

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perekonomian pasar atau bisa kita kenal adalah aktivitas pasar merupakan tempat dimana proses transaksi antara dua (2) orang yaitu pembeli dan penjual berlangsung, serta dimana tempat untuk mendapatkan kebutuhan dengan harga yang sesuai (Damsar,2002:14). Seiring berkembangnya zaman dan teknologi semakin maju, pasar bukan hanya tempat melakukan transaksi jual beli bagi masyarakat yang berada di wilayah sekitar pasar, sebenarnya pasar menjadi salah satu sarana penggerak perekonomian masyarakat yang diwujudkan dalam skala besar (Nidya, 2007:1). Pasar merupakan sebuah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli antara yang menjual dengan yang ingin membeli dan disinilah tempat yang menghadirkan budaya khas sehingga terbentuklah hubungan sosial, pasar merupakan lembaga yang berpengaruh bagi dinamika perekonomian kehidupan masyarakat, berbagai tindakan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli adalah suatu aktivitas ekonomi (Damsar. 2002: 83).

Pasar perbelanjaan modern, seperti telah menyudutkan keberadaan pasar tradisional di daerah-daerah, salah satunya di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Karena pasar tradisional di desa-desa Di Kabupaten Bantul merupakan pusat perekonomian bagi masyarakat sekitar. Selain sebagai pusat perekonomian, pasar tradisional juga sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan

sehari-hari. Dan setelah adanya pasar modern di berbagai tempat di daerah Kabupaten Bantul, masyarakat kini mulai meninggalkan pasar tradisional dan beralih untuk berbelanja di pasar modern. Hal ini disebabkan letak pasar modern berdekatan dengan pasar tradisional, akhirnya pedagang di pasar tradisional merasa tersaingi karena sebagian dari masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern.

Pasar modern mempunyai keunggulan dari pasar tradisional dapat kita lihat bahwa pasar modern bisa menjual produk yang lebih mahal dan produk yang relatif sama dengan pasar tradisional, pasar modern menjual beragam produk dan ditambah lagi dengan kenyamanan serta cara pembayarannya. Minimarket dan Supermarket mempunyai keunggulan kerja sama yang dengan bisa melakukan pemasokkan jangka waktu yang begitu lama. Kegiatan ini mereka lakukan untuk memperoleh efisiensi pemanfaatan yang lebih besar (Richard, 1991: 106). Berbagai macam pasar modern seperti, minimarket, maupun toko serba ada terdapat dimana-mana. Kebanyakan dari masyarakat kini lebih tertarik berbelanja di pasar modern terutama pada masyarakat menengah keatas, karena pasar modern mempunyai perbelanjaan yang nyaman, bersih, bagus. Pasar modern berkembang pesat hingga ke daerah-daerah yang mereka anggap sebagai peluang bisnis hingga dalam jangka waktu yang begitu singkat akan merugikan pelaku pasar tradisional karena konsumen lebih memilih berbelanja di pasar modern.

Hal seperti ini tentunya merupakan ancaman bagi seluruh pedagang-pedang di pasar tradisional yang merupakan golongan menengah kebawah.

Kita sebagai masyarakat Indonesia sudah sewajar dan seharusnya bisa mengantisipasi masalah-masalah tersebut. Kewajiban bagi pemerintah untuk menata dan mempertahankan pasar tradisional dimana pasar tradisional selama ini selalu identik dengan tempat belanja kumuh, bau serta becek sehingga hanya didatangi oleh kelompok masyarakat kelas bawah saja (Richard, 1991: 97). Dengan adanya pasar modern memiliki dampak tersendiri terhadap pasar tradisional, hal itu merupakan dampak negatif pada pasar tradisional. Contohnya seperti beralihnya jual beli di pasar tradisional, masyarakat lebih memilih belanja ke pasar modern. Dan bagi masyarakat adanya pasar modern telah memberi dampak positif yang memiliki kenyamanan tersendiri.

Pertumbuhan zaman akan mendorong munculnya pelaku usaha yang memperjualbelikan barang kebutuhan hidup untuk kebutuhan sehari-hari seperti pasar tradisional, diantaranya toko kelontong, pedagang keliling, toko grosir dan pasar modern. Kehadiran dan berkembangnya pasar modern di lingkungan masyarakat Yogyakarta menjadi tantangan baru bagi sebagian pasar tradisional. Di antara pesaing pasar tradisional lainnya, Pasar modern menghadirkan inovasi baik dari segi pelayanan terhadap konsumen maupun sarana dan prasarana modern yang terdapat di masing-masing pasar modern. Menurut Peraturan Daerah Provinsi Istimewa Yogyakarta Nomor 8 Tahun 2011 tentang Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, pasar modern merupakan pasar dengan sistem pelayanan mandiri dan menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket, mall, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Sistem

pelayanan mandiri pasar modern membuat konsumen lebih leluasa melihat komoditas dan harga komoditas pada masing-masing pasar modern. Selain itu, konsumen pasar modern dapat menjangkau barang yang akan dibelinya pada etalase yang terdapat di pasar modern untuk kemudian melakukan pembayaran pada kasir yang tersedia di masing-masing pasar modern.

Selain sistem pelayanan mandiri, pasar modern juga didukung dengan sarana dan prasarana diantaranya bangunan megah dan mewah, ruang belanja ber-AC, radioinformasi, lahan parkir yang luas, kafetaria, perbankan dan Anjungan Tunai Mandiri (ATM), hingga tersedianya ruang bermain anak (Malano, 2011). Hasil pengamatan terhadap ekspansi pasar modern di Kota Yogyakarta menunjukkan terdapat 3 kelompok pasar modern di Kota Yogyakarta. Pertama, pasar modern berskala lokal yaitu pasar modern yang hanya ada di lingkungan Yogyakarta diantaranya Moga Swalayan, Mirota Kampus Swalayan, Gardena Department Store, Galeria Mall, Malioboro Mall, dan Ambarukmo Plaza. Kedua, pasar modern berskala nasional yaitu pasar modern yang tidak hanya ada di Yogyakarta namun tersebar di berbagai wilayah di Indonesia diantaranya Minimarket Alfamart, Minimarket Indomaret, Matahari Department Store, Ramayana Department Store, dan Minimarket Post Shop. Ketiga, pasar modern berskala multinasional yaitu pasar modern yang tidak hanya terdapat di Indonesia namun di mancanegara diantaranya yaitu Minimarket Circle-K, Minimarket Seven Eleven, Giant Swalayan, Carrefour, dan Superindo.

Data Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertanian Kota Yogyakarta menunjukkan terjadinya kenaikan jumlah pasar modern secara terus

menerus dari tahun 2007 hingga tahun 2013 sebanyak 75 outlet (Sigit. 2013). Hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa jumlah pasar modern di Kota Yogyakarta tiap tahunnya terus bertambah pada tahun 2014 salah satunya ditunjukkan dengan berdirinya minimarket Post Shop yang berlokasi di Jalan Mayor Suryotomo, Kota Yogyakarta. Saat ini ekspansi pasar modern di Kota Yogyakarta menjadi tantangan terbesar bagi semua pasar tradisional, ekspansi pasar modern berdampak terhadap omset bagi pasar tradisional baik di Kota Yogyakarta maupun di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta lainnya.

Selain daripada itu, komoditi dalam persediaan barang maupun tampilan dengan adanya pasar modern tidak hanya memberi rasa aman dan nyaman kepada konsumen lebih dari itu adalah pelayanan akan barang-barang yang diperjual belikan memiliki kemasan yang menarik dan unik sehingga membuat penasaran para konsumen menjadi tergugah dengan adanya pasar modern tersebut. Maka, persaingan dengan pasar tradisional dalam menggaet konsumen akan terasa kental dan membuat para penjual memasang aling-aling dalam menghadapi persaingan antara pasar tradisional dan modern. Harapan masyarakat ketika adanya pasar modern akan merasa lebih baik dalam sistem jual beli karena memiliki lingkungan yang lebih baik dibandingkan pasar tradisional.

Dan secara otomatis kepercayaan masyarakat akan ketergantungannya terhadap pasar tradisional lambat laun akan hilang karena tertimbun oleh pasar modern yang bersifat lebih kreatif dalam menyajikan berbagai ragam barang sebagai bentuk persuasi atau ajakan kepada khalayak ramai bahwa penting sekali seorang konsumen dapat memanjakan diri dengan berbelanja dan pada saat itulah

awal muncul candu untuk menikmati keindahan berbelanja yang selama ini menjadi beban oleh kebanyakan masyarakat atas semua hal dalam kegiatan mereka yang selalu menjadikan beban. Berbeda dengan pasar modern bahwa semua menjanjikan dari segi barang yang ditawarkan juga dalam menikmati kenyamanan tersendiri ketika berbelanja di pasar modern dengan udara yang sejuk dan harum dengan ditampakkan berbagai produk yang berjejer rapih di rak-rak makanan atau hal yang lainnya. Maka, siapa yang tidak ingin masuk untuk dapat juga merasakan pesona baru dalam penampilan pasar modern.

Mengenai gambaran besar pasar tradisional seharusnya di ubah menjadi tempat perbelanjaan yang nyaman dan bersih sehingga nantinya masyarakat akan kembali tertarik berbelanja di pasar tradisional. Selain revitalisasi pasar, pemerintah seharusnya mampu melakukan pembatasan untuk didirikanya pasar modern. Pasar modern hanya diperuntukkan untuk kota-kota besar. Pengaruhnya adalah akan didaptkannya perimbangan perkembangan pasar modern dengan pasar tradisional.

Pada kenyataannya bahwa sebagian besar mata pencaharian masyarakat di Kabupaten Bantul adalah pedagang, PNS, pegawai swasta dan petani. Akan tetapi setelah adanya pergeseran seiring perkembangan zaman, yakni dengan banyaknya terjadi perubahan salah satunya yaitu hadirnya pasar modern (minimarket) di lingkungan pedesaan, telah mempengaruhi masyarakat. Salah satu pengaruh yang diakibatkan yaitu dari segi perilaku sosial (pola hidup) dan perekonomian masyarakat tersebut. Perubahan pada pola perekonomian terutama perilaku perekonomian secara individual nampak di kalangan masyarakat yang beralih dari

berbelanja di pasar tradisional dengan secara hemat, kini telah beralih dengan berbelanja di pasar modern (minimarket) dengan konsumtif.

Data AC Nielsen (Oktober, 2012) menunjukkan, pertumbuhan pasar tradisional di Indonesia minus 8%, sementara pertumbuhan pasar modern mencapai 31,4%. Di seantero tanah air, jumlah pasar tradisional sekitar 13.450 unit dengan lebih dari 12,6 juta pedagang. Total aset pasar tradisional mencapai Rp 65 triliun. Pasar modern di Kabupaten Bantul mulai marak berkembang sejak tahun 2006 terutama pasca gempa bumi. "Pembangunan supermarket dan minimarket di Kabupaten Bantul semakin bertambah, data terakhir menunjukkan bahwa terdapat 157 mini market, dengan radius antara satu minimarket dengan minimarket lainnya rata-rata hanya 2,5 km. Adanya peningkatan yang pesat dalam pembangunan mini market di Kabupaten Bantul setiap tahunnya berdampak pada perkembangan pasar tradisional." Jumlah pasar tradisional kabupaten Bantul tercatat ada 31 dan satu pasar seni. Dari data di atas dapat dilihat bahwa jumlah pasar di Kabupaten Bantul kurang dari setengah mini market yang ada di Kabupaten Bantul (Ekadewi, O.S. 2014).

Bantul merupakan salah satu daerah yang mempunyai aturan tentang pendirian dan penataan toko modern. Hal ini dibuktikan dengan adanya Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 16 Tahun 2010 tentang Pengelolaan Pasar dan Peraturan Bupati Bantul Nomor 12 Tahun 2010 tentang Penataan Toko Modern di Kabupaten Bantul. Dalam Peraturan-Peraturan tersebut dijelaskan

beberapa syarat dan aturan yang harus dipenuhi sejumlah pihak jika ingin mendirikan toko modern di Bantul. Adanya aturan-aturan tersebut merupakan salah satu upaya yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Bantul untuk terus menjaga eksistensi perekonomian lokal. Seperti melindungi keberadaan pasar tradisional dan pedagang kecil baik yang berjualan di pasar tradisional maupun toko-toko kecil. Ketentuan tersebut sejatinya tidak melarang pendirian toko/pasar modern di Bantul. Melainkan setiap elemen masyarakat di Bantul harus mematuhi peraturan yang ada seperti yang tertera pada Peraturan Daerah dan Peraturan Bupati yang ada jika ingin mendirikan toko modern.

Untuk mengantisipasi persaingan yang tidak seimbang antar pedagang di Bantul maka Pemerintah Kabupaten Bantul mengeluarkan Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 16 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan Pasaran dan Peraturan Bupati Kabupaten Bantul Nomor 34 Tahun 2011. Selain itu, juga melakukan penataan toko atau ritel modern. Penataan tersebut berupa peraturan lokasi dan jarak pendirian bagi ritel modern yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 16 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan Pasar.

Jarak pendirian toko modern dengan pasar tradisional yang ditetapkan oleh pemerintah Kabupaten Bantul adalah sebagai berikut :

- a. jarak pendirian minimarket dengan ukuran luas lantai penjualan di atas 75 (tujuh puluh lima) meter persegi dan semua minimarket berjejer paling dekat dalam radius 3.000 (tiga ribu) meter dari pasar tradisional;
- b. jarak pendirian minimarket dengan ukuran luas lantai penjualan sampai dengan 75 (tujuh puluh lima) meter persegi yang bukan minimarket berjejer paling dekat dalam radius 500 (lima ratus) meter dari pasar tradisional;
- c. jarak pendirian supermarket dan departemen store paling dekat dalam radius 3.000 (tiga ribu) meter dari pasar tradisional;
- d. jarak pendirian hypermarket dan perkulakan paling dekat dalam radius 5.000 (lima ribu meter) meter dari pasar tradisional; dan
- e. jarak pendirian toko modern pada wilayah perbatasan dengan Kabupaten/Kota lain, paling dekat dalam radius 1.000 (seribu) meter dari pasar tradisional Kabupaten/Kota di luar daerah.

Peraturan tersebut telah melindungi pasar tradisional, namun belum mengatur persaingan antar toko. Selain itu dalam pasal 2, ayat 2, Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 17 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Pasar,

Pasar modern sudah sangat menjadi dampak yang tidak sehat bagi keberlangsungan pasar tradisional sehingga dari Data hasil riset dari Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan

Universitas Gadjah Madan Lembaga Ombudsman Swasta Daerah Istimewa Yogyakarta tahun (2011) menunjukkan bahwa setiap minggunya pasar-pasar tradisional di Kota Yogyakarta mengalami penurunan omset hasil penjualan

sebesar 5,59%. Berdasarkan hasil perbandingan penjualan omset antara 3 sampai 4 tahun dan sesudah tahun 2007 dengan catatan pada tahun 2007 adalah awal kehadiran pasar modern di Kota Yogyakarta. Penurunan omset penjualan pasar tradisional dialami oleh seluruh lapisan pedagang dengan tingkatan jumlah omset yang dimiliki pedagang pasar tradisional yaitu:

Tabel 1.1. Prosentase Pedagang Pasar Tradisional yang Mengalami Penurunan Omset Berdasarkan Jumlah Kepemilikan Omset

Jumlah Omset Pedagang Pasar Tradisional	Jumlah Pedagang Pasar Tradisional yang Mengalami Penurunan Omset (%)
≤ Rp. 1.000.000,00	18%
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	16%
Rp. 2.000.000 - Rp. 5.000.000	23%
Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	6%
Rp. 10.000.000 - Rp. 20.000.000	14%
≥ Rp. 20.000.000	4%

Sumber: Studi Formulasi Kebijakan Perlindungan dan Model Pengembangan Pasar Tradisional di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta oleh Pusat Studi Kerakyatan Universitas Gadjah Mada

Dewasa ini ekspansi pasar modern semakin menimbulkan kekhawatiran bagi pasar tradisional Kota Yogyakarta. Pengalaman menghadapi penurunan omset dari tahun ke tahun pasca ekspansi pasar modern sejak tahun 2007 ditambah munculnya kecenderungan masyarakat untuk berbelanja di pasar modern. Hasil pengamatan menunjukkan pasar modern tidak hanya sebagai tempat pemenuhan kebutuhan pokok. Namun pasar modern menjadi tempat rekreasi dan prestise bagi masyarakat untuk memperoleh pengakuan maupun penerimaan dari masyarakat di lingkungan sosialnya. Kedua hal tersebut salah satunya mendominasi kehidupan mahasiswa di lingkungan Kota Yogyakarta di mana berbelanja kebutuhan hidup sehari-hari di pasar modern menjadi kebiasaan

mayoritas mahasiswa saat ini. Adanya stigma yang mengakar di masyarakat di mana pasar tradisional merupakan tempat berbelanja dengan segala resiko baik dari segi keamanan maupun kenyamanan juga turut mengkhawatirkan pasar tradisional dalam menghadapi ekspansi pasar modern yang notabene memberikan pelayanan yang lebih mengedepankan aspek kenyamanan dan keamanan bagi konsumen. Dari latar belakang masalah di atas, maka penulis dalam penelitian ini mengambil judul “EVALUASI DAMPAK KEBIJAKAN PEMBANGUNAN PASAR MODERN TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT LOKAL DI KABUPATEN BANTUL (Studi Kasus : Pasar Bantul di Kecamatan Bantul)”

1.2. Rumusan Masalah

Untuk memperjelas permasalahan yang harus dikaji, maka peneliti membuat atau merumuskan masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana dampak pembangunan pasar modern terhadap perekonomian masyarakat lokal di sekitar Pasar Bantul?
2. Bagaimana respon masyarakat terhadap keberadaan pasar modern di sekitar Pasar Bantul?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penulis mengadakan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dampak pembangunan pasar modern terhadap perekonomian masyarakat lokal Kabupaten Bantul
- b. Untuk mengetahui respon masyarakat terhadap keberadaan pasar modern

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua :

1. Secara Teoritis
 - a. Untuk memberikan kontribusi penelitian dalam bidang ilmu sosial dan politik khususnya dalam bidang ilmu pemerintahan

- b. Untuk mengetahui dampak adanya pembangunan pasar modern bagi masyarakat lokal
- c. Sebagai evaluasi mengenai kebijakan-kebijakan mengenai pasar modern

2. Secara Praktis

Untuk mengetahui secara realistis mengenai kondisi perubahan sosial di wilayah Kabupaten Bantul terutama pada aspek gaya hidup dengan adanya pembangunan pasar modern.

1.4. Tinjauan Pustaka

- 1) Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati pada Tahun (1999) tentang Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Swalayan Berdasarkan Pengamatan Prilaku Berbelanja di Kotamadya Bandung, menjelaskan bahwa kehadiran pasar swalayan belum sepenuhnya mampu menggantikan peran pasar tradisional karena hanya 17,72% pasar swalayan yang menjual barang kebutuhan pokok secara lengkap. Minat masyarakat untuk berbelanja cukup besar dan menunjukkan bahwa pasar tradisional adalah tempat berbelanja bahan pokok yang tidak tahan lama, sedangkan swalayan menyediakan bahan pokok yang tahan lama. Kesimpulannya adalah bahwa persaingan antara pasar tradisional dan pasar swalayan sangat ketat dalam segmen pasar. Nampak jelas bahwa pasar tradisional dalam perdagangan kebutuhan sehari-hari berkurang dengan kehadiran pasar swalayan, namun walaupun begitu, pasar swalayan belum mampu menggantikan posisi pasar tradisional.
- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Awan Santoso pada Tahun () yang berjudul tentang Model Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Koperasi Pasar : Studi Kasus di Kabupaten Bantul penelitian ini bertujuan untuk menemukan solusi atas berbagai permasalahan dengan membangun model pengelolaan pasar tradisional berbasis ekonomi kerakyatan, yang dioperasionalkan melalui koperasi pasar. Penelitian

ini menemukan bahwa kondisi dan kinerja pasar sangat berhubungan dengan model pengelolaan pasar. Pasar yang pengelolaannya semakin melibatkan peran utama pedagang akan semakin baik keadaannya dalam hal kebersihan, ketertiban, keuangan, partisipasi sosial, kebersamaan, kemajuan dan kesejahteraan pedagang.

- 3) Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dhenok Panuntun Tri Suci Asmawati pada Tahun () yang berjudul Pengawasan Layanan Publik Bidang Perekonomian mengemukakan bahwa pengawasan dan kontrol dilakukan untuk memastikan bahwa etika usaha yang diterapkan tidak melanggar usaha yang beretika, lebih konkritnya tidak melanggar peraturan perundang-undangan yang mengatur. Selain aturan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha, LO DIY juga melakukan pengawasan terhadap peranan pemerintah sebagai pengendali dan mengarahkan jalannya roda perekonomian.
- 4) Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hempri Suyatma yang berjudul Penguatan UMKM di Era Modernisasi mengemukakan bahwa dalam menghadapi berbagai tantangan di era modernisasi ini, ada beberapa strategi penguatan ekonomi lokal yang dapat dilakukan yaitu peningkatan daya saing usaha, penataan toko modern berjajaring waralaba, revitalisasi pasar rakyat dan pengembangan pasar bagi produk lokal, pengembangan kelembagaan ekonomi, pengembangan sentra kreatif dan optimalisasi pemanfaatan produk lokal.

- 5) Hasil penelitian yang dilakukan oleh Solfres pada Tahun (2002) tentang Perbandingan Pasar Tradisional (Wet Market) Dengan Pasar Modern Di Hongkong mengemukakan bahwa meskipun wet market tetap dominan, tetapi terjadi penurunan pangsa belanja konsumen ke wet market, tetapi tidak disebabkan oleh berkurangnya jumlah konsumen, melainkan oleh berkurangnya nilai belanja ke pasar tradisional. Pemicunya adalah strategi pemasaran pasar modern (terutama melalui program diskon)
- 6) Hasil penelitian kerjasama antara Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, Kementerian Koperasi dan UKM dengan PT Solusi Dinamika Manajemen (2005) menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern telah mengancam eksistensi pasar tradisional. Dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional adalah dalam hal penurunan omzet penjualan. Dengan menggunakan uji beda, hasil analisis menunjukkan bahwa dari 3 variabel yang diteliti, variabel omzet penjualan pasar tradisional menunjukkan perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah hadirnya pasar modern dimana omzet setelah ada pasar modern lebih rendah dibandingkan sebelum hadirnya pasar modern. Sedangkan variabel lainnya, yaitu jumlah tenaga kerja dan harga jual barang tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.
- 7) Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Suryadarma et al pada Tahun (2007) tentang Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang

Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia, dengan mengambil wilayah penelitian meliputi Jabodetabek dan Bandung. Hasil analisis melalui metode kuantitatif secara statistik tidak menemukan dampak signifikan pada pendapatan dan keuntungan, tetapi terdapat dampak signifikan supermarket pada jumlah pegawai pasar tradisional. Sedangkan temuan-temuan kualitatif menunjukkan bahwa kelesuan yang terjadi di pasar tradisional kebanyakan bersumber dari Endi Sarwoko, Dampak Keberadaan Pasar Modern masalah internal pasar tradisional yang memberikan keuntungan pada supermarket. Karena itu, untuk menjamin keberlangsungan pasar tradisional diperlukan perbaikan sistem pengelolaan pasar tradisional yang memungkinkannya dapat bersaing dan tetap bertahan bersama kehadiran supermarket..

- 8) Hasil Penelitian yang dilakukan Ni Made Winda Roosdiana Devi Tahun (2013) dengan Judul : Pasar Umum Gubug di Kabupaten Grobogan dengan Pengolahan Tata Ruang Luar dan Tata Ruang Dalam Melalui Pendekatan Ideologi Fungsionalisme Utilitarian. Hasilnya adalah tentang pembangunan ulang Pasar Umum Gubug di Kabupaten Grobogan yang mengalami kerusakan karena musibah kebakaran. Perancangan difokuskan pada penyelesaian permasalahan sirkulasi dengan pendekatan ideologi fungsionalisme utilitarian. Pengolahan dilakukan pada ruang dalam dan ruang luar bangunan.
- 9) Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Kristiana Pratiwi pada Tahun (2013) tentang Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan

Peremajaan Pasar Bringharjo Yogyakarta. Penulisan ini berisi tentang peremajaan pasar Bringharjo untuk menghilangkan kesan negatif berupa ketidaksesuaian penggunaan ruang dengan jumlah kegiatan dan jumlah ruang sehingga muncul kesan semrawut. Perancangan difokuskan pada keteraturan pengelolaan ruang dan penciptaan kenyamanan penghawaan dan pencahayaan ruang dalam pasar dengan mengacu pada prosedur konservasi bangunan cagar budaya dengan harapan akan menjadikan pasar Bringharjo menjadi kebanggaan dan panutan.

10) Hasil penelitian yang dilakukan oleh Maria Sekar Arum Dyah Astuti Tahun (2009) yang berjudul : Perencanaan dan Perancangan Pasar Seni di Muntilan. Penulisan ini berisi tentang penyediaan pasar untuk dapat menampung dan mengapresiasi seluruh kegiatan kerajinan dan kesenian yang ada di Muntilan. Perancangan dan Perencanaan Pasar Seni di Muntilan yang harmonis dan dinamis terinspirasi dari beberapa kata kunci benda seni antara lain kuat dan kokoh, berongga dan beruas-ruas, lembut, berserat halus, pejal dan kuat. Dari masing-masing karakter benda seni tersebut kemudian akan terwujud pengolahan massa bangunan dan bentuk atau ekspresi kios-kios benda seni.

11) Hasil penelitian yang dilakukan oleh Marlens Pratama pada Tahun (2011) tentang Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Pasar Tradisional Bantaran Sungai di Sintang Kalimantan Barat.

Menyimpulkan bahwa pengembangan dan penataan pasar tradisional di kawasan Lanting Sepadan dilakukan dengan mempertimbangkan bantaran sungai Kapuas. Dalam perancangan digunakan desain baru bangunan dan lingkungan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan perencanaan baru pada bantaran sungai melalui pendekatan adaptabilitas.

Dari beberapa hasil penelitaian di atas dapat peneliti jelaskan bahwa kehadiran pasar modern menimbulkan dampak yang sangat besar bagi pasar tradisional sehingga menimbulkan persaingan antara pasar tradisional dan pasar modern. Saat ini Pasar Tradisional di Kabupaten Bantul sedang mengalami penurunan omset dengan adanya pasar-pasar modern. Sehingga pada penelitian ini lebih fokus melihat fenomena Pembangunan Pasar Modern Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal Kabupaten Bantul. Sehingga peneliti akan fokus kepada misi dari pemerintah Kabupaten Bantul yang mana mengutamakan prinsip, dan konsep yang mendukung target pembangunan pasar tradisional.

1.5. Kerangka Dasar Teori

Dalam melakukan kegiatan penelitian, unsur yang paling penting adalah teori. Karena mempunyai peranan yang sangat besar dalam mencoba menjelaskan permasalahan atau fenomena yang ada. Menurut Koentjaningrat (1993) bahwa teori merupakan pernyataan yang mengacu sebab dan akibat atau mengenai gejala yang diteliti dari suatu atau beberapa faktor-faktor tertentu dalam masyarakat. Dengan demikian dalam penelitian ini akan dikemukakan teori-teori sebagai berikut:

1.5.1. Evaluasi Dampak Kebijakan

“Evaluasi merupakan tahap akhir di dalam proses kebijakan Lester dan Stewart (2000) menyatakan evaluasi kebijakan pada hakekatnya mempelajari konsekuensi-konsekuensi kebijakan publik Evaluasi kebijakan sebagai suatu aktivitas fungsional telah dilakukan sejak lama, sejak kebijakan publik mulai dikenal. Anderson (1979), berpendapat bahwa evaluasi kebijakan memusatkan perhatiannya pada estimasi, penilaian, dan taksiran terhadap implementasi (proses), dan akibat-akibat (dampak) kebijakan.” “Menurut Anderson dalam Irfan Islamy (1984:115) bahwa dampak kebijaksanaan tersebut mempunyai beberapa dimensi yaitu 1. Dampak kebijaksanaan yang diharapkan (intended consequences) maupun tidak diharapkan (unintended consequences) 2. Limbah kebijaksanaan terhadap situasi atau orang-orang (kelompok) yang bukan menjadi sasaran/tujuan utama dari kebijaksanaan tersebut 3. Dampak kebijaksanaan dapat terjadi atau berpengaruh pada kondisi sekarang atau kondisi yang akan datang” 4. Dampak kebijaksanaan terhadap “biaya” langsung atau direct costs 5. Dampak kebijaksanaan terhadap “biaya” tidak langsung (indirect costs)”

Dampak menurut Gorys Kerap dalam Otto Soemarwoto (1998:35), adalah pengaruh yang kuat dari seseorang atau kelompok orang di dalam menjalankan tugas dan kedudukannya sesuai dengan statusnya dalam masyarakat, sehingga akan membawa akibat terhadap perubahan baik positif maupun negatif. Sedangkan menurut Otto Soemarwoto (1998:43), menyatakan dampak adalah suatu perubahan yang terjadi akibat suatu aktifitas. Aktifitas tersebut dapat bersifat alamiah baik kimia, fisik maupun biologi dan aktifitas dapat pula dilakukan oleh manusia. Dampak menurut JE. Hosio (2007:57), adalah perubahan nyata pada tingkah laku atau sikap yang dihasilkan oleh keluaran kebijakan. Berdasarkan pengertian tersebut maka dampak merupakan suatu perubahan yang nyata akibat dari keluarnya kebijakan terhadap sikap dan tingkah laku. Sedangkan menurut Irfan Islamy (2001:115), dampak kebijakan adalah akibat-akibat dan konsekuensi-konsekuensi yang ditimbulkan dengan dilaksanakannya kebijakan.

Sementara menurut Langbein dalam Wibawa (1994:38), dimensi dampak disoroti oleh : 1. Waktu Dimensi ini merupakan dimensi yang penting terkait dengan kebijakan yang memberikan dampak sekarang dan yang akan datang. 2. Selisih antara dampak aktual dengan yang diharapkan “Evaluators perlu memperhatikan dampak-dampak yang tidak diinginkan dan bertentangan dengan yang diharapkan 3. Tingkat agregasi dampak Dampak yang dirasakan secara individual akan dapat mempengaruhi pada perubahan di masyarakat secara keseluruhan 4. Tipe dampak, yaitu : a. Dampak pada kehidupan ekonomi. b. Dampak pada proses pembuatan kebijakan. c. Dampak pada sikap publik d. Dampak pada kualitas kehidupan individu, kelompok, dan masyarakat yang bersifat non ekonomis.”

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa dampak adalah suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat dari suatu aktivitas atau tindakan yang dilaksanakan sebelumnya yang merupakan konsekuensi dari dilaksanakannya suatu

kebijakan sehingga akan membawa perubahan baik positif maupun negatif. Terkait dengan masalah pada penelitian ini maka dampak pada penelitian ini adalah suatu perubahan yang terjadi akibat dari adanya perubahan status antara pasar modern dan pasar tradisional. Melihat adanya dampak dapat dilakukan dengan membandingkan keadaan sebelum dan sesudah terjadi perubahan. Menurut Finsterbusch dan Motz dalam Tangkilisan (2003:28), menyatakan ada empat jenis evaluasi dampak berdasarkan kekuatan kesimpulan yang diperoleh yaitu:

- 1) Evaluasi single program after-only, dimana dalam hal ini evaluasi langsung pembuatan penilaian terhadap tindakan kebijakan (program).
- 2) Evaluasi single program before-after, dimana evaluasi ini dilakukan untuk menutupi kelemahan dari evaluasi single program after-only.
- 3) Evaluasi comparative after-only, dimana evaluasi ini dilakukan untuk menutupi kelemahan evaluasi yang kedua tapi tidak yang pertama.
- 4) Evaluasi comparative before-after, dimana evaluasi ini disusun untuk melakukan evaluasi dari dampak kebijakan.

Berdasarkan keempat desain evaluasi yang dipaparkan di atas, maka dalam penelitian ini desain evaluasi yang digunakan oleh penulis adalah comparative after-only, artinya evaluasi yang dilihat mengacu pada sesudah adanya program atau kebijakan.

1.5.2. Definisi Pasar Modern

1.5.2.1. Pasar Modern

Pasar Modern merupakan tempat penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga, termasuk kebutuhan sehari-hari dan sembilan bahan pokok, dimana penjualan dilakukan secara eceran dan dengan caraswalayan (konsumen mengambil sendiri barang dari rak

dagangan dan membayar ke kasir). Itulah sebabnya, pasar dengan format seperti ini disebut juga Pasar Swalayan.

Menurut Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pernyataan dari Basu Swasta dalam Kholis, dkk (1995:20) bahwa pasar ialah orang-orang yang memiliki keinginan untuk kepuasan uang digunakan untuk berbelanja, dan kemauan untuk memilih apa yang ingin dibeli. Pengkategorian antara pasar modern dan pasar tradisional sebenarnya baru ada saat pasar supermarket, hypermarket, swalayan dan sebagainya bermunculan.

Dari berbagai macam definisi di atas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pasar adalah tempat permintaan dan terjadinya penawaran. Dalam arti luas bisa diartikan antara permintaan dan tidak adanya penawaran, ini lebih condong pada arah pasar modern. Transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli disebut pasar. Transaksi sendiri diartikan oleh Skousen dan Stice (2007: 71) ialah proses pertukaran antara barang dan jasa baik dari pelaku organisasi, perusahaan-perusahaan maupun individu itu sendiri. Syarat terjadinya transaksi ialah ada pedagang, ada pembeli, adanya harga, dan ada barang yang akan diperjual belikan serta tidak ada paksaan dari pihak-pihak manapun.

1.5.2.2. Jenis Pasar Menurut Cara Transaksinya

Dilihat dari cara bertransaksi, ada 2 jenis pasar yang bisa dibedakan yaitu jenis pasar tradisional dan jenis pasar modern.

1. Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional ialah pasar yang dikelola dan dibangun oleh berbagai instansi antara Pemerintah pusat,

pemerintah daerah, pihak swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk hubungan kerjasama dengan pihak swasta dengan usaha berupa toko, kios, maupun los-los. Selanjutnya dari Perpres tersebut menjelaskan bahwa pasar tradisional juga boleh beralokasikan pada setiap jaringan jalan, termasuk jalan lingkungan dan jalan lokal dimana terdapat kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten baik itu pada lingkungan (perumahan) yang masih dalam kawasan kota/kabupaten sesuai otomon daerah masing-masing.

Pasar tradisional ialah pasar dengan manajemen yang secara tradisional dan lebih simpel dari pasar modern, pada umumnya pasar tradisional bisa dijumpai di pinggiran jalan perkotaan atau disekitar lingkungan perumahan. Sinaga (2004) menjabarkan bahwa macam-macam pasar tradisional adalah seperti; warung kios, warung rumah tangga, pedagang kakilima dll. Barang yang diperjual belikan pada pasar tradisional sama apa yang dijual pada pasar modern dan saat ini pasar tradisional lebih fokus pada barang-barang lokal dan jarang dijumpai barang-barang impor.

Model pasar tradisional sangatlah beragam jenisnya, dalam perkembangannya masing-masing pasar telah memantapkan peran, fungsi serta bentuknya. Bila biasanya pasar tradisional berfungsi sebagai pasar pengecer, kini pasar tradisional berkembang menjadi pasar pengumpul sementara sebagiannya menjadi pasar grosir. Pada pasar tradisional umumnya memiliki waktu periodik yaitu; pasar kliwon, pasar legi, pasar minggu, pasar pon dan sebagainya, tergantung dengan kebutuhan masyarakat akan kebutuhannya karena sejatinya pasar menjadi pemenuh kebutuhan masyarakat pada lingkungannya setempat.

2. *Pasar Modern*

Pasar modern ialah pasar yang manajemen dengan dikelola secara modern, dan dapat di temukan dikawasan perkotaan yang menyediakan barangdanjasa yang memberikan pelayanan yang nyaman kepada konsumennya. Pernyataan Sinaga (2004) dalam pemaparan makalahnya yang memuat pasar modern adalah supermarket, swalayan, toko kecil namun bernuansa modern. (Perda No.02/2009 Bab I mengenai Toko Modern). Barang-barang yang diperjualkan dipasar modern mempunyai jenis variasi baik berupa barang-barang impor maupun barang-barang lokal. Kelebihan pasar modern di percaya mempunyai kualitas barang yang leih relatif terjamin secara kuantitas.

Penyediaan barang dan jasa serta mutu pelayanan yang baik yang di peroleh oleh konsumen menyebabkan masyarakat beralih kepada pasar modern untuk kebutuhannya sehari-hari. Menurut pandangan Sinaga (2004) dalam pemaparan makalahnya pada BPN tentang Pengembangan Pasar Tradisional mengungkapkan bahwa pasar modern itu antara lain :

- a) Minimarket
- b) Convenience store
- c) Special store
- d) Supermarket
- e) Factory outlet
- f) Distro (Disribution Store)

- g) Pusat perbelanjaan yang terdiri dari Trade center dan Mall.
- h) Super store.
- i) Perkulakan atau gudang rabat
- j) Hipermarket.

Minimarket merupakan jenis pasar modern yang agresif memperbanyak jumlah gerai dan menerapkan sistem *franchise* dalam memperbanyak jumlah gerai. Dua jaringan terbesar Minimarket yakni Indomaret dan Alfamart juga menerapkan sistem ini. Kita dapat melihat di jalan-jalan, pertokoan bahkan kompleks rumah. Bahkan jarak antara Indomaret dan Alfamart banyak yang berdekatan hingga berdampingan. Keberadaan pasar modern tersebut, dengan zona yang sangat berdekatan, tentunya kian mengancam pelaku usaha ekonomi kecil seperti pedagang di pasar tradisional. Tujuan peritel minimarket dalam memperbanyak jumlah gerai adalah untuk memperbesar skala usaha (sehingga bersaing dengan skala usaha Supermarket dan Hypermarket), yang pada akhirnya memperkuat posisi tawar ke pemasok.

1.5.3. Perekonomian Masyarakat.

Ekonomi adalah aktivitas manusia yang berhubungan dengan distribusi, produksi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa. Ekonomi secara umum atau secara khusus adalah aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga (KBBI.2001). Ekonomi juga dikatakan sebagai ilmu yang menerangkan cara-cara menghasilkan, mengedarkan, membagi serta memakai barang dan jasa dalam masyarakat sehingga kebutuhan materi masyarakat dapat terpenuhi sebaik-baiknya. Kegiatan ekonomi dalam masyarakat adalah mengatur urusan harta kekayaan baik yang menyangkut kepemilikan, distribusi maupun pengembangan

(Sholahuddin. 2007). Manusia hidup dalam suatu kelompok yang membentuk suatu sistem. Sistem secara sederhana dapat diartikan sebagai interaksi, kaitan, atau hubungan dari unsur-unsur yang lebih kecil membentuk satuan yang lebih besar dan kompleksifatnya. Dengan demikian sistem ekonomi adalah interaksi dari unit-unit yang kecil (para konsumen dan produsen) ke dalam unit ekonomi yang lebih besar disuatu wilayah tertentu (Deliarnov.2009)

Adapun ekonomi masyarakat adalah sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan ekonomi masyarakat. Dimana ekonomi masyarakat sendiri adalah sebagian kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan masyarakat kebanyakan dengan cara swadaya mengelola sumber daya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan, yang selanjutnya disebut sebagai usaha kecil dan menengah (UKM) terutama meliputi sektor pertanian, perkebunan, peternakan, kerajinan, makanan dan sebagainya.

Untuk mengerti apa pokok persoalan ekonomi, kita berpangkal dari pada 2 (dua) pernyataan di bawah ini;

- a. Untuk dapat hidup layak, kita membutuhkan serta menginginkan hal-hal seperti : makanan dan minuman, pakaian untuk tubuh, rumah, obat-obatan, pendidikan, dan lain-lain. Apalagi keinginan (wants) boleh dibilang tak akan ada batasnya selagi manusia itu hidup.
- b. Sumber sarana dan alat-alat yang bisa digunakan dalam memenuhi sebagian kebutuhan manusia itu terbatas atau kurang. Artinya kurang dari apa yang masyarakat butuhkan sesuai kebutuhannya masing-masing baik berupa jumlah, bentuk dan macamnya.

Dari kedua pernyataan pokok tersebut timbullah persoalan ekonomi yaitu : bagaimana dengan berbagai sumber-dumber yang jenisnya terbatas yang bisa memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup masyarakat yang banyak dan beraneka ragam

itu. Pokok permasalahan tersebut bisa dihadapi oleh individu, ruang lingkup keluarga, perusahaan, koperasi, maupun bangsa dan negara sebagai keseluruhan, bahkan oleh dunia internasional. Untuk menanggapi persoalan itu, maka timbul kegiatan ekonomi seperti produksi, distribusi dan konsumsi, yang diatur oleh suatu cara berfikir dan cara bertindak yang disebut ekonomis atau menurut prinsip ekonomi (Gilarso. 2004).

Pokok persoalan ekonomi yang dihadapi oleh setiap keluarga adalah bagaimana dengan penghasilan yang masuk dapat mencukupi segala kebutuhan. Bagi setiap keluarga hal ini menjadi masalah. Entah karena penghasilan memang kecil dibandingkan dengan kebutuhan yang begitu banyak. Entah karena kebutuhannya begitu besar (atau ada kebutuhan mendadak) padahal penghasilannya tetap. Bisa juga karena tidak pandai mengatur uang walaupun sebenarnya penghasilannya cukup (Gilarso. 2004). Konkretnya penghasilan keluarga dapat bersumber pada:

- a) Usaha sendiri
- b) Bekerja pada orang lain
- c) Hasil dari milik

Sebetulnya besar kecilnya penghasilan sangat relatif dan tidak bisa dipakai sebagai ukuran yang pasti untuk makmur tidaknya suatu keluarga. Karena bisa terjadi penghasilannya besar tetapi masih juga hutang sana-sini. Sebaliknya walaupun penghasilannya kecil, tetapi cukup dan tidak punya hutang. Dan karena itu, keadaan ekonomi rumah tangga yang sehat tidak pertama-tama ditentukan oleh banyaknya penghasilan (uang), melainkan oleh kemampuan keluarga untuk bisa mengelola keuangan serta mengendalikan pengeluarannya (Gilarso. 2004).

Ibnu Khaldun telah memberikan definisi bahwa ilmu ekonomi adalah ilmu pengetahuan yang positif maupun normatif. Maksudnya mempelajari ekonomi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan bukan kesejahteraan individu. Prinsip dasar sistem ekonomi Islam sendiri secara garis besar dapat kita jelaskan antara lain sebagai berikut :

- a. Kebebasan Individu;
- b. Ketidak samaan ekonomi; ketidak samaan ekonomi tersebut di atur dalam batas-batas yang wajar tidak berlebihan dan harus adil.
- c. Hak terhadap harta;
- d. Jaminan bersosial; hak untuk hidup dimana tempat dia dilahirkan tidak memandang dia muslim atau non-muslim, karena setiap warga negara mempunyai kebutuhan pokoknya sendiri.
- e. Kesamaan sosial; di dalam islam kesamaan sosial lebih penting di bandingkan kesamaan ekonomi, artinya setiap orang berhak untuk berusaha mendapatkan atau memperoleh aktifitas ekonomi yang diinginkannya.
- f. Larangan menumpuk kekayaan; melarang individu mengumpulkan harta kekayaan secara berlebihan dan mengambil langkah-langkah yang perlu untuk mencegah perbuatan yang tidak baik tersebut supaya tidak terjadi dalam negara.
- g. Distribusi kekayaan secara meluas;(Mujahidin. 2010).

Banyak sekali di dalam ayat al-Qur'an secara detail mengupas tentang kewajiban manusia untuk bekerja dan usaha mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan hidup (Husein. 2004). Dalam tujuan ekonomi yang bersifat sosial maupun pribadi. Ekonomi yang bersifat pribadi artinya untuk pemenuhan kebutuhan pribadinya dan keluarganya sedangkan ekonomi bersifat sosial

ialah memberantas kemiskinan bagi masyarakat, pembrantasan kelaparan dan kemelaratan (Mawardi. 2007).

1.6. Definisi Konseptual

1) Evaluasi Dampak Kebijakan

Merupakan pekerjaan yang dilakukan seseorang evaluator di dalam mengevaluasi suatu kebijakan. Evaluasi dampak sendiri lebih terfokus pada output dan dampaknya jika dibandingkan dengan prosesnya.

2) Pasar Modern

Pasar modern yang manajemen dengan dikelola secara modern, dan dapat di temukan dikawasan perkotaan yang menyediakan barang dan jasa yang memberikan pelayanan yang nyaman kepada konsumennya.

3) Perekonomian Masyarakat

Merupakan kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan masyarakat kebanyakan dengan cara swadaya mengelola sumberdaya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan, yang selanjutnya disebut sebagai usaha kecil dan menengah

1.7. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Dimana variabel dan indikator penelitian akan membantu proses operasional dalam pencarian data yang dibutuhkan Adapun definisi operasional yang akan diteliti oleh peneliti Dalam penelitian ini yaitu :

Tabel. 1.2. Variabel, Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Dampak yang diharapkan maupun tidak diharapkan	- Mengetahui berbagai dampak yang di harapkan - Mengetahui berbagai macam dampak yang tidak diharapkan
Dampak terhadap situasi atau orang-orang kelompok	- Mengenal dampak individu - Mengetahui dampak dan memahami berbagai dampak kelompok
Dampak terhadap kondisi sekarang atau yang akan datang	- Mengidentifikasi kondisi awal pasar modern - Mengidentifikasi kondisi dan dampak yang akan terjadi

1.8. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian, metodeologi penelitian sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian agar dalam meneliti peneliti mempunyai tuntunan berpikir yang sistematis agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Winarno. 1990). Untuk menghasilkan penelitian komprehensif maka penyusun menggunakan beberapa rangkaian yang meliputi; jenis penelitian, jenis data, unit analisis data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

1.8.1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah jenis Penelitian kualitatif, jenis penelitian kualitatif dapat diartikan yaitu sebagai penelitian yang menghasilkan

data deskriptif yang dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan suatu objek penelitian (perorangan, lembaga, masyarakat dan lain-lain) dan sekarang berdasarkan fakta-fakta yang terlihat tampak di lapangan (Suyanto.2010). Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk membuat atau melukiskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti (Natsir.1993).

Berdasarkan teori-teori yang sudah dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu untuk menggambarkan suatu fenomena atau kejadian peristiwa saat itu juga atau masalah-masalah aktual berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Dalam penelitian ini penulis mencoba menjelaskan bagaimana dampak pembangunan pasar modern terhadap perekonomian masyarakat Kabupaten Bantul serta Bagaimana respon masyarakat terhadap keberadaan pasar modern.

1.8.2. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1.8.2.1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari responden mengenai dampak pembangunan pasar modern terhadap perekonomian masyarakat Kabupaten Bantul serta bagaimana respon masyarakat terhadap keberadaan pasar modern tersebut. Pengambilan data primer dilakukan dengan wawancara terhadap Pemerintah Kabupaten Bantul yang mempunyai fungsi terkait dengan permasalahan pasar serta melakukan wawancara dengan berbagai pihak-pihak masyarakat.

Data diperoleh melalui wawancara terhadap narasumber dan responden guna memperoleh gambaran yang nyata atau riil mengenai permasalahan yang ada di penelitian ini. Adapun teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari yang diwawancarai (Suharsimi Arikunto, 1998: 132). Sedangkan menurut Kartini Karono (1990: 187), wawancara adalah suatu percakapan, tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan pada suatu masalah tertentu. Ada pun objek yang diwawancarai adalah masyarakat Kabupaten Bantul yang pernah berbelanja di pasar modern yang ada di sekitar Wilayah Kabupaten Bantul.

Tabel. 1.2. Daftar Nama Narasumber

No.	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	Zn Handayani	45 Tahun	Perempuan	Pegawai Dinas Perdagangan
2.	Kelik Arif Wayudi	39 Tahun	Laki-Laki	Pegawai Dinas Perdagangan
3.	Endang	29 Tahun	Perempuan	Karyawan Swasta
4.	Irwan Protokol	22 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa Alma Ata Yogyakarta
5.	Sutarmi	35 Tahun	Perempuan	Pedagang Pasar Bantul

Sumber : *Data Primer Diolah*

1.8.2.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas seperti sumber buku-buku dan dokumen lainnya (Arikunto, 2002). Data sekunder merupakan semua data informasi yang diperoleh tidak secara langsung, tetapi melalui laporan, buku-buku, ataupun dokumen-dokumen yang berkaitan erat dengan permasalahan permasalahan yang ada. Data sekunder diperlukan untuk memperoleh data yang lebih akurat sebagai acuan dari data primer dalam penelitian. Berikut

beberapa data sekunder yang diperlukan dalam penelitian dengan bentuk tabel sebagai berikut:

1.8.3. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian ini, maka unit analisisnya penulis memilih lokasi pada ruang lingkup Pemerintah Kabupaten Bantul yaitu Dinas Perdagangan yang beralamatkan: Komplek II Pemda Bantul, Manding, Trirenggo, Bantul. Telepon: 0274-xxxxxxx. E-mail: dinas.perdagangan@bantulkab.go.id. Koordinat: -7.904744, 110.349120 dan Unit Pelaksana Teknis Pasar Bantul yang beralamatkan: Kantor Pengelolaan Pasar. Alamat: Jl Gajah Mada No. 1 Bantul 55711; Telepon: 0274-368047; E-mail: pasar@bantulkab.go.id.

1.8.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menuju kebenaran hipotesis diperlukan data obyektif. Adapun data yang di peroleh dengan cara: Dokumentasi; metode pengumpulan data yang digunakan penulis yakni dengan mengutip data dokumen-dokumen yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Bantul. Data dokumentasi ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan dalam menganalisa permasalahan penelitian ini.

1.8.5. Teknik Analisis Data

Data dan informasi yang telah didapatkan di dalam survey research akan dianalisa lebih lanjut dengan menggunakan analisa kualitatif. Metode ini akan menghasilkan data deskriptif berupa tulisan dan kata-kata dari para responden yang telah di wawancarai. Sedangkan (Sugiyono. 2010:335) menjelaskan bahwa menganalisis data adalah proses mencari serta menyusun secara detail dengan datang yang telah diperoleh dari berbagai hasil wawancara, dokumentasi serta catatan lapangan lainnya, dan peneliti melakukan pemilihan unit-unit yang penting yang akan

dijabarkan pada sebuah kesimpulan sehingga akan mudah dipahami oleh peneliti atau orang lain sebagai pembaca

Selanjutnya Sugiyono menjelaskan dengan analisis data untuk mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara dan catatan kecil dilapangan. Pada penelitian ini, analisa data di sederhanakan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut: tahapan yang pertama yaitu mengidentifikasi data yang diperoleh dari lapangan, baik dengan wawancara, dokumentasi, observasi maupun yang bersumberdari buku, literatur, dan foto. Tahapan yang kedua yakni mengklarifikasi data yang masuk menjadi transkrip pembicaraan dengan informan kemudian disesuaikan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Demikian proses analisa data dimulai mencari mengumpulkandan menelaah data yang diperoleh dari berbagai narasumber yang ada, mereduksi data tanpa menghilangkan inti dan proses dari data tersebut.