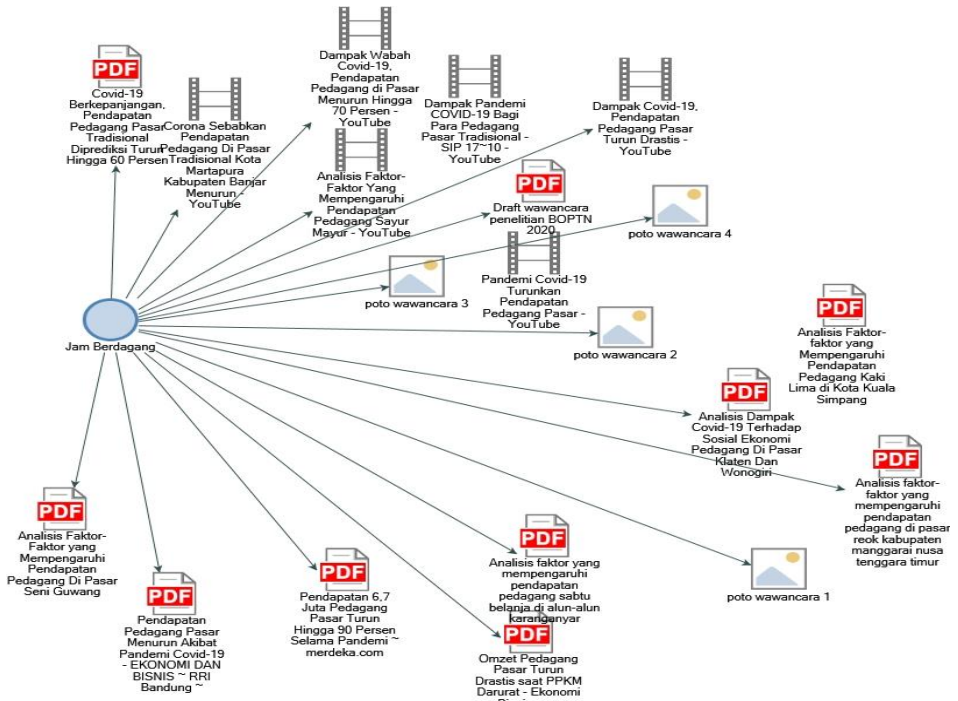
Tabel di atas menjelaskan bahwa pendapatan perbulan sebelum pandemic Covid 19 responden sangat tinggi yakni tidak ada responden yang pendapatannya dibawah Rp 10.000.000 dan mayoritas pedagang berpendapatan >Rp 40.000.000 yakni sebanyak 12 orang (23%). Namun demikian adanya Pandemi Covid 19 dengan berbagai peraturan pemerintah dalam rangka mencegah penyebaran virus Corona, Pemerintah memberlakukan pemberlakuan PSBB dan PPKM yang ketat yang berujung pada perubahan jam perdagangan sehingga hal ini mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar Tradisional.

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan
Dimasa Pandemi

Pendapatan sebelum pandemi	Jumlah (orang)	Persentase
<Rp 5.000.000	11	20%
Rp 5.000.000-Rp 10.000.000	23	45%
Rp 10.000.000-Rp 15.000.000	7	13%
Rp 15.000.000-Rp 20.000.000	7	14%
Rp 20.000.000-Rp 25.000.000	4	8%
Rp 25.000.000-Rp 30.000.000	2	4%
Rp 30.000.000-Rp 35.000.000	0	0
Rp 35.000.000-Rp 40.000.000	0	0
>Rp 40.000.000	0	0
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

Tabel di atas menjelaskan bahwa pendapatan perbulan dimasa pandemic Covid 19 responden sangat turun drastis yakni tidak ada responden yang pendapatannya diatas Rp 30.000.000. Sementara itu pendapatan dibawah <Rp 5.000.000 sebanyak 11 orang (20%), dan mayoritas pedagang berpendapatan Rp 5.000.000-Rp 10.000.000 sebanyak 23 orang (45%). Setiap usaha yang dijalankan bertujuan untuk memperoleh pendapatan, karena pendapatan memiliki pengaruh pada kelangsungan usaha. Semakin besar pendapatan maka semakin besar pula kemampuan pedagang untuk membayar pengeluaran-pengeluarannya.



Gambar 4. 23
Variabel Jam Berdagang

Gambar 4. 23 memperlihatkan hasil koding antara variable jam berdagang dikoding dengan artikel, wawancara, berita dari internet, youtube dan foto-foto yang telah dikoding memperlihatkan bahwa jam berdagang memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang, pedangan yang lebih awal membuka dagangannya memiliki pendapatan yang lebih baik dari pada pedagang lain.

Dalam hasil wawancara kepada staf dinas perindustrian dan perdagangan di Kota Yogyakarta mengatakan total ada 10 Pasar tradisional di wilayahnya yang dibatasi operasionalnya selama masa pembatasan sosial berskala besar (PSBB) namun demikian kesadaran pedagang untuk menerapkan protokol kesehatan masih rendah. Hal ini disebabkan masih banyak pedagang pasar yang tidak menggunakan masker dan menyediakan hand sanitizer di toko/warungnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marce Sherly Kase (2020) yang berjudul Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kota Kupang, Penelitian Christie Mei

Wulandari (2017) yang berjudul Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember, penelitian Ana Fatma Fitriani Wibowo, dkk (2021) yang berjudul Pendapatan Pedagang Kaki Lima dan Faktor yang Mempengaruhi, Penelitian Wuri Ajeng Chintya dan Ida Bagus Darsana (2013) yang berjudul Analisis Pendapatan Pedagang Di Pasar Jimbaran Kelurahan Jimbaran menemukan bahwa jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

2. Pengaruh Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Indonesia

Penelitian ini menemukan bahwa jenis dagangan tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar Tradisional di Indonesia. Jenis dagangan merupakan jenis barang yang biasa dijual di pasar tradisional. Biasanya jenis barang yang diperdagangkan meliputi ikan, buah-buahan, sayur mayur, telur, daging, kain, pakaian, alat elektronik, sembako, jasa, sarana persembahyangan dan lain-lain. Kebutuhan masyarakat pada umumnya tersedia di pasar tradisional dan proses transaksi jual beli yang dilakukan yaitu dengan cara tawar menawar sehingga konsumen dapat memperoleh barang yang diperoleh dengan harga yang relatif murah di pasar tradisional.

Dimasa pandemic Covid 19 pedagang yang sebelumnya menjual pakaian tidak mengganti jenis dagangannya menjadi barang dagang lain seperti alat-alat kesehatan. Begitu pula dengan pedagang daging yang masih akan tetap menjual daging di masa pandemic Covid 19. Hal ini disebabkan karena pedagang tersebut telah memiliki pengalaman yang lama dan sesuai dengan jenis dagangan yang ia kuasai.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Berdagang

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
0-5 Tahun	2	4%
5-10 Tahun	7	13%
10-15 Tahun	11	21%
15-20 Tahun	5	10%

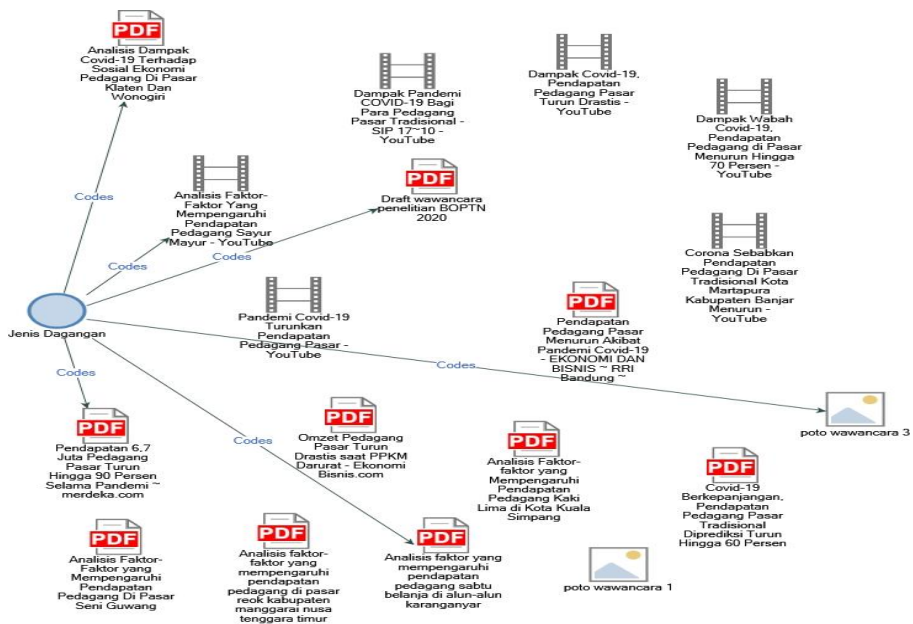
20-25 Tahun	11	21%
25-30 Tahun	11	21%
>30 Tahun	5	10%
Total	52	100%

Sumber: Hasil penyebaran angket kepada responden

Tabel tersebut menjelaskan bahwa responden memiliki masa berdagang yang cukup lama yakni 10-15 Tahun sebanyak 11 orang (21%), 15-20 Tahun sebanyak 5 orang (10%), 20-25 Tahun sebanyak 11 orang (21%) dan 25-30 Tahun sebanyak 11 orang (21%), >30 Tahun sebanyak 5 orang (10%), sisanya 0-5 Tahun sebanyak 2 orang (4%), 5-10 Tahun sebanyak 7 orang (13%).

Sehingga wajar jika adanya pandemic Covid 19 ini pedagang tidak memanfaatkan situasi pandemic ini dengan beralih ke penjualan yang dibutuhkan dimasa pandemic seperti masker, hand sanitier, face shield, alat pelindung diri dan lain sebagainya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama pedagang pakaian Bapak Ardi yang telah menjalankan usaha Pakaian di Pasar Klewer menjelaskan bahwa ia telah menjalankan usaha pakaiannya selama 11 tahun sehingga jika beralih untuk menjual barang dagangan jenis lainnya, ia mengaku tidak memiliki pengalaman yang cukup dan modal yang terbatas sehingga khawatir jika tidak ada peminat dari konsumen. Selain itu wawancara yang peneliti lakukan dengan Ibu Hilma di Pasar Gede yang telah menjual barang sembako selama 25 tahun mengatakan bahwa “jika beralih ke jenis dagangan lain seperti masker dan lain-lain itu kan musiman dan itu sudah banyak dijual di apotik, saya juga tidak tau pemasok utama masker dan alat kesehatan itu dari mana”. Ibu hilma mengaku bahwa dirinya menyakini bahwa dagangannya akan selalu dibutuhkan karena sembako merupakan kebutuhan pokok yang paling esensial. Dengan beralih ke dagangan lain bukan solusi untuk meningkatkan pendapatannya. Meski demikian Ibu hilma mengaku bahwa pendapatannya masih stabil meskipun ada penurunan sedikit. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Rheza Pratama (2018) yang berjudul Pengaruh Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar. Rheza Pratama menemukan bahwa semakin bervariasi jenis dagangannya

diyakini dapat mengakibatkan semakin bertambah pendapatan pedagang. Karena dengan bervariasi jenis dagangannya akan meningkatkan daya beli masyarakat. Namun demikian penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Irvan Triananda Perdana Pande dan Ni Putu Martini Dewi yang berjudul pengaruh jam kerja, jenis dagangan dan lokasi terhadap pendapatan pedagang di pasar Desa Pakramana Padangsambian yang menemukan hasil bahwa jenis dagangan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang. Tidak hanya penelitian Irvan Triananda Perdana, penelitian Darmayanti (2011) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang (Studi Kasus pada Pasar Gede Surakarta), yang mengatakan jenis dagangan makanan dan non makanan di Pasar Gede Surakarta tidak memiliki perbedaan pendapatan yang diperoleh. Penelitian ini diperkuat oleh Annisa (2017) dengan penelitiannya Pengaruh Modal Kerja, Jenis Produk, Tingkat Pendidikan dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Umum Gilimanuk, yang mengatakan jenis dagangan non makanan berpengaruh lebih tinggi dari makanan.



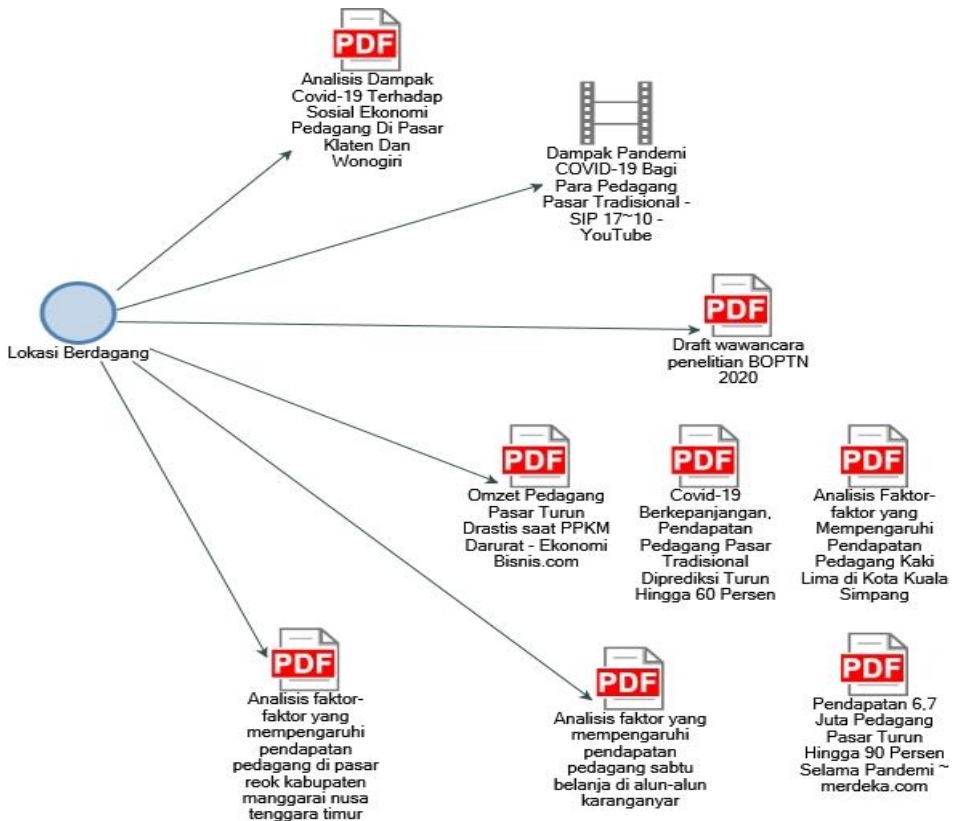
Gambar 4. 24 Variabel Jenis Dagangan

Gambar 4.24 memperlihatkan hasil koding antara variable jam berdagang dikoding dengan artikel, wawancara, berita dari internet, youtube dan foto-foto yang telah dikoding memperlihatkan bahwa jam berdagang memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang, pedangan yang lebih awal membuka dagangannya memiliki pendapatan yang lebih baik dari pada pedagang lain.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Indonesia

Penelitian ini menemukan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar Tradisional di Indonesia. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Atun yang menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang, dimana semakin strategis lokasi maka semakin besar pendapatannya. Namun demikian, Rheza Pratama dengan penelitiannya yang berjudul Pengaruh Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar, menemukan bahwa Variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Variable ini tidak berpengaruh karena dimungkinkan lokasi pasar yang berdekatan dengan pasar lain yang berdekatan dengan kondisi pasar yang ramai. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dany esaningrat, 2010) yang hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa lokasi pasar juga tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang. dimana kondisi pasar yang berdekatan dengan lokasi stan yang berada di tengah, sehingga sebagian besar pengunjugnya berkeliling terlebih dahulu. Jadi dimungkinkan tingkat keramaian lokasi yang berada di timur, barat dan tengah relative sama. Hasil temuan dan observasi peneliti dilapangan dimasa pandemic Covid 19 ini, pengunjung di pasar sangat sepi. Hal ini juga sebagaimana yang termuat dalam berita online www.news.okezone.com yang memberitakan bahwa “DPRD Solo Ungkap pasar Klewer Terancam

Mati, Kondisinya Memprihatinkan. Observasi peneliti menemukan hal yang serupa dimana pedagang mengeluhkan Pasar Klewer sangat sepi. Sugeng selaku pedagang di baju di Pasar Klewer mengatakan Lokasi Pasar ini sangat strategis dan dekat dari pusat kota. Di dalam pasar pedagang juga mengeluhkan bahwa sinyal di lokasi pasar sangat lemah sehingga pedagang juga tidak dapat melakukan penjualan secara online. Selain itu, adanya tempas air hujan di sisi selatan dan utara gedung pasar ini juga membuat pembeli enggan masuk ke pusat perbelanjaan. Dimasa Pandemi ini, masyarakat lebih banyak melakukan kegiatannya di rumah. Besarnya potensi penyebaran virus Corona di pusat perbelanjaan atau Pasar Tradisional membuat orang enggan berbelanja karena aktivitas masyarakat lebih banyak berada dalam rumah. Sehingga meskipun lokasi pasar tradisional strategis masyarakat tetap enggan untuk berbelanja. Sehingga Lokasi pasar tradisional yang strategis tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh pedagang di pasar tradisional di Indonesia.

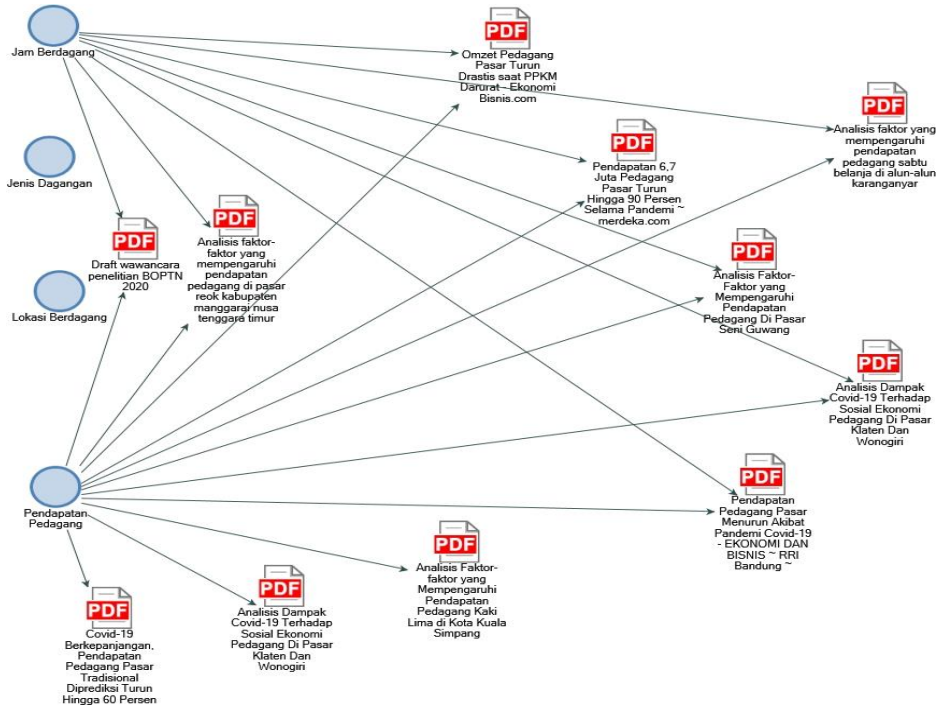


Gambar 4. 25
Variabel Lokasi

4. Pengaruh Jam Berdagang, Jenis Dagangan dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Indonesia

Penelitian ini menemukan bahwa jam berdagang, jenis dagangan, dan lokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar Tradisional di Indonesia. Secara menyeluruh, Pandemic Covid 19 sangat berdampak terhadap pendapatan pedagang pasar Tradisional di Indonesia. Adanya pandemi Covid 19 membuat perubahan jam berdagang yang awalnya sebelum pandemic Covid 19 pedagang berdagang selama 7-10 jam dalam sehari kini dengan peraturan pemerintah Pusat, Kota maupun Kabupaten, jam perdagangan di persempit dibawah 7 jam dalam sehari. Terkait dengan jenis dagangan, mayoritas pedagang enggan

untuk mengganti barang dagangannya dengan barang kebutuhan yang dibutuhkan saat pandemic namun demikian, ada juga beberapa pedagang baru yang muncul yang menyediakan kebutuhan dalam melindungi diri seperti adanya pedagang masker dadakan, pedagang susu bear brand dadakan dan pedagang jamu dadakan yang notabenenya sebelumnya pedagang tersebut adalah seorang buruh atau karyawan. Hal ini terjadi karena adanya buruh pabrik yang dirumahkan sehingga buruh-buruh tersebut harus memberanikan diri berdagang untuk mendapatkan penghasilan dalam memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Seperti halnya yang terjadi pada Bapak bejo yang mengaku baru 4 bulan berdagang masker karena tempat ia bekerja merumahkan dirinya. Kegiatan berdagang secara kaki lima memang tidak diperlukan suatu pendidikan khusus yang diperlukan adalah ketekunan dan ketrampilan dalam mencari peluang usaha terutama yang menyangkut jenis barang dagangan dan modal tentunya. Dalam usaha berdagang secara kaki lima dan dengan modal yang rata-rata sedikit, jumlah tenaga kerja yang banyak memang tidak diperlukan. Oleh karena itu kebanyakan pedagang kaki lima apalagi pada pasar yang insidental menjaakan barang dagangannya secara mandiri. Bersamaan dengan itu banyak pedagang dadakan yang berdatangan untuk menjajakan barang dagangannya secara kaki lima. Banyaknya jumlah pedagang tentu akan mempengaruhi pendapatan mereka, karena persaingan yang semakin ketat, untuk itu maka diperlukan suatu kondisi khusus dari para pedagang untuk dapat mencari peluang dan menarik konsumen agar supaya barang dagangannya laku dan mendapatkan keuntungan yang optimal. Keuntungan dagang bagi pedagang kaki lima adalah merupakan bagian dari pendapatannya.



Gambar 4. 27
Variabel Jam berdagang, Jenis dagangan, Lokasi terhadap
Pendapatan

Gambar 4. 27 memperlihatkan hasil koding antara variable jam berdagang dikoding dengan artikel, wawancara, berita dari internet, youtube dan foto-foto yang telah dikoding memperlihatkan bahwa jam berdagang memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang, pedangan yang lebih awal membuka dagangannya memiliki pendapatan yang lebih baik dari pada pedagang lain.

Novelty:

1. Adanya variabel jam brdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, dikarenakan massa pandemi yg mengakibatkan adanya kebijakan ppkm sehingga operasional jam berdagang dibatasi
2. Menggunakan alat analisis mix method, nvivo dan smart pls. Dimana kedua alat analisis tersebut menghasilkan hasil yg sejalan yaitu, variabel jam berdagang berpengaruh terhadap pendapatan

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai Dampak Pandemi Covid 19 terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional di Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel 52 responden, dari berbagai Lokasi Pasar yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Adapun novelty pada penelitian ini ialah 1. Adanya variabel jam berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, dikarenakan massa pandemi yg mengakibatkan adanya kebijakan ppkm sehingga operasional jam berdagang dibatasi 2. Menggunakan alat analisis mix method, nvivo dan smart pls. Dimana kedua alat analisis tersebut menghasilkan hasil yg sejalan yaitu, variabel jam berdagang berpengaruh terhadap pendapatan. Sementara itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Jam berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia.
2. Jenis dagangan tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar Tradisional di Indonesia
3. Lokasi tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar Tradisional di Indonesia
4. Jam berdagang, jenis dagangan, dan lokasi berpengaruh simultan terhadap pendapatan pedagang pasar Tradisional di Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
Diharapkan dapat melakukan penelitian dengan jumlah responden yang lebih banyak. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengujian dengan model yang lebih dikembangkan, sehingga hasil penelitian dapat lebih memberi gambaran yang lebih baik.

2. Bagi Pedagang Pasar

Diharapkan pedagang pasar dapat berjualan dengan memanfaatkan media sosial yang dimiliki seperti Instagram, telegram, facebook, WhatsApp, dll. Selain itu pedagang juga dapat memanfaatkan platform-platform seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia, dan platform lainnya karena seiring perkembangan teknologi perdagangan di saat ini tidak harus mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung namun dapat dengan memanfaatkan platform yang ada. Sehingga pedagang dapat berjualan kapanpun dan dimanapun. Selanjutnya dimana pandemic ini pedagang juga bisa menjual dan menambahkan dagangannya yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat dimasa pandemic seperti masker, vitamin, susu, face shield, handsanitizer dan lain sebagainya sehingga pendapatan pedagang dapat maksimal.

3. Bagi pemerintah Kota/Kabupaten

Diharapkan pemerintah Kota/Kabupaten maupun Dinas Perindustrian Kabupaten menyediakan fasilitas dalam mendukung pelaksanaan operasional pasar seperti menyediakan tempat-tempat cuci tangan dengan jarak per 10 meter, disertai dengan sabun pencuci tangan. Selain itu, pemerintah Kota/Kabupaten juga dapat mengawasi pelaksanaan protocol kesehatan di pasar Tradisional sehingga pembeli tidak khawatir terkena virus Corona. Selanjutnya pemerintah Kota/Kabupaten perlu untuk mewajibkan setiap pedagang mengikuti tertib vaksinasi 1 dan 2 sehingga pedagang dapat terlindungi oleh virus Corona.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin Badan Pusat Statistik, *Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi 2019*, dalam [www. bps.go.id](http://www.bps.go.id), 2019
- Artaman, Dewa Made Aris, *Analisis Faktor-factoryang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Di Kabupaten Gianyar*, Tesis Program Pascasarjana Universitas Uduyana Denpasar, 2015
- Bandur,Agustinus, *Penelitian Kualitatif Studi Multi Disiplin Keilmuan dengan Nvivo* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019
- Basrowi. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Pineka Cipta, 2008
- Bazeley, Patricia, and Kristi Jackson. *Qualitative Data Analysis with NVivo*. Edited by
- Boediono, *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi no.1 Ekonomi Mikro*, Yogyakarta, BPFE, 1982
- Charmaz, K. *Constructing Grounded Theory*. A practical guide through qualitative analysis. London: 2007 Sage Publications
- Chintia, Wuri Ajeng dan Ida Bagus Darsana, *Analisis Pendapatan Pedagang Di Pasar Jimbaran Kelurahan Jimbaran*, E-Jurnal EP Unud, Vol 2 No. 6, 2013
- Colander. *Economics*, USA: Richard D.Irwin.Inc, 1995
- D. Adhikari. *Informal Street Food Trade: A Source of Income Generation in Urban Nepal*. Ecomonic Journal of Development Issues, Vol. 23 & 24, No. 1 – 2, Hal. 1 –17. 2017
- Departemen Pendidikan Nasional, *KBBI Pusat Bahasa, Edisi Keempat*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011
- Firmania, Faham, Karnowahadi dan Inayah, *Effect of Capital, Location, and Length of Business on Traders' Revenue in Traditional Market Post-Revitalization (Study on the Market Legi of Parakan, Temanggung Regency)*, Jurnal Admisi dan Bisnis, Vol. 21 No 2 tahun 2020
- Geladi and Kowalski. *Partial Leasrt Squares Regression: A tutorial Analytica Chimica Acta*,1986
- Gitiyarko, Vincentius, *Upaya dan Kebijakan Pemerintah Indonesia Menangani Pandemi Covid 19*, dalam berita online www.kompas.com, diposting pada 22 juni 2020

- Gozali, Imam, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3*, Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. 2014
- Guswah, *Pasar Badung, Pasar Tradisional Terbesar di Bali*, dalam <https://www.denpasarkota.go.id/berita/baca/17592> di publis pada 23 November 2020.
- Hair, Joseph F, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Second Edition. Kennesaw State University, USA 2017
- Hanum, Nurlaila, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simping*, Jurnal Samudra Ekonomika, Vol 1 No 1, 2017
- Harahap, Isnaini. *Hadis-hadis Ekonomi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2015
- Harahap, Suci Ramadhani, “*Pengaruh Jam Kerjadan Imbalan Terhadap Produktivitas KerjaKaryawan.*” (Program Studi Strata 1 Manajemen Ekstensi Universitas Sumatra Utara, Medan, 2014
- HC, R. Heru Kristanto , *Kewirausahaan Entrepreneurship, Pendekatan Manajemen dan Praktik*,
- Humas Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *Protokol Kesehatan 5M dan Kesehatan Imun untuk Hadapi Covid 19*, dalam berita online www.djkn.kemenkeu.go.id, diposting pada 24 Juni 2021
- Humas Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, *Penerapan PPKM Untuk Mengendalikan Laju Covid 19 dan Menjaga Kehidupan Masyarakat*, dalam Siaran pers www.ekon.go.id, diposting pada Juli 2021
- Humas Solo, The Sirit if Java, Pasar Gedhe Harjonagoro, <https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/destinations/pasar-gedhe-harjonagoro/>
- Huriyati,Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h.55
- Isni, Atun Nur, *Pengaruh Modal, Lokasi Usaha dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan*
- John Creswell, *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mix Method: Research Design Jai Seaman*. 2007

- Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis*, Gilingan: Bumi Aksara, 2009
- Kase, Marce Sherly, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kota Kupang*, Jurnal Ekonomi pembangunan Vol 5 No.3 September 2020
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2006
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Principal of Marketing*, Edisi 8, Prentice-hall, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2001
- Kuncoro, *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: UPP, 1994
- Longnecker, Justin G., *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Mankiw, Gregory N. *Pengantar Ekonomi Mikro*, Jakarta: Salemba 4, 2008
- Muryati, Akhmadi, Nurhayati, & Parsiem, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Jalan Gajah Mada Muara Bulian Kabupaten Batang Hari*. Jurnal Citra Ekonomi, Vol 1 No. 2, 2015
- Muttaqin, Hidayatullah, *Pandemi Covid 19, Disrupsi dan Digitalisasi Pasar Tradisional*, dalam <https://iesp.ulm.ac.id>, diposting pada 02 Maret 2021
- Nawawi, Handari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1987
- Nisa, Khairun, M. Sahnan, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di pasar Kecamatan Pangkatan*, Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik Volume 3, No 1, Juli 2021
- Nugroho, Novemy Triyandari, Indah Wahyu Utama, *Pengaruh Modal, Lokasi, Usaha dan Kondisi Tempat Berdagang Terhadap Pendapat Pedagang (Studi Kasus Pada Pasar Kartasura Kabupaten Sukoharjo)*, Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan, 2020
- Pande, Irvan Triananda Perdana dan Ni Putu Martini Dewi, *Pengaruh Jam Kerja, Jenis Dagangan Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Desa Pakraman Padangsambian*, Jurnal EP Unud, vol. 9 No. 12, 2018

- Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta), 2016
- Pratama, Rheza, *Pengaruh Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar*, Jurnal Mitra Manajemen, Vol 2, No. 3, 2018
- Puspasari, Endang, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Keramik*, Jakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi UI, 2007
- Putong, Iskandar. *Economics Pengantar Mikro dan Makro*, Jakarta: Mutia, 2013
- Qardhawi, Yusuf, *Peran Nilaidan Moral dalam Perekonomian Islam*, Jakarta: Rabbani Press, 2004
- Ridwan, M , dkk. *Ekonomi Pengantar Mikro & Makro Islam*, Bandung: Cita Pustaka Media, 2013
- Sarwoko, Edi, *Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern Supermarket Dan Hypermarket Terhadap Usaha Ritel*, Jurnal Pengkajian Koperasi Dan UKM 2008
- Setya, Devi, *Ini 5 Pasar Induk Terbesar di Indoensia, Ada Aceh hingga Solo*, dalam website <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5092000/ini-5-pasar-induk-terbesar-di-indonesia-ada-di-aceh-hingga-solo>, Di publish pada 14 Juli 2020
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*, Edisi ke-5, Bandung:Alfabeta, 2014
- Sukirno Sadono. *Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada 1994
- Sumarsono, Sonny, *Ekonomi Sumber Daya Manusia & Ketenagakerjaan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003
- Suryananto, Galih, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Konveksi Studi Kasus Pasar Godean Sleman*, Yogyakarta, Skripsi Fakultas EKonomi UII, 2017
- Sutedjo, Agus, *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Keliling Di Kelurahan Kedurus Kota Surabaya*, Jurnal Geografi, Vol 19, No.1 (2021)
- Syahrum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Cita Pustaka Media, Bandung: 2012

- Tarigan, Robinson, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h.147
- Undang-Undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, Pasal 77 ayat (1) Wacana Media, 2013
- Wibowo, Ana Fatma Fitriani, dkk, Pendapatan Pedagang Kaki Lima dan Faktor yang Mempengaruhi, *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* Vol. 2, No. 2, April 2021
- Widi, Hendriyono, Pasar Tradisional, Setahun Lebih mengaruhi Pandemi, dalam berita online <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/07/01/pasar-tradisional-setahun-lebih-mengarungi-pandemi/> di posting pada 1 Juli 2021
- Wulan, S., & Fransisca. Hubungan persepsi konsumen tentang lokasi usaha dengan keputusan pembelian pada UD Sinar Fajar Cabang Antasari di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 4., No. 1., Hal. 109 – 125, 2013
- Wulandari, Christie Mei, Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember, *Jurnal IlmuEkonomi* Vol 1 Jilid 2/2017
- Wulandari, Dinda, Omset PEdagang Pasar Tradisional Anjlok 40 Persen Saat Pandemi Covid 19, dalam berita online www.ekonomibisnis.com, pada 29 Juli 2020
- Yuniman, Andreas, *Analisa Perkembangan Pasar*. URL: www.bibsonomy.org. diakses pada 11 Januari 2017

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Angket Penelitian
2. Wawancara
3. Word Cloud
4. Claster Analysis
5. Word Tree
6. Comparison Jam Berdagang
7. Comparison Jenis dagangan
8. Comparison Lokasi
9. Comparison Pendapatan
10. Comparison Jam Berdagang, Jenis Dagangan, Lokasi terhadap Pendapatan
11. Hasil Outer
12. Hasil Bootroping
13. Dokumentasi foto

ANGKET PENELITIAN
DAMPAK PANDEMI COVID 19 TERHADAP PENDAPATAN
PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI INDONESIA

Identitas Responden

- Nama :
- Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
- Umur : a. <20 Tahun d. 41-50 Tahun
 b. 21-30 Tahun e. 51-60 Tahun
 c. 31-40 Tahun f. >60 Tahun
- Pekerjaan : a. SD e. S1
 b. SMP f. S2
 c. SMA g. S3
 d. D3
- Masa Berdagang : a. 0-5 Tahun d. 20-25 Tahun
 b. 5-10 Tahun e. 25-30 Tahun
 c. 10-15 Tahun f. >30 Tahun
 d. 15-20 Tahun
- Jam Berdagang Sebelum Pandemi Covid 19:
 a. <49 jam (<7 jam/hari) d. 63-70 jam (9-10 jam/hari)
 b. 49-56 jam (7-8 jam/hari) e. 70-77 jam (10-11 jam/hari)
 c. 56-63 jam (8-9 jam/hari) f. 77-84 jam (11-12 jam/hari)
- Jam Berdagang Dimasa Pandemi Covid 19:
 a. <49 jam (<7 jam/hari) d. 63-70 jam (9-10 jam/hari)
 b. 49-56 jam (7-8 jam/hari) e. 70-77 jam (10-11 jam/hari)
 c. 56-63 jam (8-9 jam/hari) f. 77-84 jam (11-12 jam/hari)
- Pendapatan Perbulan Sebelum Pandemi Covid 19:
 a. <Rp 5.000.000 f. Rp 25.000.000-Rp 30.000.000
 b. Rp 5.000.000-Rp 10.000.000 g. Rp 30.000.000-Rp 35.000.000
 c. Rp 10.000.000-Rp 15.000.000 h. Rp 35.000.000-Rp 40.000.000
 d. Rp 15.000.000-Rp 20.000.000 i. >Rp 40.000.000
 e. Rp 20.000.000-Rp 25.000.000
- Pendapatan Perbulan Dimasa Pandemi Covid 19:
 a. <Rp 5.000.000 f. Rp 25.000.000-Rp 30.000.000
 b. Rp 5.000.000-Rp 10.000.000 g. Rp 30.000.000-Rp 35.000.000
 c. Rp 10.000.000-Rp 15.000.000 h. Rp 35.000.000-Rp 40.000.000

Ketentuan Pengisian Angket :

1. Angket ini merupakan angket penelitian murni dan tidak ada tendensi apapun kecuali hanya untuk kepentingan ilmiah semata.
2. Angket penelitian ini berbentuk angket pernyataan dengan pilihan “Sangat Setuju (SS)”, “Setuju (S)”, “Kurang Setuju (KS)”, “Tidak Setuju (TS)”, “Sangat Tidak Setuju (STS)”.
3. Pengisian angket dilakukan dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom pilihan,
4. Identitas responden akan dijamin kerahasiaannya.
5. Kejujuran dan keterbukaan responden sangat diharapkan untuk menjaga kualitas objektivitas dan validitas hasil penelitian.

1. Jam Kerja (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Sesuai nya pemilihan waktu yang dilakukan pedagang di pasar akan meningkatkan pembelian					
2	Waktu berdagang berkaitan dengan jumlah dan jenis barang yang dijual					
3	Lebih lama jam berdagang akan mempengaruhi banyak nya barang dagangan yang laku					
4	Berdagang harus di awal waktu agar banyak yang pembeli					
5	Tidak ada nya hari libur berdagang akan membuat semakin banyak peningkatkan pembelian barang					

6	Tidak adanya hari libur berdagang akan menurunkan kinerja penjual					
7	Libur di hari besar atau nasional sangat menurunkan pendapatan penjualan					
8	Tetap berdagang di hari besar atau nasional sangat menguntungkan penjualan					
9	Berdagang dengan waktu kurang lebih 8 jam kerja atau lebih					
10	Berdagang sampai larut malam mempengaruhi keamanan penjualan					

2. Jenis Dagangan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menjual barang yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan					
2	Menjual barang yang menarik akan meningkatkan daya tarik pelanggan					
3	Barang yang tidak terkenal tidak akan dibeli pelanggan					
4	Barang yang tidak berkualitas akan menurunkan pendapatan penjualan					
5	Barang yang terkenal sangat di incar oleh para pembeli					

6	Terdapat beragam jenis dagangan yang unik akan meningkatkan minat pembeli					
7	Semakin banyak barang dagang yang ditawarkan maka semakin besar pendapatan yang diterima					
8	Pembeli mengutamakan membeli jenis barang konsumtif					
9	Menyediakan beragam jenis barang akan mempengaruhi minat pembelian					
10	Barang branded meskipun mahal tetap dibeli banyak pelanggan					

3. Lokasi Berdagang (X3)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Strategisnya lokasi pasar akan mempengaruhi minat pembeli					
2	Sesuai jangkauan akses pembeli menuju lokasi dagang					
3	Lokasi dagang harus ditempat yang sering dilewati banyak orang					
4	Adanya fasilitas untuk para pembeli seperti mushola, toilet, kantin dan wifi.					
5	Memberikan tempat untuk parkir yang memadai					

6	Keamanan dan kebersihan harus diperhatikan dilokasi dagang					
7	Menghindari lokasi penjualan barang sejenis					
8	Pada saat larangan berkerumunan saat ini lebih baik berpindah dagang di market place atau online					
9	Lokasi harus terhindar dari banjir					
10	Lokasi harus sejuk dan harum					

4. Pendapatan (Y1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kondisi pasar juga sangat mempengaruhi jumlah pendapatan					
2	Sesuai nya pendapatan yang diterima dengan lokasi yang dipilih pedagang					
3	Waktu yang dipilih pedagang menentukan tinggi rendahnya pendapatan					
4	Sesuai nya pendapatan yang diterima dengan jenis barang dijual pedagang					
5	Lama nya usaha yang dijalankan menjadikan usaha memiliki pelanggan tetap sehingga					

	meningkatkan pendapatan					
6	Meningkatkan jumlah barang dagangan akan meningkatkan jumlah pendapatan					
7	Kesesuaian barang dagang yang dijual pada saat musiman akan meningkatkan pendapatan					
8	Tercapainya target penjualan disetiap harinya					
9	Pendapatan akan lebih meningkat pada saat hari-hari besar seperti Hari Raya dan lain-lain					
10	Terdapat pengaruh jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang					

DRAFT WAWANCARA

WAWANCARA 1

Wawancara di Pasar Tradisional Pasar Klewer

1. Assalamualaikum wr.wb, selamat pagi bapak, Saya Lathief dan ini teman saya bu Nurlaila dan bu Nurbaiti kami dari kampus UIN Sumatera Utara Medan. Ingin mewawancarai ibu, dalam rangka penelitian. Mohon maaf boleh tau nama bapak siapa?
Narasumber : Ardi
2. Bagaimana situasi pasar di masa pandemic Covid 19?
Narasumber : Situasi pasar di masa pandemic Covid 19 sangat sepi mbak
3. Berapa lama bapak berdagang di pasar ini?
Narasumber : Saya sudah 11 tahun berdagang di sini
4. Bagaimana pendapatan bapak selama masa pandemic ini pak?

Narasumber : Pendapatan saya menurun drastis mbak, menutupin modal pun susah, karena PPKM dan corona ini, orang takut ke pasar..

5. Kenapa tidak menjual masker pak atau kebutuhan lain yang dibutuhkan disaat pandemic pak?

Narasumber : Saya gak punya pengalaman yang cukup menjual barang jenis lain dan modal jugas sudah tidak ada. Ini saja sepi dek

WAWANCARA 2

Wawancara di Pasar Tradisional Pasar Gede

1. Assalamualaikum wr.wb, selamat pagi ibu, Saya Lathief dan ini teman saya bu Nurlaila dan bu Nurbaiti kami dari kampus UIN Sumatera Utara Medan. Ingin mewawancarai ibu, dalam rangka penelitian. Mohon maaf boleh tau nama ibu siapa?

Narasumber : Hilma

2. Bagaimana situasi pasar di masa pandemic Covid 19?

Narasumber : Sepi mbak tapi ya Alhamdulillah karena saya jualn sembako jadi masih terus ada pembeli

3. Berapa lama bapak berdagang di pasar ini?

Narasumber : Saya sudah 25 tahun berdagang di sini

4. Bagaimana pendapatan bapak selama masa pandemic ini pak?

Narasumber : Pendapatan saya turun sikit saja mbak Karen akan saya jualan sembako. Sembako kan selalau dibutuhkan mbak

5. Kenapa tidak menjual masker pak atau kebutuhan lain yang dibutuhkan disaat pandemic pak?

Narasumber : jika beralih ke jenis dagangan lain seperti masker dan lain-lain itukan musiman dan itu sudah banyak dijual di apotik, saya juga tidak tau pemasok utama masker dan alat kesehatan itu dari mana

WAWANCARA 3

Wawancara di Pasar Tradisional Pasar Demangan

1. Assalamualaikum wr.wb, selamat pagi bapak, Saya Lathief dan ini teman saya bu Nurlaila dan bu Nurbaiti kami dari kampus UIN Sumatera Utara Medan. Ingin mewawancarai ibu, dalam rangka penelitian. Mohon maaf boleh tau nama bapak siapa?
Narasumber : Sugeng
2. Bagaimana situasi pasar di masa pandemic Covid 19?
Narasumber : masa pandemic Covid 19 sangat sepi mbak, padahal Lokasi Pasar ini sangat startegis dan dekat dari pusat kota, tapi masyarakat gak berani ke pasar takut Corona
3. Berapa lama bapak berdagang di pasar ini?
Narasumber : Saya sudah 7 tahun berdagang di sini
4. Bagaimana pendapatan bapak selama masa pandemic ini pak?
Narasumber : Pendapatan saya menurun drastis dek, menutupin modal pun susah, karena PPKM dan corona ini, orang takut ke pasar.
5. Kenapa tidak menjual masker pak atau kebutuhan lain yang dibutuhkan disaat pandemic pak?
Narasumber : Uda banyak x saingan buk, disini mau juaaln online pun susah sangat lemah sehingga pedagang juga tidak dapat melakukan penjualan secara online

WAWANCARA 4

Wawancara di Pasar Tradisional Pasar Kosambi

1. Assalamualaikum wr.wb, selamat pagi bapak, Saya Lathief dan ini teman saya bu Nurlaila dan bu Nurbaiti kami dari kampus UIN Sumatera Utara Medan. Ingin mewawancarai ibu, dalam rangka penelitian. Mohon maaf boleh tau nama bapak siapa?
Narasumber : Bejo
2. Bagaimana situasi pasar di masa pandemic Covid 19?
Narasumber : Sepi lah buk
3. Berapa lama bapak berdagang di pasar ini?
Narasumber : Saya masih 4 bulan
4. Bagaimana pendapatan bapak selama masa pandemic ini pak?
Narasumber : Saya masih baru buk, sejauh ini Alhamdulillah pendapatan saya lumayan buk.
5. Sebelumnya bapak bekerja dimana?
Narasumber : Saya buruh pabrik buk, tapi saya di rumahkan. Ini sudah jalan 5 bulan saya tidak bekerja lagi makanya saya berdagang masker ini buk.
6. Apakah banyak pelanggan pak dengan jualan masker?
Narasumber : Alhamdulillah lumayan buk, tapi banyak saingan memang buk.

WAWANCARA 5

Wawancara di Pasar Tradisional Bringharjo

1. Assalamualaikum wr.wb, selamat pagi bapak, Saya Lathief dan ini teman saya bu Nurlaila dan bu Nurbaiti kami dari kampus UIN Sumatera Utara Medan. Ingin mewawancarai bapak, dalam rangka penelitian. Mohon maaf boleh tau nama bapak siapa?
Narasumber : Ali, saya staf Dinas Perindustrian dan perdagangan di sini buk.
2. Bagaimana situasi pasar di masa pandemic Covid 19?
Narasumber : Situasi pasar di masa pandemic Covid 19 sangat sepi karena jam berdagang pedagang dibatasi oleh pemerintah kota/kabupaten
3. Apa kebijakan pemerintah daerah dan dinas perindustrian dan perdagangan mengatasi penyebaran Virus Corona?
Narasumber : Total ada 10 Pasar tradisional di wilayahnya yang dibatasi operasionalnya selama masa pembatasan sosial berskala besar (PSBB) namun demikian kesadaran pedagang untuk menerapkan protokol kesehatan masih rendah. Hal ini disebabkan masih banyak pedagang pasar yang tidak menggunakan masker dan menyediakan hand sanitizer di toko/warungnya
4. Berapa lama jam berdagang yang diperbolehkan
Narasumber : Sejauh ini, pedagang masih tetap menjual barang dagangannya yang biasa dijualnya, yang jual pakainya masih tetap menjual pakaian, yang jual daging masih tetap berjualan daging, yang berjualan pernak pernik masih tetap jualan pernak pernik. Tapi ada akhir-akhir ini pedagang baru yang bermunculan menjual masker keliling dan faceshield keliling
5. Apakah ada penyempitan ruang atau lokasi berdagang di sini pak
Narasumber : Sejauh ini tidak ada, cuman jarak antar pedagang saja yang dibatasi, kalau lokasinya masih tetap tidak ada yang berubah

WAWANCARA 6

Wawancara di Pasar Tradisional Al mahirah Aceh

1. Assalamualaikum wr.wb, selamat pagi ibu, Saya Lathief dan ini teman saya bu Nurlaila dan bu Nurbaiti kami dari kampus UIN Sumatera Utara Medan. Ingin mewawancarai ibu, dalam rangka penelitian. Mohon maaf boleh tau nama ibu siapa?
Narasumber : Cut
2. Ibu sudah berapa lama berjualan sayuran ?
Narasumber : ya saya sudah hampir 36 tahun mas dagang di pasar ini
3. Apakah Ibu berjualan disini saja ?
Narasumber : iya saya berjualan disini saja
4. Bagaimana menurut Ibu tentang daya beli masyarakat di pasar ini ?
Narasumber : jauh menurun. Semenjak pandemi covid 19 ini sangat sedikit pembeli yang datang ke pasar ini.
5. Menurut Ibu harga bahan pokok saat ini termasuk terjangkau?
Narasumber : ya terjangkau sih menurut saya , tapi sekarang cabai dan lain lain lagi naik
6. Gimana pendapat Ibu tentang harga sayur mayaur di pasar?
Narasumber : ya harganya standarlah , cukup buat kantung kantung ibu ibu rumah tangga
6. Apa penghasilan Ibu saat ini terus menurun atau menaik ?
Narasumber : ya tidak tentu kadang naik kadang turun namanya juga orang orang dagang tapi semenjak pandemi ini penghasilan sangat jauh menurun
7. Apakah bahan sayur mayur saat ini yang Ibu jual itu susah di dapat ?
Narasumber : kadang susah si soalnya pengempul di pasar induk tidak tentu ada bahan sayurannya , soalnya cuacah lagi ga tentu nah disitu kadang ada lonjakan ke naikan harga
8. Jam berapa ibu mulai berjualan di pasar ini ? dan sampai jam berapa ibu berjualan di pasar ini ?
Narasumber : Pasar ini buka mula dari jam 5 subuh mas, kadang saya berjualan sampai jam 12 siang
9. Apakah penghasilan Ibu cukup untuk kebutuhan sehari hari Ibu ?
Narasumber : alhamdulillah cukup , tapi kadang pas pasan juga tergantung omsetnya mas

10. Kesulitan apa yang Ibu dapatkan saat berdagang ?
Narasumber : ya kesulitannya kadang harganya tidak tentu dari pasar induk kalo harga lagi naik saya susah buat jualnya.

WAWANCARA 7

Wawancara di Pasar Tradisional Kosambi Bandung

1. Assalamualaikum wr.wb, selamat pagi ibu, Saya Lathief dan ini teman saya bu Nurlaila dan bu Nurbaiti kami dari kampus UIN Sumatera Utara Medan. Ingin mewawancarai ibu, dalam rangka penelitian. Mohon maaf boleh tau nama ibu siapa?
Narasumber : Warsiah
2. Ibu sudah berapa lama berjualan sayuran ?
Narasumber : ya saya sudah hampir 30 tahun mas dagang di pasar ini
3. Apakah Ibu berjualan disini saja ?
Narasumber : iya saya berjualan disini saja mas
4. Bagaimana menurut Ibu tentang daya beli masyarakat di pasar ini ?
Narasumber : jauh menurun, mas. Semenjak pandemi covid 19 ini sangat sedikit pembeli yang datang ke pasar ini.
5. Menurut Ibu harga bahan pokok saat ini termasuk terjangkau?
Narasumber : ya terjangkau si mas menurut saya , tapi sekarang cabai dan lain lain lagi naik
6. Gimana pendapat Ibu tentang harga sayur mayaur di pasar?
Narasumber : ya harganya standarlah mas , cukup buat kantung kantung ibu ibu rumah tangga
7. Apa penghasilan Ibu saat ini terus menurun atau menaik ?
Narasumber : ya tidak tentu kadang naik kadang turun namanya juga orang orang dagang mas tapi semenjak pandemi ini penghasilan sangat jauh menurun
8. Apakah bahan sayur mayur saat ini yang Ibu jual itu susah di dapat ?
Narasumber : kadang susah si soalnya pengempul di pasar induk tidak tentu ada bahan sayurannya , soalnya cuacah lagi ga tentu nah disitu kadang ada lonjakan ke naikan harga mas
9. Jam berapa ibu mulai berjualan di pasar ini ? dan sampai jam berapa ibu berjualan di pasar ini ?
Narasumber : Pasar ini buka mula dari jam 4 subuh mas, kadang saya berjualan sampai jam 1 siang

10. Apakah penghasilan Ibu cukup untuk kebutuhan sehari hari Ibu ?
Narasumber : alhamdulillah cukup mas , tapi kadang pas pasan juga tergantung omsetnya mas
11. Kesulitan apa yang Ibu dapatkan saat berdagang ?
Narasumber : ya kesulitannya kadang harganya tidak tentu mas dari pasar induk kalo harga lagi naik saya susah buat jualnya. Karena sayuran didatangkan dari lembang,yang menempuh jarak sekitar 2 jam dari sini.

WAWANCARA 8

Wawancara di Pasar Tradisional di Bali

1. Assalamualaikum wr.wb, selamat pagi ibu, Saya Lathief dan ini teman saya bu Nurlaila dan bu Nurbaiti kami dari kampus UIN Sumatera Utara Medan. Ingin mewawancarai ibu, dalam rangka penelitian. Mohon maaf boleh tau nama ibu siapa?
Narasumber : Ani Lestari
2. Ibu sudah berapa lama berjualan sayuran ?
Narasumber : ya saya sudah hampir 35 tahun mas dagang di pasar ini, dulu pasar ini tidak seperti ini. Pasar ini pernah kebakaran kemudian sudah direnovasi.
3. Apakah Ibu berjualan disini saja ?
Narasumber : iya saya berjualan disini saja mas
3. Bagaimana menurut Ibu tentang daya beli masyarakat di pasar ini ?
Narasumber : jauh menurun, mas. Semenjak pandemi covid 19 ini sangat sedikit pembeli yang datang ke pasar ini.
4. Menurut Ibu harga bahan pokok saat ini termasuk terjangkau?
Narasumber : ya terjangkau si mas menurut saya , tapi sekarang cabai dan lain lain lagi naik
5. Gimana pendapat Ibu tentang harga sayur mayaur di pasar?
Narasumber : ya harganya standarlah mas , cukup buat kantung kantung ibu ibu rumah tangga
6. Apa penghasilan Ibu saat ini terus menurun atau menaik ?
Narasumber : ya tidak tentu kadang naik kadang turun namanya juga orang orang dagang mas tapi semenjak pandemi ini penghasilan sangat jauh menurun
7. Apakah bahan sayur mayur saat ini yang Ibu jual itu susah di dapat ?

- Narasumber : kadang susah si soalnya pengempul di pasar induk tidak tentu ada bahan sayurannya , soalnya cuacah lagi ga tentu nah disitu kadang ada lonjakan ke naikan harga mas
8. Jam berapa ibu mulai berjualan di pasar ini ? dan sampai jam berapa ibu berjualan di pasar ini ?
Narasumber : Pasar ini buka mula dari jam 5 subuh mas, kadang saya berjualan sampai jam 12 siang
 9. Apakah penghasilan Ibu cukup untuk kebutuhan sehari hari Ibu ?
Narasumber : alhamdulillah cukup mas , tapi kadang pas pasan juga tergantung omsetnya mas
 10. Kesulitan apa yang Ibu dapatkan saat berdagang ?
Narasumber : ya kesulitannya kadang harganya tidak tentu mas dari pasar induk kalo harga lagi naik saya susah buat jualnya.

WAWANCARA 9

Wawancara di Pasar Tradisional Pingit Jogjakarta

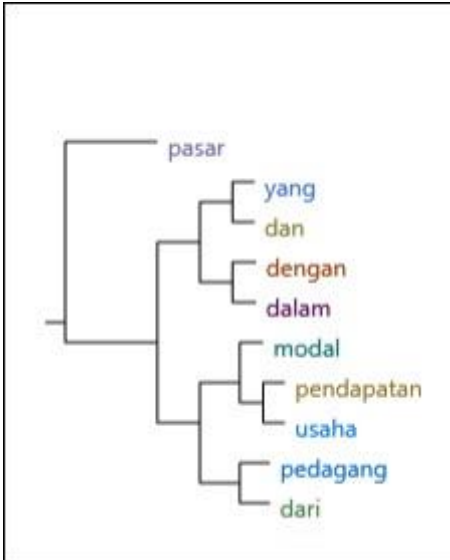
1. Assalamualaikum wr.wb, selamat pagi ibu, Saya Lathief dan ini teman saya bu Nurlaila dan bu Nurbaiti kami dari kampus UIN Sumatera Utara Medan. Ingin mewawancarai ibu, dalam rangka penelitian. Mohon maaf boleh tau nama ibu siapa?
Narasumber : Sukinem
2. Ibu sudah berapa lama berjualan sayuran ?
Narasumber : ya saya sudah hampir 20 tahun mas dagang di pasar ini
3. Apakah Ibu berjualan disini saja ?
Narasumber : iya saya berjualan disini saja mas
4. Bagaimana menurut Ibu tentang daya beli masyarakat di pasar ini ?
Narasumber : jauh menurun, mas. Semenjak pandemi covid 19 ini sangat sedikit pembeli yang datang ke pasar ini.
5. Menurut Ibu harga bahan pokok saat ini termasuk terjangkau?
Narasumber : ya terjangkau si mas menurut saya , tapi sekarang cabai dan lain lain lagi naik
6. Gimana pendapat Ibu tentang harga sayur mayaur di pasar?
Narasumber : ya harganya standarlah mas , cukup buat kantung kantung ibu ibu rumah tangga
7. Apa penghasilan Ibu saat ini terus menurun atau menaik ?
Narasumber : ya tidak tentu kadang naik kadang turun namanya juga orang orang dagang mas tapi semenjak pandemi ini penghasilan sangat jauh menurun

8. Apakah bahan sayur mayur saat ini yang Ibu jual itu susah di dapat ?
Narasumber : kadang susah si soalnya pengempul di pasar induk tidak tentu ada bahan sayurannya , soalnya cuaca lagi ga tentu nah disitu kadang ada lonjakan ke naikan harga mas
9. Jam berapa ibu mulai berjualan di pasar ini ? dan sampai jam berapa ibu berjualan di pasar ini ?
Narasumber : Pasar ini buka mula dari jam 5 subuh mas, kadang saya berjualan sampai jam 12 siang
10. Apakah penghasilan Ibu cukup untuk kebutuhan sehari hari Ibu ?
Narasumber : alhamdulillah cukup mas , tapi kadang pas pasan juga tergantung omsetnya mas
11. Kesulitan apa yang Ibu dapatkan saat berdagang ?
Narasumber : ya kesulitannya kadang harganya tidak tentu mas dari pasar induk kalo harga lagi naik saya susah buat jualnya.

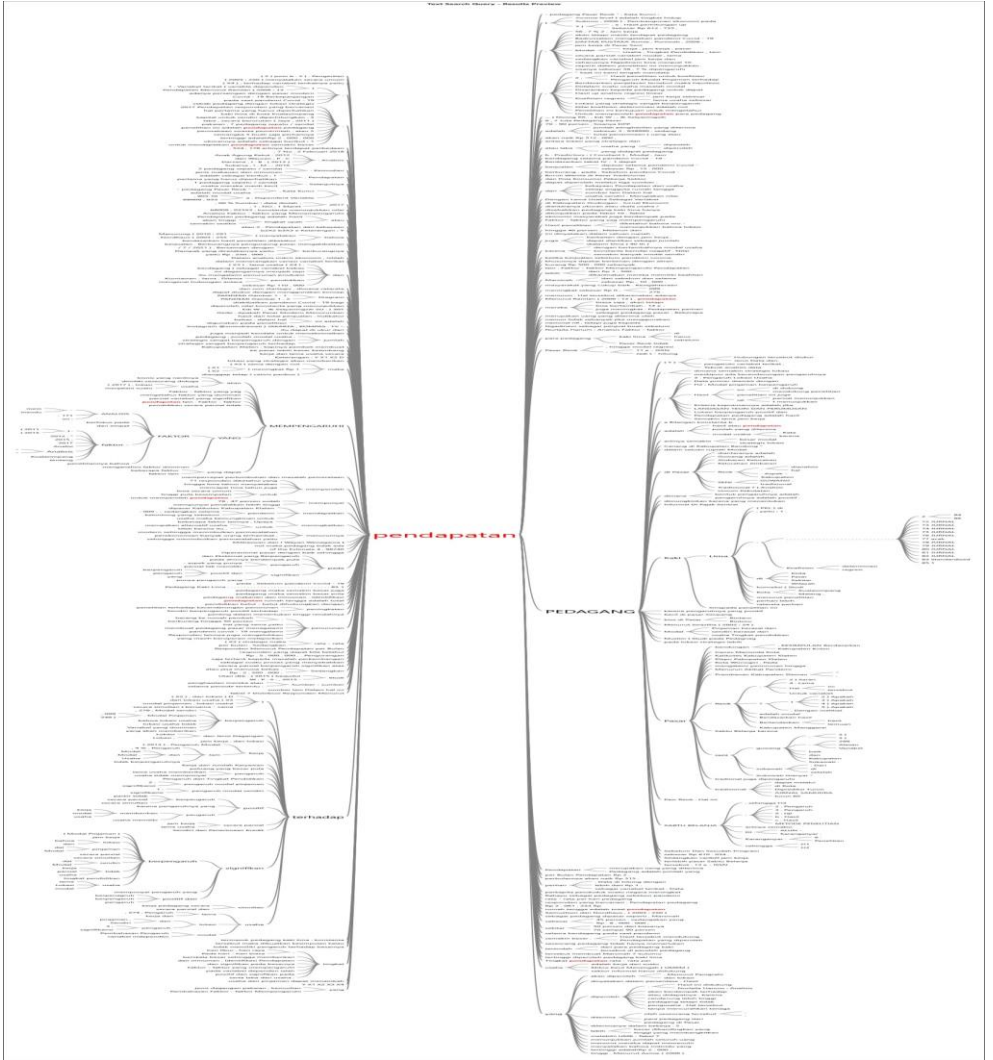
Word Cloud



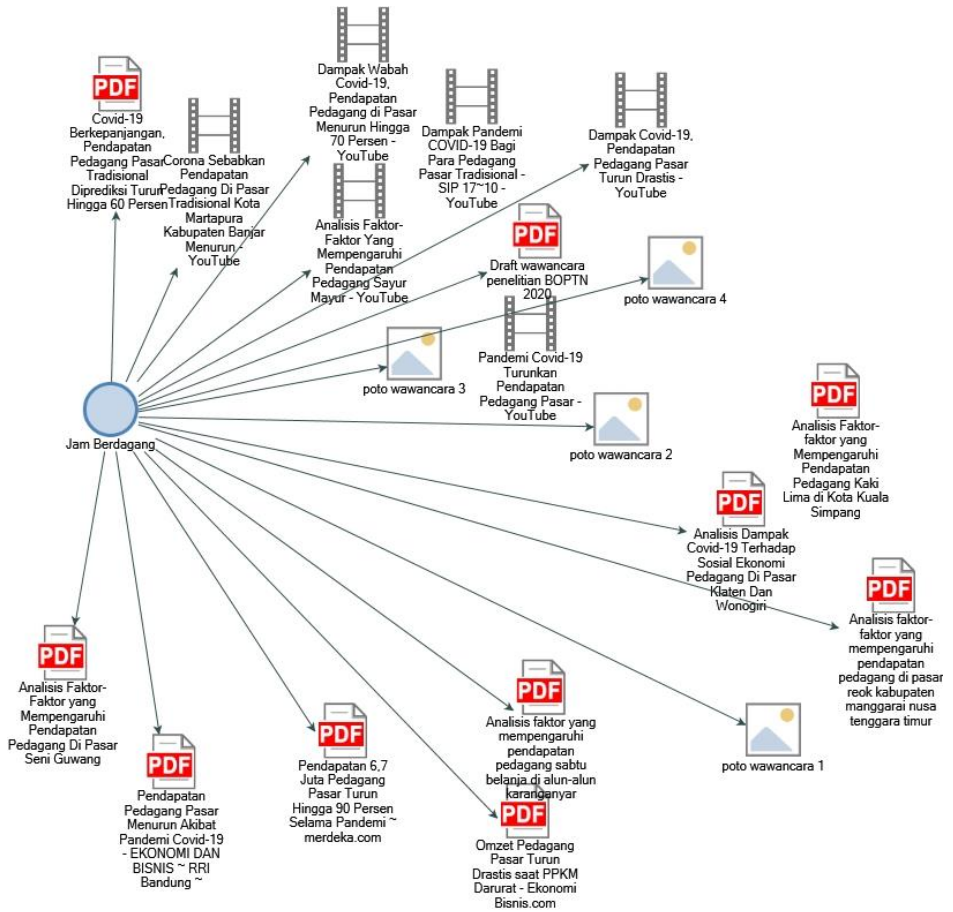
Cluster Analisis



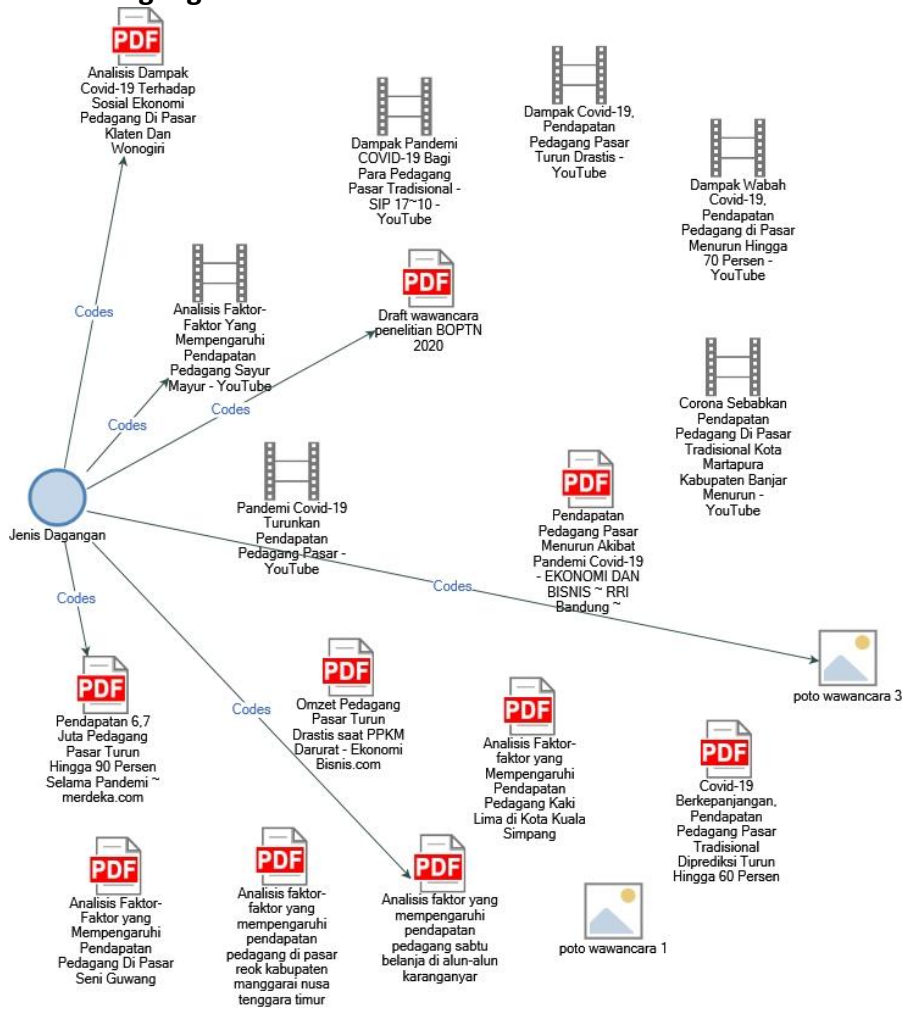
Word Tree



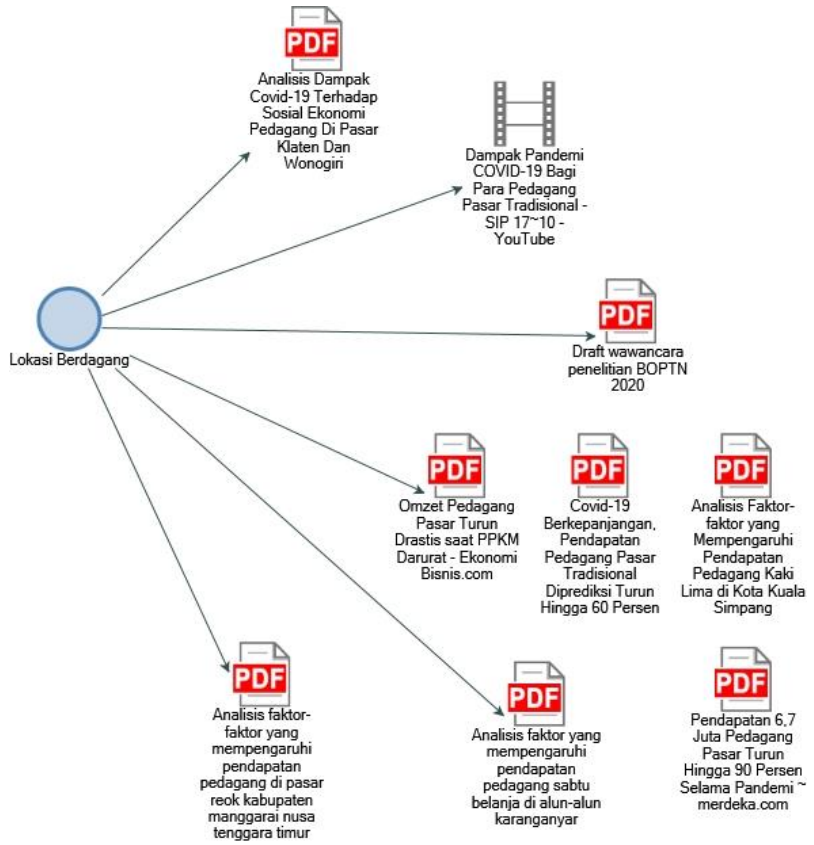
Variabel Jam Berdagang



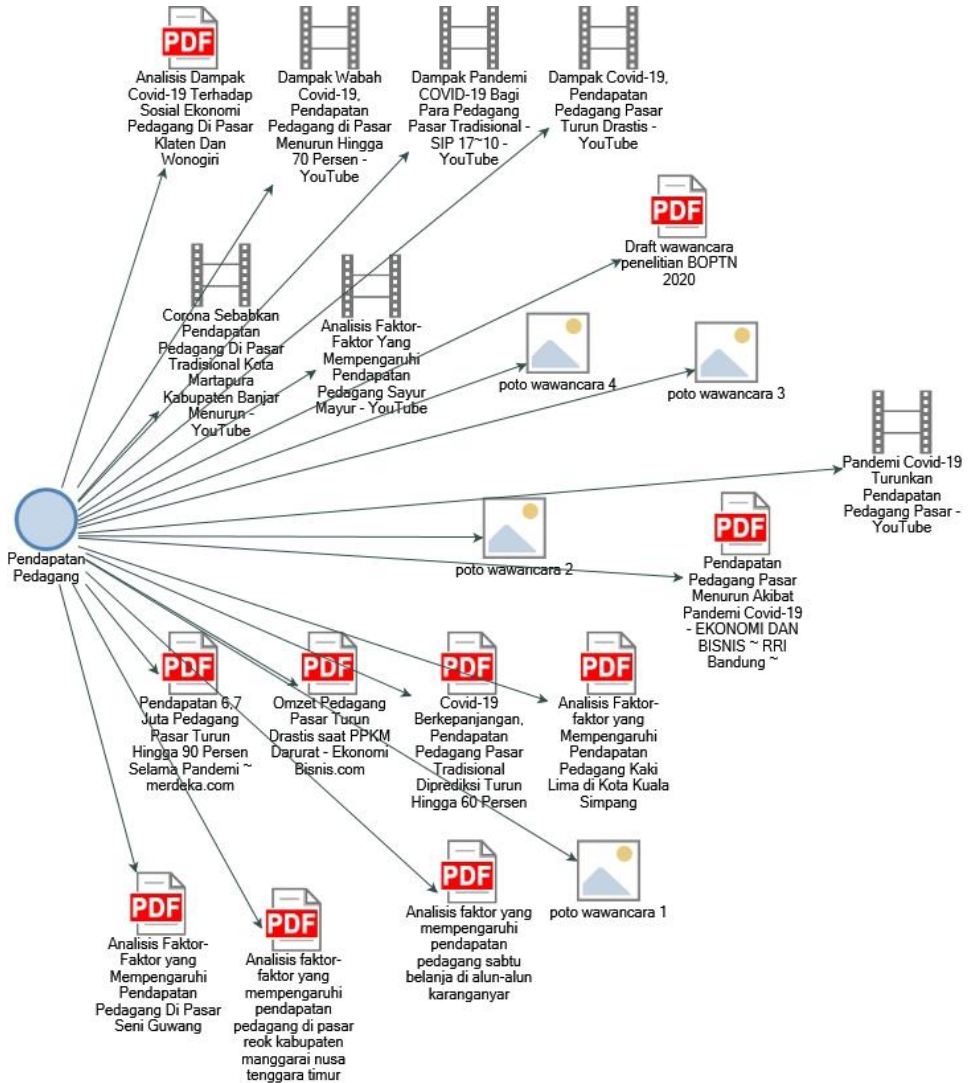
Variabel Jenis Dagangan



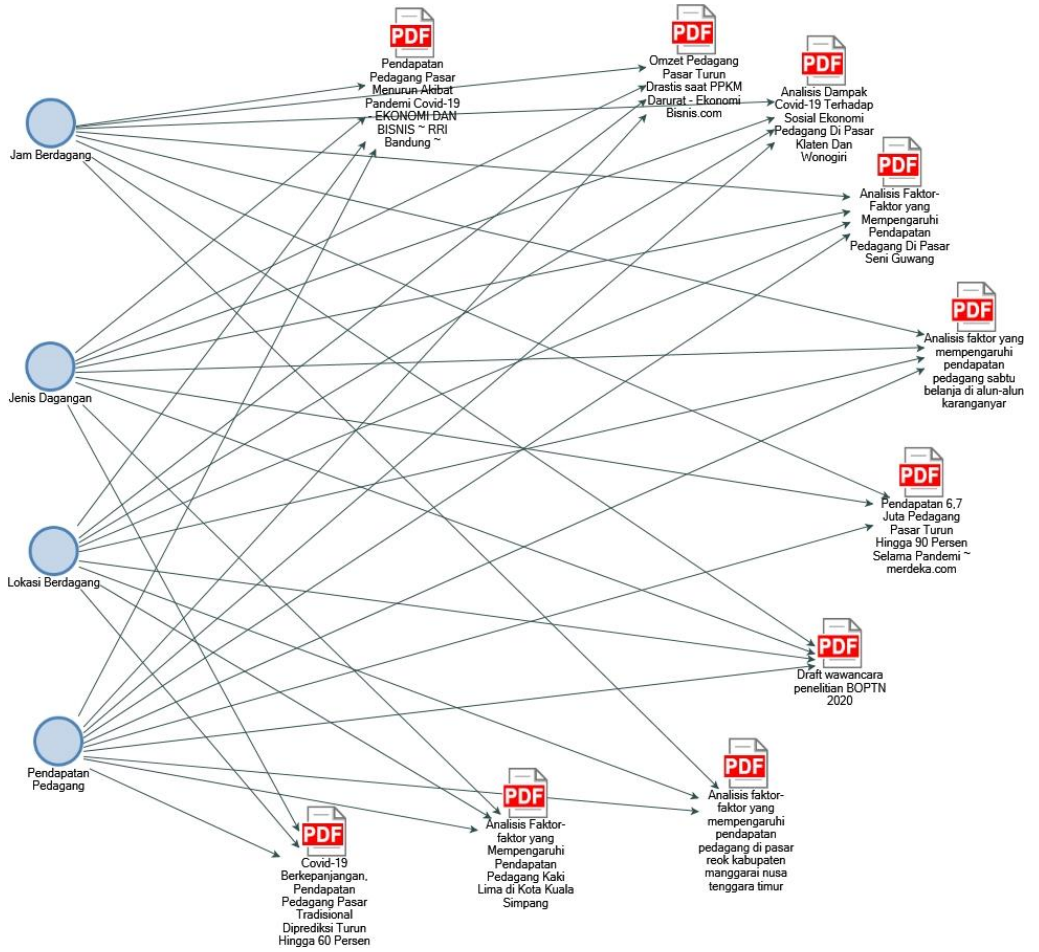
Variabel Lokasi



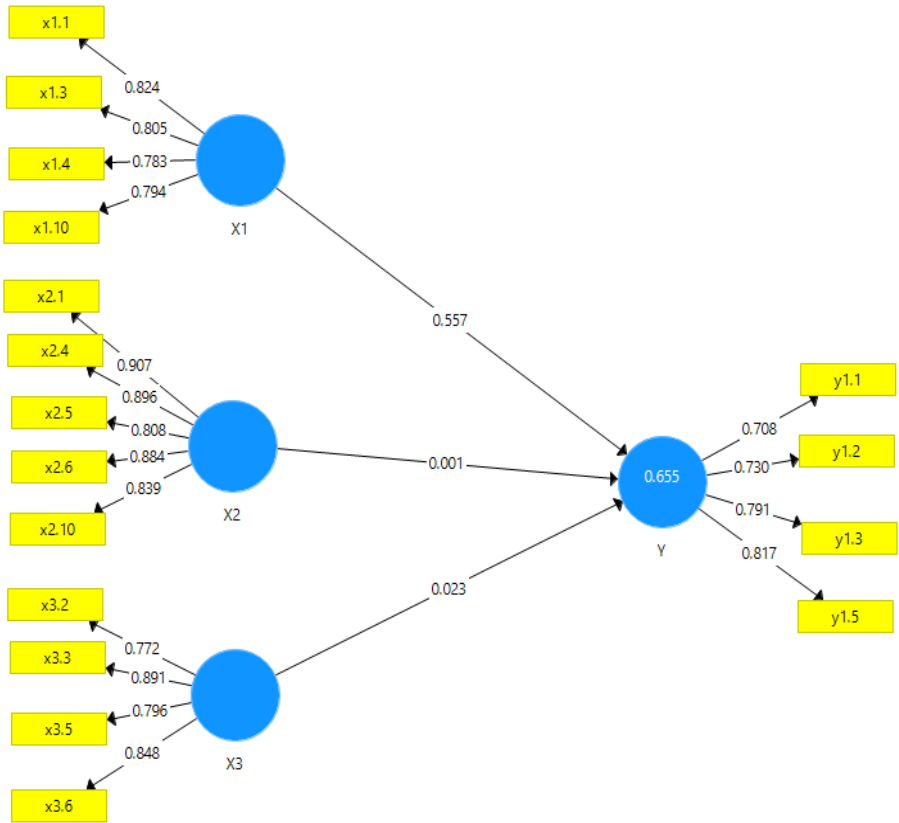
Variabel Pendapatan



Variabel Jam berdagang, jenis dagangan, lokasi dan Pendapatan



Hasil Output Olah data Smart PLS 3.3. 2021



Hasil olah data menggunakan Bootripping

