

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG MEMILIH UNTUK BERDAGANG DI PASAR IMOIRI KABUPATEN BANTUL

Niken Ayu Pratiwi
(20140430043)

Email : nikenap28@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul Yogyakarta 55183
No Telp 0274 38769 (hotline), 0274387656 ext. 199/200 No Fax : 0274387649

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik lokasi pasar yang menjadi pertimbangan pedagang untuk memilih tempat untuk berdagang di pasar Imogiri. Dengan menggunakan metode kuota sampling, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 94 responden. Dalam penelitian ini responden merupakan pedagang pasar di pasar Imogiri yang terdapat di kecamatan Imogiri kabupaten Bantul. Data yang diperoleh merupakan data primer yaitu dengan mengajukan pertanyaan dan pernyataan menggunakan kuesioner. Dan analisis data adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi pasar, biaya sewa, fasilitas pasar dan desain pasar berpengaruh secara signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri. Sedangkan variabel keamanan dan kenyamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang pasar Imogiri.

Kata Kunci: Memilih lokasi berdagang, biaya sewa, fasilitas pasar, keamanan dan kenyamanan, desain pasar.

ABSTRACT

This study aims to determine the characteristic of the stall that chosen by the traders at Imogiri traditional market. This research uses 94 respondent those were selected by quota sampling methods. The primary data were obtained by using questionnaire that analyzed by multiple linier regression analysis. The results indicated that the stall location, rental cost, market facilities, and market design are significantly influence the traders choice to trade in Imogiri traditional market. Meanwhile the safety and comfortable are not significantly influence their willing at all.

Keywords: Choose a trading location, rental costs, market facilities, security and comfort, market design.

I. PENDAHULUAN

Lapangan kerja pada sektor formal merupakan incaran dan target para pencari kerja untuk meningkatkan pendapatannya. 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.

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 informal 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 harganya yang relatif murah.

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. 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. 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 memberikan fasilitas perdagangan bagi petani maupun nelayan.

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. 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.
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.
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

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.

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	120
	Imogiri	
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.

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. Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, rumusan 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?

II. METODE PENELITIAN

a. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah pedagang pasar tradisional Imogiri kabupaten Bantul yang merupakan pedagang pada kios, los-los maupun plataran/arahan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen (lokasi pasar, biaya sewa, fasilitas pasar, keamanan dan kenyamanan, dan desain pasar) mempengaruhi variabel dependen (minat pedagang memilih untuk berdagang) di pasar Imogiri.

b. Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer. Menurut Bungin (2015), data primer adalah data yang diambil adalah data yang didapat dari sumber pertama di lapangan.

c. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah para pedagang yang

ada di pasar Imogiri. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 1.587 pedagang. Sehingga peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *Kuota Sampling*. Menurut Suigyono (2014) *kuota sampling* adalah dengan karakteristik tertentu sampai memenuhi jumlah (kuota) yang telah di tentukan. Maka dengan hal tersebut, artinya apaabila jumlah (kuota) sampel sudah di tentukan namun pengumpulan data belum berdasarkan jumlah (kuota) tersebut artinya penelitian tersebut di anggap belum selesai. Menurut Firdausa dan Arianti (2012), untuk menentukan jumlah sampel dari populasi, maka peneliti menggunakan rumus *slovin*, yaitu :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Presentase kesalahan maksimal

Presentase margin of error atau jumlah kesalahan maksimal yang masih dapat ditoleransi yaitu dengan 10% karena jumlah tersebut dapat mewakili jumlah populasi. Maka hasil yang ditentukan adalah 94,07 dibulatkan menjadi 94, sehingga jumlah sampel yang akan diteliti adalah sejumlah 94 responden.

d. Pengambilan Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah metode angket. Menurut Bungin (2015) metode angket disebut juga metode kuesioner, yang dibagikan secara langsung pada pedagang di pasar Imogiri. Dan kuesioner tersebut menggunakan *Skala Guttman*, menurut Sugiyono (2014) skala ini digunakan untuk memberikan jawaban yang konsisten dan pasti. Yaitu “Iya-Tidak” dan “Setuju-Tidak Setuju”. Apabila jawaban yang diberikan adalah “Iya” atau “Setuju” maka diberi nilai 1, begitu juga sebaliknya apabila jawaban yang diberikan adalah “Tidak” atau “Tidak Setuju” maka diberi nilai 0.

e. Analisis Data

1) Uji Instrumen

- Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014) Apabila instrumen dalam penelitian ini valid, artinya instrumen dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai alat ukur dari apa yang semestinya bisa diukur. Uji validitas ini menguji setiap variabel dari setiap item-item pertanyaan atau pernyataan didalamnya. Adapun cara mengetahuinya, yaitu : Apabila nilai sig. $< 0,05$ maka artinya instrumen dinyatakan valid.

- Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014), menguji data instrumen dalam penelitian ini dapat dipercaya atau tidak, sehingga apabila instrumen dalam penelitian ini dapat dipercaya, maka data tersebut dapat disebut data yang konsisten. Untuk mengetahui data reliabel atau tidak, yaitu : Apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka data Reliabilitas atau dapat dipercaya

2) Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2016) uji normalitas digunakan untuk mengasumsikan distribusi normal dari data yang sudah dikumpulkan atau dari populasi normal. Cara untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan metode Uji *Kolmogorov Smirnov* atau *One Sample Kolmogorov Smirnov test* yang memiliki kriteria pengujiannya, yaitu: Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data diasumsikan normal

- Uji Multikolinieritas

Menurut Basuki dan Prawoto (2016) uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan apakah data yang digunakan untuk mengetahui model regresi dari data yang akan diolah tidak terdeteksi terjadinya kolerasi

antar variabel bebas atau variabel independent dengan syarat : Apabila $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka tidak menunjukkan adanya Multikolinieritas.

- Uji Heteroskedastisitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2016) uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui penyimpangan dari syarat asumsi klasik maka dilakukan uji heteroskedastisitas dengan meregresikan nilai absolute dengan variabel independent atau variabel bebas dengan syarat : Jika nilai sig $> 0,05$, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3) Analisis Regresi Linier Berganda

Data primer dalam penelitian ini diolah menggunakan program SPSS. Analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2014) peneliti membuat prediksi bagaimana keadaan naik turun nya variabel dependen. Bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Minat pedagang memilih untuk berdagang di pasar Imogiri

a = Konstanta

$b_{1,2,3,4,5}$ = Koefisien regresi

X_1 = Lokasi Pasar

X_2 = Harga atau Biaya Sewa

X_3 = Fasilitas Pasar

X_4 = Keamanan dan Kenyamanan

X_5 = Desain Pasar

e = Standar Error

4) Uji Hipotesis

Langkah-langkah uji hipotesis :

- Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Menurut penelitian Basuki dan Yuliadi (2017) Uji R^2 dilakukan dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi (R^2) dengan sederhana untuk menghitung koefisien determinasi. Tujuannya untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan varians variabel terikat.

- Uji Nilai t

Menurut Basuki dan Prawoto (2016) Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh setiap variabel bebas dengan variabel terikat memiliki keterkaitan makna atau tidak. Untuk mengetahui adanya keterkaitan atau tidak, maka pengujian nya melalui perbandingan antara nilai signifikansi. Jika nilai sig $< 0,05$ maka variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika nilai sig. $> 0,05$ maka variabel bebas memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel terikat.

- Uji F

Menurut Basuki dan Prawoto (2016) Uji F dilakukan untuk menguji variabel bebasnya secara bersamaan yang berpengaruh makna terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan pada variabel dependen. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara signifikan pada variabel dependen

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

- Uji Instrumen

TABEL 3.1
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Sig	Keputusan
Lokasi Pasar (X1)	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid
Biaya Sewa (X2)	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	Valid
Fasilitas Pasar (X3)	X3.1	0,000	Valid
	X3.2	0,000	Valid
	X3.3	0,000	Valid
	X3.4	0,000	Valid
	X3.5	0,000	Valid
	X3.6	0,000	Valid
	X3.7	0,000	Valid
	X3.8	0,000	Valid

Keamanan dan Kenyamanan (X4)	X4.1	0,000	Valid
	X4.2	0,000	Valid
	X4.3	0,000	Valid
	X4.4	0,000	Valid
Desain Pasar (X5)	X5.1	0,000	Valid
	X5.2	0,000	Valid
Memilih Pasar (Y)	Y.1	0,000	Valid
	Y.2	0,000	Valid
	Y.3	0,000	Valid

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas yaitu tabel 3.1, menjelaskan bahwa jika dilihat dari nilai signifikan yang dimana seluruh nilai signifikansi dari setiap variabel adalah 0,000. Dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hal ini membuktikan bahwa seluruh data variabel dalam penelitian ini adalah valid.

- Uji Reliabilitas

TABEL 3.2

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Lokasi Pasar	0,772	Reliabilitas
Biaya Sewa	0,602	Reliabilitas
Fasilitas Pasar	0,885	Reliabilitas
Keamanan dan Kenyamanan	0,758	Reliabilitas
Desain Pasar	0,636	Reliabilitas
Memilih Pasar Imogiri	0,706	Reliabilitas

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 3.2 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada uji Reliabilitas pada variabel lokasi pasar (X1), biaya sewa (X2), fasilitas pasar (X3), keamanan dan kenyamanan (X4), desain pasar (X5) dan memilih pasar Imogiri (Y) semuanya menunjukkan nilai yang lebih besar dari pada 0,6 atau $> 0,6$. Artinya data variabel dalam penelitian ini semuanya dapat dipercaya.

b. Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

TABEL 3.3

Uji Normalitas

One Sample Kolmogrov – Smirnov Test

Komolgrov Smirnov	
	Unstandardized Residual
Sig.	0,070

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan keterangan pada Tabel 3.3, telah diperoleh dari hasil pengujian bahwa nilai signifikansinya yaitu 0,070. Nilai 0,070 merupakan angka yang lebih besar daripada 0,05 atau $0,070 > 0,05$. Sehingga hal ini menunjukkan kesimpulan bahwa data pada penelitian ini dapat dikatakan data telah berdistribusi Normalitas.

- Uji Multikolinieritas

TABEL 3.4

Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Lokasi Pasar	0,846	1,182	Non-Multikolinieritas
Biaya Sewa	0,554	1,806	Non-Multikolinieritas
Fasilitas Pasar	0,379	2,639	Non-Multikolinieritas
Keamanan dan kenyamanan	0,385	2,598	Non-Multikolinieritas
Desain Pasar	0,536	1,876	Non-Multikolinieritas

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan keterangan pada Tabel 3.4, telah diperoleh dari hasil analisis bahwa perhitungan hasil uji nilai Tolerance menunjukkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak ada satupun variabel bebas (variabel independen) yang menunjukkan adanya multikolinieritas, yang telah ditunjukkan dari nilai hasil analisis tersebut bahwa semua nilai tolerance-nya > 0,1.

Selanjutnya, dari hasil uji nilai Variance Inflation Factor pada tabel tersebut dijelaskan bahwa tidak ada satupun variabel bebas (variabel independen) yang menunjukkan adanya multikolinieritas, yang telah ditunjukkan dari nilai hasil analisis tersebut bahwa semua nilai VIF-nya < 10.

- **Uji Heteroskedastisitas**

TABEL 3.5

Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Lokasi Pasar	0,265	Non-Heteroskedastisitas
Biaya Sewa	0,234	Non-Heteroskedastisitas
Fasilitas Pasar	0,417	Non-Heteroskedastisitas
Keamanan dan kenyamanan	0,701	Non-Heteroskedastisitas

Desain Pasar	0,240	Non-Heteroskedastisitas
--------------	-------	-------------------------

Sumber : Lampiran 9

Berdasarkan keterangan pada Tabel 3.5, telah diperoleh dari hasil analisis bahwa dengan pengujian menggunakan Uji Glesjer membuktikan bahwa pada model regresi, kelima variabel independent tersebut memiliki nilai signifikansi yang > 0,05, sehingga kesimpulannya adalah pada model regresi ini tidak terdapat masalah Heteroskedastisitas.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

TABEL 3.6

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B	t hitung	Sig
Lokasi Pasar	0,164	3,049	0,003
Biaya Sewa	0,313	2,816	0,006
Fasilitas Pasar	0,100	2,163	0,033
Keamanan dan kenyamanan	0,161	1,806	0,074
Desain Pasar	0,297	2,772	0,007

Sumber : Lampiran 10

Berdasarkan hasil regresi seperti yang tertera pada tabel 3.6, maka diperoleh persamaan seperti berikut :

$$Y = 0,164X_1 + 0,313X_2 + 0,100X_3 + 0,161X_4 + 0,297X_5 + e$$

Dari persamaan tersebut, dapat dijelaskan dengan penjelasan berikut :

- 1) Variabel lokasi pasar memiliki nilai koefisien 0,164 yang menjelaskan bahwa setiap perubahan lokasi pasar sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri sebanyak 0,164 satuan. Koefisien pada variabel lokasi pasar memiliki nilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara lokasi pasar dengan minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.
- 2) Variabel biaya sewa memiliki nilai koefisien 0,313 yang menjelaskan bahwa setiap perubahan biaya sewa sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri sebanyak 0,313 satuan. Koefisien pada variabel biaya sewa memiliki nilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara biaya sewa dengan minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.
- 3) Variabel fasilitas pasar memiliki nilai koefisien 0,100 yang menjelaskan bahwa setiap perubahan fasilitas pasar sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan minat

pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri sebanyak 0,100 satuan. Koefisien pada variabel fasilitas pasar memiliki nilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara fasilitas pasar dengan minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.

- 4) Variabel keamanan dan kenyamanan memiliki nilai koefisien 0,161 yang menjelaskan bahwa setiap perubahan keamanan dan kenyamanan sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri sebanyak 0,161 satuan. Koefisien pada variabel keamanan dan kenyamanan memiliki nilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara fasilitas pasar dengan minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.
- 5) Variabel desain pasar memiliki nilai koefisien 0,297 yang menjelaskan bahwa setiap perubahan desain pasar sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri sebanyak 0,297 satuan. Koefisien pada variabel desain pasar memiliki nilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara desain pasar dengan minat

pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.

d. Uji Hipotesis

- Uji Koefisien Determinasi

TABEL 3.7

Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,818	0,670	0,651	0,539

Sumber : Lampiran 11

Berdasarkan keterangan pada tabel 3.7, maka dapat dijelaskan bahwa nilai pada Adjusted R Square adalah 0,651 yaitu sama dengan 65,1%. Yang artinya, bahwa variabel lokasi pasar (X1), biaya sewa (X2), fasilitas pasar (X3), keamanan dan kenyamanan (X4) dan desain pasar (X5) pada penelitian ini dapat menjelaskan pengaruh terhadap variabel minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri sebanyak 65.1% . Sehingga sisanya yaitu 34.9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel independen pada penelitian ini.

- Uji t

TABEL 3.8
Hasil Uji Nilai t

Variabel	Sig
Lokasi Pasar	0,003
Biaya Sewa	0,006
Fasilitas Pasar	0,033

Keamanan dan kenyamanan	0,074
Desain Pasar	0,007

Sumber : Lampiran 12

Berdasarkan hasil uji t ditentukan bahwa nilai sig.< 0,05 maka variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan pada variabel terikat. Kemudian jika nilai sig. > 0,05 maka variabel bebas memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel terikat. Pada tabel 5.8 dihasilkan data berupa 4 variabel (lokasi psar, biaya sewa, fasilitas pasar dan desain pasar) yang masuk dalam kategori variabel independen yang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen . Sedangkan 1 variabel yaitu keamanan dan kenyamanan tidak signifikan yaitu sebesar 0,074. Berikut pembahasan variabel uji hipotesis :

1. Variabel – variabel yang signifikan
 - a) Pengaruh Lokasi Pasar terhadap Minat Pedagang Memilih Untuk Berdagang di Pasar Imogiri

Berdasarkan Uji Hipotesis dari hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 3.8, telah dijelaskan bahwa nilai signifikansi dari variabel lokasi pasar adalah sebesar 0,003 yang mana nilai ini lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga

telah disimpulkan bahwa lokasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan untuk mempengaruhi minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri. Lokasi pasar yang dekat dengan tempat tinggal para pedagang menjadi salah satu alasan para pedagang memilih lokasi berdagang. Semakin dekat lokasi pasar dengan tempat tinggal para pedagang akan meminimalisir biaya yang dikeluarkan untuk tarif transportasi mereka menuju lokasi pasar Imogiri. Bagi pedagang yang tidak memiliki kendaraan pribadi akan mudah menuju lokasi pasar dengan berjalan kaki. Atau pun mereka tetap menggunakan jasa transportasi umum untuk bantuan membawa barang dagangannya dari rumah mereka, dengan demikian jasa transportasi umum tersebut tidak menarik biaya yang mahal karena jarak yang dekat. Sehingga lokasi pasar yang dekat dengan tempat tinggal pedagang, menjadikan mudah dan hemat biaya bagi pedagang menuju akses pasar. Lokasi pasar Imogiri yang strategis dan tidak sulit ditemukan oleh masyarakat, juga dimanfaatkan bagi pedagang yang tempat tinggalnya memiliki jarak kurang dekat dengan lokasi pasar sehingga mereka biasanya menggunakan kendaraan

pribadi atau memanfaatkan transportasi umum yang mudah ditemukan di Pasar Imogiri.

b) Pengaruh Biaya Sewa terhadap Minat Pedagang Memilih Untuk Berdagang di Pasar Imogiri

Berdasarkan Uji Hipotesis dari hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 3.8, telah dijelaskan bahwa nilai signifikansi dari variabel biaya sewa adalah sebesar 0,006 yang mana nilai ini lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga telah disimpulkan bahwa biaya sewa memiliki pengaruh yang signifikan untuk mempengaruhi minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri. Biaya sewa yang dimaksud adalah biaya yang mereka keluarkan sebagai tanda penyewaan mereka untuk menempati tempat yang telah disediakan oleh pasar untuk mereka jadikan lapak berdagang, baik itu kios, los maupun lapak. Berdasarkan mayoritas pedagang mengatakan bahwa biaya yang mereka keluarkan setiap bulan maupun perhari sudah cukup murah dan terjangkau yang artinya biaya tersebut tidak menjadi beban bagi pedagang. Hampir seluruh para pedagang di pasar Imogiri yang menjadi responden tidak menyebutkan nominal yang

dikeluarkan untuk penyewaan tempat.

c) Pengaruh Fasilitas Pasar terhadap Minat Pedagang Memilih Untuk Berdagang di Pasar Imogiri

Berdasarkan Uji Hipotesis dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 3.8, telah dijelaskan bahwa nilai signifikansi dari variabel fasilitas pasar adalah sebesar 0,033 yang mana nilai ini lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga telah disimpulkan bahwa fasilitas pasar memiliki pengaruh yang signifikan untuk mempengaruhi minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri. Fasilitas pasar yang dimaksudkan adalah sarana yang terdapat didalam pasar Imogiri disediakan langsung oleh pengelola pasar dan juga yang ada disekitar lokasi pasar Imogiri sebagai penunjang kelancaran dan kenyamanan pedagang ketika melakukan aktivitas berdagang didalam pasar. Pasar imogiri memiliki fasilitas umum yang cukup dan memenuhi kebutuhan para pedagang, sehingga para pedagang mengaku memilih pasar Imogiri karena lokasi nya yang memiliki fasilitas lengkap sesuai dengan keperluan umum. Banyak pedagang mengaku merasa puas dan senang

dengan kelayakan fasilitas yang ada di pasar Imogiri

d) Pengaruh Desain Pasar terhadap Minat Pedagang Memilih Untuk Berdagang di Pasar Imogiri

Berdasarkan Uji Hipotesis dari hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 3.8, telah dijelaskan bahwa nilai signifikansi dari variabel keamanan dan kenyamanan adalah sebesar 0,007 yang mana nilai ini lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga telah disimpulkan bahwa desain pasar memiliki pengaruh yang signifikan untuk mempengaruhi minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri. Desain pasar yang dimaksud adalah pedagang di pasar Imogiri setuju dengan rancangan tempat dan tata pengelompokan setiap pedagang berdasarkan jenis dagangannya. Pasar Imogiri memiliki luas 48.000m², dengan adanya ketentuan mengelompokan pedagang sesuai dengan jenis dagangannya akan memudahkan pedagang beretemu dengan pembeli yang mencari barang keperluannya sesuai dengan jenisnya tanpa harus berkeliling memutar pasar Imogiri yang cukup luas. Selain itu, pedagang antar jenis barang dagangan yang berbeda, juga tidak akan saling terganggu karena jenis

dagangannya masing-masing. Misalnya, para pedagang pakaian tidak akan terganggu dagangannya dengan pedagang ikan atau ayam yang memiliki aroma yang sangat amis, begitu juga yang lainnya.

2. Variabel berdasarkan yang tidak signifikan
 - 1) Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan terhadap Minat Pedagang Memilih Untuk Berdagang di Pasar Imogiri

Berdasarkan Uji Hipotesis dari hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 3.8, telah dijelaskan bahwa nilai signifikansi dari variabel keamanan dan kenyamanan adalah sebesar 0,074 yang mana nilai ini lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Sehingga telah disimpulkan bahwa keamanan dan kenyamanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan untuk mempengaruhi minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri. Keamanan dan kenyamanan yang dimaksud adalah rasa aman untuk berdagang di pasar imogiri serta keamanan di tempat parkir yang menurut pedagang memiliki nilai yang kurang aman setelah mendapati beberapa kejadian yang tidak diinginkan seperti kehilangan

kendaraan, pencopetan serta barang yang disimpan terkadang terasa tidak aman jika tidak di yakinkan disimpan dengan benar-benar aman. Sehingga hal ini juga mempengaruhi rasa nyaman yang dimiliki oleh para pedagang. Namun pasar Imogiri merupakan tetap menjadi pilihan sebagian alasan para pedagang di wilayah tersebut walau pedagang juga merasa tidak aman dengan keamanan di pasar Imogiri.

- **Uji F**

TABEL 3.9
Hasil Uji F

F	Sig.	Keterangan
35,671	0,000	Berpengaruh

Sumber : Lampiran 13

Berdasarkan keterangan dari tabel 3.9 dijelaskan bahwa nilai signifikan pada hasil uji F adalah sebesar 0,000. Nilai $0,000 < 0,05$ sehingga menjelaskan bahwa lokasi pasar, biaya sewa, fasilitas pasar, keamanan dan nyaman, dan desain pasar secara bersama-sama dapat berpengaruh secara simultan terhadap minat berdagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

- 1) Berdasarkan nilai dari uji t pada hasil analisis regresi linier berganda, menjelaskan variabel lokasi pasar

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri, dengan nilai signifikansinya sebesar $0,003 < 0,05$. Maka dari itu hipotesis yang telah diajukan sebelumnya, sudah terbukti bahwa variabel lokasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri. Variabel lokasi pasar memiliki nilai t tabel yang paling besar dari pada variabel yang lainnya yaitu 3,049 sehingga pengaruh lokasi pasar memiliki pengaruh paling besar terhadap minat pedagang memilih pasar Imogiri.

- 2) Berdasarkan nilai dari uji t pada hasil analisis regresi linier berganda, menjelaskan variabel biaya sewa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri, dengan nilai signifikansi nya sebesar $0,006 < 0,05$. Maka dari itu hipotesis yang telah diajukan sebelumnya, sudah terbukti bahwa variabel biaya sewa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.
- 3) Berdasarkan nilai dari uji t pada hasil analisis regresi linier berganda, menjelaskan variabel fasilitas pasar

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri, dengan nilai signifikansi nya sebesar $0,033 < 0,05$. Maka dari itu hipotesis yang telah diajukan sebelumnya, sudah terbukti bahwa variabel fasilitas pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.

- 4) Berdasarkan nilai dari uji t pada hasil analisis regresi linier berganda, menjelaskan variabel keamanan dan kenyamanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri, dengan nilai signifikansi nya sebesar $0,074 > 0,05$. Maka dari itu hipotesis yang telah diajukan sebelumnya tersebut tidak terbukti bahwa variabel keamanan dan kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.
- 5) Berdasarkan nilai dari uji t pada hasil analisis regresi linier berganda, menjelaskan variabel desain pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri, dengan nilai signifikansi nya sebesar $0,007 < 0,05$. Maka dari itu hipotesis

yang telah diajukan sebelumnya, sudah terbukti bahwa variabel desain pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.

- 6) Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi, telah diperoleh nilai Adjusted R Square yaitu 0,651. Yang artinya variabel independen (lokasi pasar, biaya sewa, fasilitas pasar, keamanan dan kenyamanan, dan desain pasar) pada penelitian ini dapat menjelaskan pengaruh terhadap variabel minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri sebanyak 65.1%. Sehingga sisanya yaitu 34.9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel independen pada penelitian ini.
- 7) Berdasarkan hasil uji F, telah diperoleh nilai signifikansi nya yaitu 0,000. Yang dimana $0,000 < 0,05$ sehingga menjelaskan bahwa lokasi pasar, biaya sewa, fasilitas pasar, keamanan dan kenyamanan, dan desain pasar secara bersama-sama dapat berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat berdagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri.

b. Saran

- 1) Bagi Pemerintah: Diketahui dari hasil penelitian ini, terdapat empat variabel

yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat pedagang memilih untuk berdagang di Pasar Imogiri, yaitu lokasi pasar, biaya sewa, fasilitas pasar dan desain pasar. Diharapkan pemerintah dapat memberikan peningkatan lagi agar dapat mempertahankan eksistensi Pasar Imogiri terlebih sebagai satu-satunya pasar bertaraf SNI di Daerah Istimewa Yogyakarta.

- 2) Bagi Pengelola Pasar: Diharapkan pengelola pasar meningkatkan lagi sistem keamanan yang ada didalam pasar sehingga dapat meningkatkan kenyamanan para pedagang dan pengunjung pasar dalam aktivitasnya di area dalam pasar Imogiri.
- 3) Bagi Pedagang: Diharapkan para pedagang dapat selalu menjaga dan menciptakan kebersihan, keamanan, ketertiban dan ketentraman didalam pasar sehingga dapat merasakan kenyamanan dalam mengelola dan mengembangkan usaha berdagangnya.
- 4) Bagi Pembaca: Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi manfaat dan pengetahuan bagi pembaca. Dan juga dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang yang diteliti oleh peneliti itu berpengaruh sebesar 65%, sehingga terdapat 35% dipengaruhi

oleh faktor-faktor lainnya. Maka dari itu diharapkan peneliti selanjutnya dapat menjelaskan dan meneliti faktor-faktor tambahan lainnya.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Ariwibowo, A., 2018. *Pasar Imogiri Bantul Raih Sertifikat SNI Setelah Jalani Audit*. [Online] Available at: m.antaranews.com
- Arofah, H. N., 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Batik Di Pasar Beringharjo D.I. Yogyakarta*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Asprilla, D. V., 2018. Kajian Tentang Kondisi Sosial Ekonomi Penyebab Pedagang Memilih Tetap Berdagang Di Pasar Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Siduarjo (Studi Kasus Tentang Dampak Relokasi Pedagang Pasar Kedungrejo). *Jurnal Swara Bhumi*, 5(6), pp. 46-54.
- Badan Pusat Statistik, 2018. *Kabupaten Bantul Dalam Angka Tahun 2018*. Kabupaten Bantul: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul.
- Badan Pusat Statistik, 2018. *Kecamatan Imogiri Dalam Angka Tahun 2018*. Kabupaten Bantul: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul.
- Basuki, A. T. & Prawoto, N., 2014. *Pengantar Teori Ekonomi*. Yogyakarta: Mitra Pustaka Mandiri.
- Basuki, A. T. & Prawoto, N., 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Basuki, A. T. & Yuliadi, I., 2017. *Pengolahan Data Elektronik: SPSS 15 dan Eviews 7*. Sleman: Danisa Media.
- Bungin, M. B., 2015. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Chowdhry, B. & Nanda, V., 1991. Multimarket Trading and Market Liquidity. *Journal The Review of Financial Studies*, 4(3), pp. 483-511.
- Dinas Perdagangan Kabupaten Bantul, 2018. *Profil Pasar Rakyat Di Kabupaten Bantul*. Bantul: s.n.
- Firdausa, R. A. & Arianti, F., 2012. *Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak*, Semarang: Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis (Universitas Diponegoro Semarang).
- Fu'ad, E. N., 2015. Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Pada Usaha Berskala Mikro/ Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 30(1), pp. 56-67.
- Javaraza, D. C. & Chitando, P., 2013. The Role of Store Location in Influencing Customers STore Choice. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Science (JETEMS)*, 4(3), pp. 302-307.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2009. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: Indeks.
- Lesmana, F. S. & Azhad, M. N., 2002. Analisis Keputusan Pedagang Dalam Memilih Stan Penjualan Di Pujasera Jember. *Jurnal From UMJ Fakultas Ekonomi*, pp. 1-10.

- Maryanto, Matsum, J. H. & Khomas, Y., 2013. Analisis Perilaku Pedagang Yang Berjualan Pakaian di Pasar Dahlia Pontianak. *Jurnal Pendidikan Ekonomi FKIP Untan*, 2(11).
- Maulidiyah, F. D. A. & Idajati, H., 2016. Faktor Yang Mempengaruhi Kriteria Lokasi Berdagang Pedagang Kaki Lima Berdasarkan Preferensi Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), pp. C145-C150.
- Prabowo, F. S. & Rahadi, R. A., 2015. David vs. Goliath: Uncovering The Future of Traditional Markets in Indonesia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5), pp. 28-36.
- Pratiwi, A. & Kamal, M., 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa (Studi PAda Usaha Jasa Mikro-Kecil di Sekitas Kampus UNDIP Pleburan)*, Semarang: Manajemen Fakultas Ekonomi (Universitas Diponegoro).
- Rahardja, P. & Manuru, M., 2008. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. 3 ed. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Septiari, E. D. & Kusuma, G. H., 2016. Understanding the Perception of Millennial Generation toward Traditional Market (A Study In Yogyakarta). *Journal Review of Integrative Business and Economics Research*, 5(1), pp. 30-43.
- Sihwi, S. W., Anggrianingsih, R. & P, N. E., 2014. Sistem Penunjang Keputusan Untuk Menentukan Lokasi Usaha Dengan Metode Simple Additive Weighting (SAW). *ITSMART : Jurnal Teknologi daan Informasi*, 3(1), pp. 41-46.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, Z. N., 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tradisional Wates)*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Walsh, J., 2010. The Street Vendors of Bangkok: Alternatives to Indoor Retailers at a Time of Economic Crisis. *American Journal of Economics and Business Administration*, 2(2), pp. 185-188.
- Warmaliya, F. & Wirawan, I. G. P. N., 2014. Perbandingan Faktor-Faktor yang Menentukan Pemilihan Lokasi Pedagang Perak dan Emas di Pasar Seni Celuk dan Ubud.. *E-Jurnal ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 3(6), pp. 227-236.
- Widodo, A., 2000. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus : Kota Semarang)*, Semarang: Universitas Diponegoro.

