

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lapangan kerja pada sektor formal merupakan incaran dan target para pencari kerja untuk meningkatkan pendapatannya. Tingkat pendapatan merupakan salah satu pemicu dari tingkat kesejahteraan rakyat. Karena sektor formal menjadi sebuah prioritas, maka inilah yang mengakibatkan terjadi sebuah krisis ekonomi. Misalnya pada situasi tersebut, ada banyak pegawai yang di Putus Hubungan Kerja (PHK) pada sektor formal, akibatnya terjadi peningkatan angka pengangguran. Menurut Walsh (2010), sektor informal memiliki peran penting dalam hal apapun di negara berkembang, maka dari itu, sektor informal menjadi sebuah solusi, contohnya pada sektor perdagangan. Sehingga sebagian besar untuk meraih tingkat pendapatan ada banyak masyarakat yang juga mendirikan usaha untuk melakukan perdagangan. Banyaknya pembangunan pusat usaha perdagangan dapat menjadi cerminan perkembangan perekonomian di Indonesia, sehingga pusat usaha perdagangan tersebut merupakan indikator nyata di dalam kegiatan ekonomi.

Ketika program pembangunan tidak mampu menyediakan lapangan kerja, maka disinilah peran sektor informal sangat dibutuhkan sebagai alternatif untuk angkatan kerja yang sedang mencari pekerjaan.

Hakikatnya sektor infomal mampu memberikan kecukupan dan kesejahteraan untuk masyarakat dalam kehidupan sehari-hari salah satunya adalah perdagangan. Ada dua jenis pusat usaha perdagangan, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Keduanya tergolong dalam sektor informal, terlebih lagi perdagangan di pasar tradisional lebih digemari karena mengingat harga nya yang realtif murah.

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

Artinya : “Wahai orang-orang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu engan jalan yang batil (tidak benar). Kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Aallah Maha Penyayang kepadamu. (QS An-Nisa’:29)

Pasar merupakan tempat atau sarana bagi pedagang untuk melakukan aktivitas perdagangan barang kebutuhan sehari-hari bagi pembeli. Pasar tradisional sangatlah penting bagi masyarakat luas, terlebih tempat ini menjadi ladang usaha untuk mencari nafkah bagi masyarakat yang tidak terserap oleh sektor formal, bagi pedagang yang ingin memperdagangkan hasil komoditas dari pertanian, bagi masyarakat yang tidak memiliki pendapatan dari pekerjaan tetap dan lain sebagainya. Dimana ada berbagai macam barang atau komoditas yang diperdagangkan yaitu

ada

produk industri, produk tanaman serta produk makanan. Pasar tradisional yang merupakan ekonomi kerakyatan juga berpengaruh terhadap perekonomian nasional yang mampu mendukung perekonomian negara.

Menurut Probowo dan Rahadi (2015), loyalitas dalam pasar tradisional dipengaruhi oleh lokasi pasar, kualitas produk, ketersediaan fasilitas umum, transaksi yang sederhana dan pengetahuan pedagang yang luas seputar dagangannya. Pasar tradisional selalu dianggap sebagai tempat yang kotor, aroma amis dan padat keramaian. Sedangkan pada pasar modern dipengaruhi oleh kenyamanan, produk yang berbagai macam jenis, harga, kondisi fisik produk, promosi, lokasi dan fasilitas. Akan tetapi, pasar modern bukanlah satu-satunya masalah dari pasar tradisional, namun kurangnya infrastruktur, persaingan dengan pedagang kaki lima (PKL), kurangnya dana ekspansi, juga menjadi penyebab bisnis pedagang tradisional mengalami kemerosotan. Walaupun saat ini pasar tradisional mendapat tekanan dari pasar modern, namun tetap saja pasar tradisional tetap menjadi pilihan yang lebih digemari mengingat pasar tradisional sudah diterapkan dari puluhan hingga ratusan tahun lamanya. Walaupun memang terdapat perbedaan kondisi dan fasilitas antara pasar tradisional dan modern. Tapi tetap saja pasar tradisional selalu ramai pembeli.

Maka dari itu, pasar tradisional memiliki pengaruh dan manfaat bagi perekonomian negara, dikarenakan dapat sebagai ladang usaha dan tempat mencari nafkah atau dengan kata lain sebagai tempat yang serta

menyediakan fasilitas perdagangan bagi petani maupun nelayan. Menurut Septiari dan Kusuma (2016), kegiatan di pasar tradisional merupakan kegiatan informal sebagai pendukung perekonomian negara, karena pasar tradisional dapat menjadi tempat berkumpulnya para pedagang kecil, petani maupun nelayan yang berkumpul untuk bersama-sama menjual produk mereka. Maka dari itu pasar tradisional dapat membantu memenuhi kebutuhan mereka yang memiliki pendapatan rendah atau menengah.

Selain itu juga, pasar tradisional dapat menjadi jembatan antara penjual dan pembeli untuk saling bertatap muka untuk menegosiasikan permintaan dan penawaran harga dan barang. Maka hal tersebut menjadikan cermin kegiatan ekonomi pada masyarakat. Walaupun pasar tradisional memiliki kekurangan pada kendala infrastrukturnya, kebersihan serta lokasinya yang biasanya terletak dipinggir jalan raya yang terkadang mengakibatkan terjadinya kemacetan yang signifikan.

Menentukan dan memilih lokasi untuk berdagang merupakan hal utama yang sangat penting bagi pedagang untuk dapat memudahkan interaksinya pada konsumen atau pembeli pada kehidupan sehari-hari. Menurut Jaravanza dan Chitando (2013), pertimbangan yang paling penting dan berpengaruh bagi pedagang adalah keputusan untuk memilih tempat atau lokasi untuk berdagang. Terlebih lagi lokasi yang sangat strategis, karena pedagang yang memiliki lokasi yang terbaik yaitu lokasi yang paling dekat dengan tempat tinggal pembeli sehingga menarik para pembeli untuk menjadikan tempat andalannya untuk berbelanja. Pemilihan

lokasi berdagang, membutuhkan pertimbangan dan pengambilan keputusan dengan pemikiran yang luas dengan berbagai kriteria dan jumlah faktor. Hal-hal tersebut misalnya populasi lingkungan disekitarnya, ketersediaan halaman parkir, biaya sewa serta pembatas antar lahan. Pemilihan suatu lokasi menjadi keputusan yang akan dijalani dalam jangka panjang.

Pada penelitian Maryanto dkk (2013) ada 4 faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pedagang dalam menentukan lokasi berdagang, yaitu:

1. Visibilitas, artinya lokasi tersebut tidak sulit ditemukan bahkan dapat dijangkau atau dapat dipandang secara langsung karena berada dipinggir jalan. Pasar Imogiri terdapat di pinggir area jalan besar atau jalan umum di kecamatan Imogiri. Apabila melewati jalan tersebut masyarakat dapat menemukan dengan jelas lokasi pasar tersebut.
2. Akses, artinya lokasi tersebut memiliki akses jalan dan transportasi pada lokasi berdagang tersebut mudah dijangkau oleh masyarakat maupun oleh transportasi baik itu yang umum maupun pribadi. Pasar Imogiri merupakan pasar yang berada tepat dipinggir jalan, sehingga dapat diakses oleh pembeli yang menggunakan angkutan umum.

3. Ekspansi, artinya lokasi tersebut memiliki lahan yang lebih luas lagi agar jika dikemudian hari, pedagang memiliki peluang untuk memperluas tempat usahanya.
4. Lingkungan, artinya lokasi tersebut memiliki lingkungan yang memadai dimana masyarakat nya sangat mendukung dan membutuhkan jasa yang ditawarkan oleh pedagang.

Selain lokasi, biaya sewa juga menjadi sebuah pertimbangan bagi pedagang. Biaya sewa yang relatif terjangkau harga nya pedagang harus menyeimbangkan dengan modal yang dimiliki nya serta harapan keuntungan yang lebih besar dari pada modal awal berdagang di lokasi tersebut agar menghindari terjadinya kerugian. Seperti yang dijelaskan oleh Pratiwi dan Kamal (2010) bahwa biaya lokasi juga menjadi salah satu pemicu dari tingkat kesuksesan dari seorang pedagang dan tidak membebankan. Namun, biaya sewa tersebut juga dapat diseimbangkan dengan fasilitas yang ada dipasar tersebut.

Menurut penelitian Asprilla (2018), pedagang sangat mengharapkan pembangunan pasar yang dapat memberikan fasilitas yang lengkap dan bersih agar menjadi tempat yang layak untuk menampung para penjual serta pembeli yang berinteraksi. Seperti yang dikatakan juga oleh Jaravanza dan Chitando (2013), bahwa fasilitas parkir juga sangat penting yang maksudnya adalah jika lokasi pasar tidak memiliki lahan parkir yang cukup maka akan menyulitkan para pedagang dalam aktivitas nya menyiapkan dagangannya. Rancangan dan tata letak stan/kios dan los-

los yang di atur sedemikian rapi dan tertata akan memudahkan para pembeli agar mudah menemukan para pedagang yang menawarkan barang sesuai keperluannya. Seperti pembahasan Maulidiyah dan Idajati (2016) juga menjelaskan bahwa pengelompokan jenis barang dagangan menjadi kriteria dalam keputusan pedagang memilih lokasi berdagang.

Menurut Septiari dan Kusuma (2016), pada hasil studi identifikasi pada karakteristik pasar tradisional bagi persepsi generasi milenial, hal ini perlu di pelajari bahwa motif generasi yang berpengaruh pada dorongannya untuk berbelanja di pasar tradisional. Dalam jangka waktu lima tahun terakhir, jumlah pasar tradisional di Indonesia mengalami penurunan dan pasar modern mengalami peningkatan. Dengan adanya pergeseran gaya hidup dalam berbelanja dari yang awalnya belanja offline lalu sekarang sudah banyak dengan sistem online yang memiliki penawaran menarik, menjadi salah satu faktor terjadinya kepunahan pasar tradisional. Beberapa pasar tradisional di Yogyakarta juga dapat bertahan dan bersaing dengan pasar modern. Seperti pasar batik Beringharjo yang menjadi salah satu tujuan pasar wisatawan dan pasar Imogiri yang memiliki sertifikat SNI pada tahun 2018 yang tetap mampu membuat pasar tradisional tetap menarik sebagai pasar andalan untuk berbelanja oleh seluruh masyarakat dari berbagai kalangan.

TABEL 1.1
Data Jumlah Pedagang Pasar di Kecamatan-Kecamatan Bagian
Wilayah Selatan - Timur Kabupaten Bantul

Kecamatan	Nama Pasar	Jumlah Pedagang
Pundong	Pundong	584
Jetis	Barongan	305
	Bendosari	17
Pleret	Jejeran	594
	Pleret	707
Imogiri	Imogiri	1.587
	Hewan Imogiri	120
Dlingo	Dlingo	242

Sumber : Kantor Pengelola Pasar, Dinas Perdagangan Bantul

Pusat perdagangan dalam penelitian ini adalah pasar tradisional Imogiri yang bertepatan di kecamatan Imogiri. Dengan sumber data berdasarkan tabel 1.1 dijelaskan bahwa terdapat perbedaan jumlah pedagang di setiap pasar yang berada di kecamatan-kecamatan wilayah selatan hingga timur kabupaten Bantul. Dari 5 kecamatan tersebut terdapat 8 pasar, yang di antara nya memiliki jumlah pedagang yang berbeda-beda, dan pasar yang memiliki pedagang terbanyak adalah pasar Imogiri di kecamatan Imogiri. Menurut Chowdhry dan Nanda (1991) mengasumsikan bahwa Lokasi pasar yang memiliki jumlah pedagang yang besar, maka pedagang tersebut juga memiliki likuiditas dan tidak dapat berpindah ke tempat pasar lain. Dan pengelola pasar di lokasi pasar tertentu mengamati pergerakan aliran pesanan yang hanya terjadi didalam pasar itu, sehingga menjadi dasar penafsiran model satu lokasi pasar berbeda dari pada yang lain.

Dari pemaparan diatas, peneliti juga akan menambahkan faktor pengaruh lainnya, yaitu keamanan dan kenyamanan. Maksudnya, keamanan sangat diperlukan dan termasuk dalam faktor-faktor pertimbangan dimana keamanan tersebut sangat dibutuhkan oleh pedagang yaitu penyewa tempat dan pembeli yaitu pengunjung ditempat berbelanja sebagai tingkat kenyamanan dan rasa amannya. Seperti yang telah diamati oleh peneliti di pasar Imogiri saat observasi, bahwa terdapat tulisan ketika memasuki area pasar pengunjung yang meghimbau bahwa diberlakukan ketentuan untuk mengambil kartu tanda parkir atau karcis, tetapi hal tersebut jarang ditaati oleh pengunjung pasar ketika peneliti berada disana. Pengunjung hanya memberi biaya parkir pada saat melalui pintu keluar tanpa pengambilan karcis terlebih dahulu.

Dikutip dari berita Online ANTARA News tanggal 2 Februari 2018, setelah pasar Imogiri menjalani tahap proses audit, pasar Imogiri baru saja resmi meraih sertifikat Standar Nasional Indonesia (SNI) pada tanggal 1 Februari 2018 yang diberikan langsung oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Melalui proses yang membutuhkan waktu lumayan lama dan panjang sejak tahun 2016, tidak menjadi usaha yang sia-sia bagi pasar Imogiri yang menjadi pasar tradisional yang mampu menjadi satu-satunya pasar di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki predikat SNI, dan proses yang dilalui paling lama pada bagian merubah perilaku pedagang dipasar terutama kualitas produk yang diperdagangkan.

Maka peneliti memutuskan untuk memilih pasar Imogiri sebagai lokasi penelitian, dengan alasan peneliti bahwa pasar Imogiri merupakan pasar yang cukup luas justru peluang terjadinya pencopetan dan kemalingan akan lebih besar. Serta jumlah pedagang di pasar Imogiri merupakan jumlah yang terbanyak dan demikian persaingan antar pedagang juga semakin tinggi. Selain itu pasar Imogiri juga masuk dalam karakteristik lokasi yang tepat untuk di teliti sesuai dengan latar belakang penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Memilih Untuk Berdagang di Pasar Imogiri Kabupaten Bantul”**

B. Batasan Masalah

Untuk melaksanakan penelitian, maka peneliti akan menentukan sebuah batasan masalah untuk membatasi ruang lingkup yang terlalu luas sehingga penelitian dapat dilakukan dengan lebih fokus. Agar pembahasan dapat tercapai, maka peneliti memaparkan beberapa batasan antara lain :

1. Responden dalam penelitian ini adalah fokus terhadap pedagang-pedagang yang berdagang di pasar Imogiri.
2. Penelitian ini adalah fokus terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, permasalahan dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah faktor lokasi pasar berpengaruh terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri?
2. Apakah faktor biaya sewa berpengaruh terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri?
3. Apakah faktor fasilitas pasar berpengaruh terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri?
4. Apakah faktor keamanan dan kenyamanan berpengaruh terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri?
5. Apakah faktor desain pasar berpengaruh terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaruh faktor lokasi pasar terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri.
2. Untuk menjelaskan pengaruh faktor biaya sewa terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri.
3. Untuk menjelaskan pengaruh faktor fasilitas pasar terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri.

4. Untuk menjelaskan pengaruh faktor keamanan dan kenyamanan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri.
5. Untuk menjelaskan pengaruh faktor desain pasar terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan sebagai sarana informasi bagi pemerintah setiap daerah untuk mengetahui karakteristik terkait keputusan pedagang memilih lokasi berdagang dan sebagai pertimbangan untuk mengembangkan kebijakan terhadap pasar-pasar lain tiap daerah.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat mengasah kemampuan peneliti dalam menerapkan dan mengkaji teori-teori dalam menghadapi permasalahan dilingkungan sekitar dan kehidupan sehari-hari terkait dengan minat pedagang memilih untuk berdagang dalam suatu tempat.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai referensi peneliti selanjutnya dan serta sebagai tambahan informasi bagi

masyarakat mengenai minat pedagang memilih untuk berdagang dalam suatu tempat.