

**DAMPAK KEHADIRAN PASAR MODERN MAJU BERSAMA
TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR
TRADISIONAL MMTc**

SKRIPSI

OLEH :

FITRI HANDAYANI

168220011



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 27/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)27/6/22

**DAMPAK KEHADIRAN PASAR MODERN MAJU BERSAMA
TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
MMTC**

SKRIPSI

*Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Studi S1 di Fakultas Pertanian
Universitas Medan area*

OLEH :

FITRI HANDAYANI

168220011

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/6/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)27/6/22

Judul Skripsi : **Dampak Kehadiran Pasar Modern Maju Bersama Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional MMTC**
Nama : **Fitri Handayani**
NPM : **168220011**
Fakultas : **Pertanian**

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



(Drs. Khairul Saleh, M.MA)
Pembimbing I

(Muhammad Fadly Abdina, S.P.,M.Si)
Pembimbing II

Diketahui :



(Dr. Ir. Zulheri Noer, MP)
Dekan Fakultas Pertanian



(Fastabiqu Khairad, S.P.,M.Si)
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 17 Januari 2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah di tuliskan sumbernya secara jelas sesuai engan norma, kaida dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 20 April 2022



Fitri Handayani

16.822.0011

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Fitri Handayani

Npm : 168220011

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area. **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Dampak Kehadiran Pasar Modern Maju Bersama Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional MMTC”.

Beserta perangkat yang ada (jika di perlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk perangkat data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 20 April 2022

Yang Menyatakan



(Fitri Handayani)

ABSTRACT

The market is a place where transactions of goods are carried out by more than one seller and buyer. Traditional markets and modern markets are often located in one area close together. This will have an impact on traditional market traders. The impact of the existence of modern markets on traditional markets is in terms of a decrease in the income of traditional traders. This study aims to determine the impact of the presence of the Maju Bersama modern market on the income of MMTC traditional market traders. This research was carried out at the MMTC market, Percut Sei Tuan district in August 2021 with a total sample of 30 traditional market traders at MMTC who were taken by purposive sampling method. While the data collection method using questionnaires and interviews. The results showed that there was an influence on the income of traditional market traders at MMTC Market, Percut Sei Tuan District with the existence of the Maju Bersama modern market. The income of traditional market traders after the presence of the Maju Bersama modern market resulted in a decrease in income of 7.51%. The average income of traditional traders before the Maju Bersama modern market was Rp 2,063,333, and after the Maju Bersama modern market it was Rp 1,908,333. Sales of traditional traders after the existence of the Maju Bersama modern market decreased by 11.26%. The decline in sales of traditional traders has more impact on fruit sales, while buyers still choose to buy vegetables at traditional traders.

Keyword : traditional traders, modern market, impact, income.

ABSTRAK

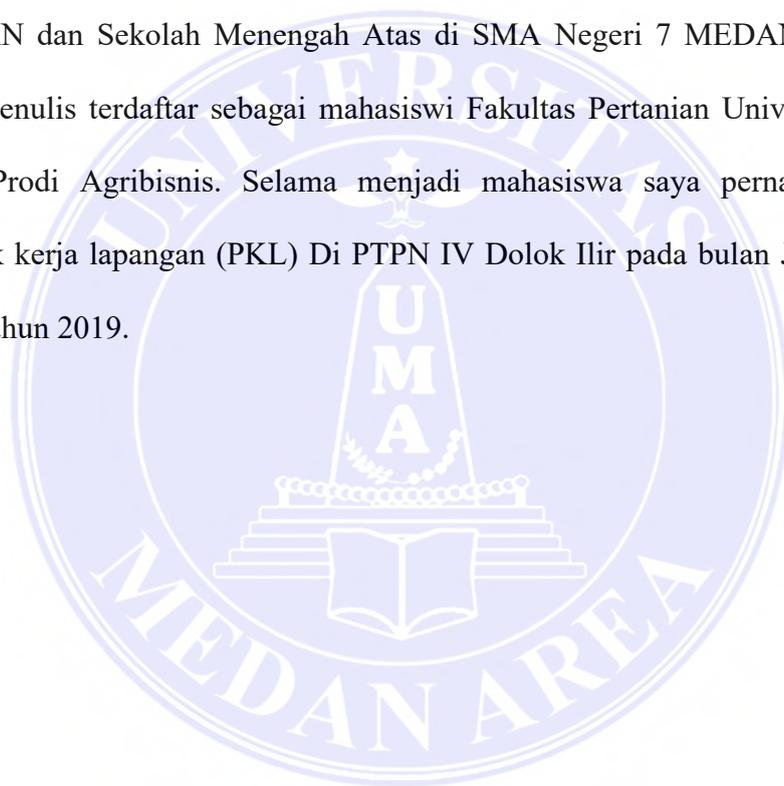
Pasar adalah tempat terjadinya transaksi barang yang dilakukan oleh lebih dari satu penjual dan pembeli. Pasar tradisional dan pasar modern sering berada dalam satu wilayah yang berdekatan. Hal tersebut akan berdampak pada pedagang pasar tradisional. Dampak dari keberadaan pasar modern pada pasar tradisional adalah dari segi penurunan pendapatan pedagang tradisional. Penelitian ini untuk mengetahui dampak kehadiran pasar modern Maju Bersama terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional MMTC. Penelitian ini dilaksanakan di pasar raya MMTC Kecamatan Percut Sei Tuan pada bulan Agustus 2021 dengan jumlah sampel pedagang pasar tradisional di MMTC ada sebanyak 30 orang yang diambil dengan metode *purposive sampling*. Sedangkan metode pengambilan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh pendapatan pedagang pasar tradisional di Pasar MMTC Kecamatan Percut Sei Tuan dengan adanya pasar modern Maju Bersama. Pendapatan pedagang pasar tradisional setelah kehadiran pasar modern Maju Bersama berdampak penurunan pendapatan sebesar 7,51%. Rata-rata pendapatan pedagang tradisional sebelum adanya pasar modern Maju Bersama sebesar Rp 2.063.333, dan setelah ada pasar modern Maju Bersama menjadi Rp 1.908.333. Penjualan pedagang tradisional setelah adanya pasar modern Maju Bersama mengalami penurunan mencapai 11,26%. Penurunan penjualan pedagang tradisional tersebut lebih berdampak pada penjualan buah, sedangkan pembeli masih memilih membeli sayuran di pedagang tradisional.

Kata Kunci: *pedagang tradisional, pasar modern, dampak, pendapatan*

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Medan perjuangan pada tanggal 02 Maret 1997 , penulis merupakan anak ke 2 dari 3 bersaudara yang merupakan putri dari Ayahanda Khairizal dan Ibunda Delima Sari Siregar.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah SD MUHAMMADIYAH 09 MEDAN, Sekolah Menengah Pertama di Negeri 37 MEDAN dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 7 MEDAN. Pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswi Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Prodi Agribisnis. Selama menjadi mahasiswa saya pernah melakukan praktek kerja lapangan (PKL) Di PTPN IV Dolok Ilir pada bulan Juli – Agustus Pada tahun 2019.



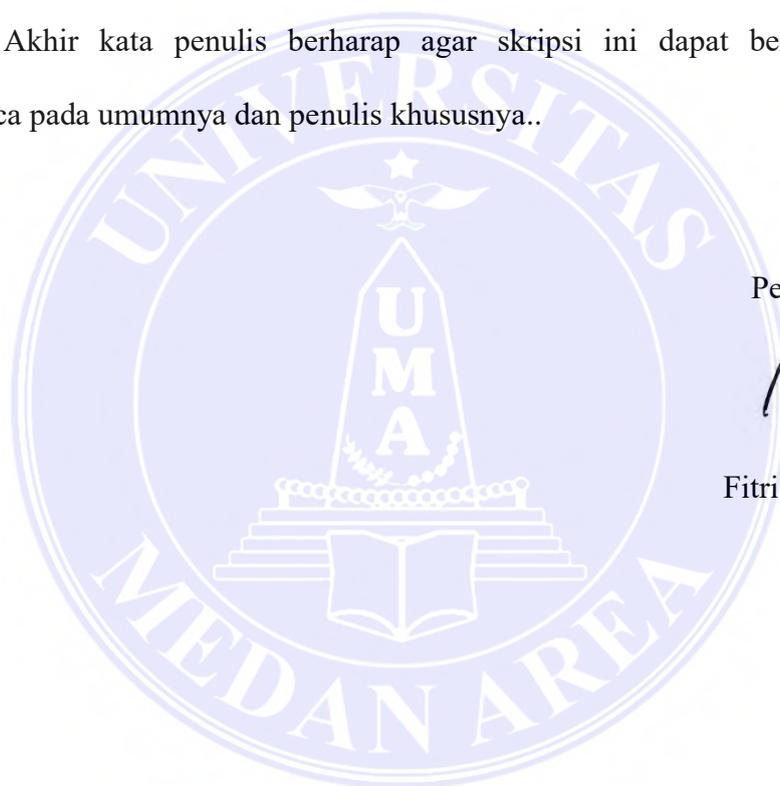
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan terlebih dahulu kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan kuasa Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun Skripsi ini berjudul **“Dampak Kehadiran Pasar Modern Maju Bersama Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional MMTTC”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Khairul Shaleh, MA, Selaku ketua komisi pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dan banyak memberikan saran dan masukan-masukan yang bermanfaat dalam penyelesaian skripsi penelitian ini.
2. Bapak Muhammad Fadly Abdina, S.P, M.Si selaku Pembimbing II yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dan banyak memberikan saran dan masukan-masukan yang bermanfaat dalam penyelesaian skripsi penelitian ini.
3. Bapak Dr. Ir. Zulheri Noer, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
4. Ibu Fastabiqul Khairad, S.P, M.Si selaku ketua program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Seluruh Dosen pengajar dan Staff Pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

6. Kedua orang tua tercinta saya Ibunda Delima Sari Siregar dan Ayahanda Khairizal serta kakak tercinta saya Ferayatna Sari dan adik saya M. Fakhri Majid yang telah memberikan banyak dukungan baik moral maupun materi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terkhusus teman-teman agribisnis angkatan 2016 fakultas pertanian Universitas Medan Area.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis khususnya..



Penulis

Fitri Handayani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Hipotesis	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Sejarah Tentang Pasar	11
2.2 Deskripsi Pasar Pasar Tradisional	17
2.3 Pedagang	18
2.3.1 Ciri-Ciri Pedagang Pasar Tradisional.....	18
2.3.2 Pelanggan	19
2.4 Perbedaan Pasar Modren dan Pasar Tradisional	21
2.4.1 Manfaat Pasar Modern	21
2.5 Biaya.....	23
2.5.1 Biaya Tetap (<i>Fixed Cost</i>)	23
2.5.2 Biaya Variabel (<i>Variable Cost</i>).....	24
2.6 Pendapatan Pedagang.....	24
2.6.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan	25

2.6.2 Jenis Pendapatan Pedagang.....	26
2.7 Pengertian Dampak Terhadap Pendapatan.....	28
2.8 Penelitian Terdahulu.....	29
III. METODE PENELITIAN	31
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	32
3.4 Metode Analisis Data	32
3.5 Defenisi dan Batasan Operasional Variabel.....	34
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	36
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
4.1.1 Letak Geografis Kecamatan Percut Sei Tuan	37
4.2 Karakteristik Sampel Penelitian.....	37
4.2.1 Jenis Kelamin.....	38
4.2.2 Umur	38
4.2.3 Tingkat Pendidikan.....	39
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
5.1 Hasil Penelitian.....	41
5.1.1 Pendapatan	41
5.1.2 Jumlah Konsumen.....	42
5.1.3 Barang Dagangan.....	43
5.1.4 Uji Beda (<i>Paired Sample T-Test</i>).....	44
5.2 Pembahasan	45
5.2.1 Keadaan Pedagang Tradisional Sebelum Ada Pasar Modern Maju Bersama MMTC.....	45
5.2.2 Keadaan Pedagang Tradisional Sesudah Ada Pasar Modern Maju Bersama MMTC.....	46
5.2.3 Dampak Kehadiran Pasar Modern Maju Bersama Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional MMTC	47
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	51
6.1 Kesimpulan.....	51
6.2 Saran	51

DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	56



DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Jumlah Pasar Tradisional di Kecamatan Percut Sei Tuan Tahun 2016-2019	2
2.	Jumlah pasar Modern Berdasarkan Kecamatan di Kota Medan Tahun 2018	3
3.	Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional	21
4.	Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	38
5.	Kategori Umur Responden Berdasarkan Depkes RI	38
6.	Berdasarkan Pendidikan Responden.....	39
7.	Sampel Pedagang Tradisional Berdasarkan Pendapatan Sebelum dan Sesudah Ada Pasar Moden Maju Bersama	41
8.	Sampel Pedagang Tradisional Berdasarkan Jumlah Konsumen Sebelum dan Sesudah Ada Pasar Moden Maju Bersama	42
9.	Sampel Pedagang Tradisional Berdasarkan Barang Dagangan Sebelum dan Sesudah Ada Pasar Moden Maju Bersama	43
10.	Hasil Perhitungan <i>Paired Sample T-Test</i>	44

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	10



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	56
2.	Karakteristik Pedagang Tradisional MMTC di Kecamatan Percut Sei Tuan	59
3.	Pendapatan Pedagang Tradisional MMTC di Kecamatan Percut Sei Tuan	60
4.	Jumlah Pembeli Pedagang Tradisional MMTC di Kecamatan Percut Sei Tuan	61
5.	Jumlah Barang Dagangan Terjual Pedagang Tradisional MMTC di Kecamatan Percut Sei Tuan.....	62
6.	Jumlah Dagangan Pedagang Tradisional MMTC di Kecamatan Percut Sei Tuan Berdasarkan Jenis	63
7.	Hasil Analisis Data.....	64
8.	Dokumentasi Penelitian	65

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar adalah tempat terjadinya transaksi barang yang dilakukan oleh lebih dari satu penjual dan pembeli, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan dan peruntukan lainnya. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan naungi oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah dan juga kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar (Pepres RI No. 112, 2007).

Pasar tradisional menempati ruang tersendiri di hati para konsumennya dengan keramah tamahan yang khas, otentik, dan tanpa dibuat-buat. Pada pasar ini, interaksi antara penjual dan pembeli tidak hanya merupakan tindakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan sosial. Interaksi yang terus berlangsung antara penjual dan pembeli di pasar ini menunjukkan bahwa manusia adalah makhluk sosial, makhluk yang tidak bisa hidup tanpa orang lain (Indriati dan Widyatmoko, 2008). Kecamatan Percut Sei Tuan sangat menggantungkan kehidupannya pada sektor perdagangan khususnya pasar tradisional. Bentuk penataan infrastruktur pasar tradisional yang dikelola oleh pemerintah dan swasta sangat berbeda. Pada pasar tradisional swasta masih minim fasilitas infrastrukturnya dibandingkan dengan pasar tradisional yang dikelola pemerintah. (Sinaga, 2018).

Tabel 1. Jumlah Pasar Tradisional di Kecamatan Percut Sei Tuan Tahun 2016-2019

Kelurahan/Desa	2016	2017	2018	2019
Amplas	1	1	1	1
Kenangan	1	1	1	1
Tembung	2	2	1	1
Sumber Rejo Timur	2	2	1	1
Sei Rotan	1	1	1	1
Bandar Kalippa	3	2	3	3
Bandar Khalipa	1	1	1	1
Medan Estate	1	1	2	2
Laut Dendang	1	2	2	2
Sampali	1	2	2	2
Bandar Setia	1	1	1	1
Kolam	1	1	1	1
Santis	1	1	1	1
Cinta Rakyat	1	1	1	1
Cinta Damai	1	1	1	1
Pematang Lalang	-	-	-	-
Percut	1	1	1	1
Tanjung Rejo	1	1	1	1
Tanjung Selamat	1	1	1	1
Kenangan Baru	1	1	1	1
Jumlah	23	24	24	24

Sumber : Badan Pusat Statistik Deli Serdang (2020).

Pada Tabel 1, dapat dilihat jumlah pasar tradisional di Kecamatan Percut Sei Tuan pada tahun 2016-2019 tidak mengalami perubahan yang signifikan. Pada tahun 2016 jumlah pasar tradisional di Kecamatan Percut Sei Tuan berjumlah 23, pada tahun 2017 mengalami penambahan menjadi 24 dan pada tahun 2017-2019 tidak mengalami perubahan. Pasar tradisional yang ada di komplek MMTC medan menjadi satu-satunya pasar tradisional di Kelurahan Kenangan Baru. Pasar tradisional tersebut berada di daerah pinggiran kota yang terdapat juga pasar modern. Kecamatan Percut Sei Tuan yang berbatasan langsung dengan Kota Medan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan pasar modern di Kota Medan. Jumlah pasar modern yang ada di Kota Medan berdasarkan kecamatan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Pasar Modern Berdasarkan Kecamatan di Kota Medan Tahun 2018

No	Kecamatan	Pasar Modern		Total
		Minimarket	Supermarket	
1	Medan Tuntungan	19	-	19
2	Medan Johor	20	-	20
3	Medan Amplas	16	-	16
4	Medan Denai	10	1	11
5	Medan Area	3	2	5
6	Medan Kota	9	4	13
7	Medan Maimun	11	2	13
8	Medan Polonia	5	2	7
9	Medan Baru	15	2	17
10	Medan Selayang	11	-	11
11	Medan Sunggal	20	1	212
12	Medan Helvetia	23	1	24
13	Medan Petisah	11	4	15
14	Medan Barat	14	2	16
15	Medan Timur	19	1	20
16	Medan Perjuangan	6	1	7
17	Medan Tembung	8	4	12
18	Medan Deli	7	3	10
19	Medan Labuhan	8	-	8
20	Medan Marelan	12	2	14
21	Medan Belawan	4	-	4
Total		251	32	283

Sumber : Pemko Medan, 2018

Dari Tabel 2, dapat dilihat bahwa kehadiran pasar modern cukup banyak dan jauh berbeda dibandingkan dengan pasar tradisional. Jumlah pasar modern di Kota Medan pada tahun 2018 mencapai 283 yang terdiri dari 251 minimarket dan 32 supermarket. Keberadaan pasar modern (supermarket, minimarket) dianggap oleh berbagai kalangan telah menyudutkan keberadaan pasar tradisional di perkotaan. Berdasarkan hasil studi Nielsen (2005), pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Dampak dari keberadaan pasar modern pada pasar tradisional adalah dari segi penurunan pendapatan pedagang tradisional. Perbandingan pasar tradisional (*wet market*) dengan pasar modern di Hong Kong, menunjukkan bahwa meskipun *wet market* tetap dominan, namun terjadi penurunan pangsa belanja konsumen di *wet market*. (Solfres, 2002 dalam Suryani 2015).

Menurut Suryadarma *et al* (2007) menyimpulkan bahwa keberadaan supermarket berpengaruh terhadap penurunan kontribusi dan kinerja pasar tradisional. Namun, secara kuantitatif, tidak ada pengaruh nyata. Kemunduran pasar tradisional lebih disebabkan oleh faktor internal yang mengakibatkan kurangnya daya saing dibandingkan pasar modern. Selain itu, ditemukan bahwa pasar tradisional yang terletak dekat dengan supermarket lebih parah terkena dampak daripada yang terletak jauh dari supermarket. Demikian pula hasil penelitian Sulistyowati (1999) tentang persaingan di pasar tradisional dan supermarket berdasarkan pengamatan perilaku belanja di kota Bandung, menunjukkan bahwa dari beberapa indikator persaingan yang dianalisis dari perilaku belanja masyarakat dan karakteristik pasar tradisional dan supermarket, ternyata diketahui bahwa keberadaan supermarket berkembang pesat. Pertumbuhan yang pesat belum mampu sepenuhnya menggantikan peran pasar tradisional. Salah satu pasar modern yang menjual kebutuhan pokok masyarakat adalah Maju Bersama.

Pasar modern Maju Bersama secara tidak langsung menuntut pedagang pasar tradisional MMTC untuk dapat meningkatkan pelayanan serta membenahi fasilitas pada tokonya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini memungkinkan terdapatnya perubahan pada preferensi masyarakat untuk lebih memilih berbelanja dipedagang pasar tradisional dari pada berbelanja di pasar modern Maju Bersama. Menurut Imron (2015), pasar tradisional akan kalah bersaing dengan pasar modern dilihat dari lemahnya manajemen dan buruknya infrastruktu pasar tradisional, bukan semata-mata karena keberadaan pasar modern. Pasar modern memanfaatkan kondisi buruk yang ada di pasar tradisional.

Pasar modern tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional, namun di pasar modern, penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan melihat label harga yang tertera pada barang (barcode), akses lebih kecil, berada di dalam gedung dan pelayanan dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh tenaga penjual. Barang yang ada tidak hanya bahan makanan seperti : buah, sayur, daging, tetapi juga barang yang tahan lama (Basu dan Irawan, 2002).

Reardon *et al* (2003), mengemukakan bahwa sejak tahun 2003 pangsa pasar supermarket di sektor bisnis ritel makanan di banyak negara berkembang seperti Korea Selatan, Thailand, Taiwan, Meksiko, Polandia, dan Hongaria telah mencapai 50%. Di Brazil dan Argentina, di mana pengembangan Supermarket sudah dimulai, pangsa pasarnya mencapai sekitar 60%. Traill (2006) menggunakan berbagai asumsi dan memprediksi bahwa pada tahun 2015, pangsa pasar Supermarket akan mencapai 61% di Argentina, Meksiko dan Polandia; 67% di Hongaria; dan 76% di Brasil. Di Indonesia, supermarket lokal sudah ada sejak tahun 1970-an, meski masih berada di kota-kota besar. Supermarket merek asing mulai masuk ke Indonesia pada akhir 1990-an sejak kebijakan penanaman modal asing langsung di sektor bisnis ritel dibuka pada tahun 1998.

Meningkatnya persaingan telah mendorong munculnya supermarket di kota-kota kecil untuk mencari pelanggan baru dan peran harga. Akibatnya, jika supermarket Indonesia hanya melayani kelas menengah atas pada 1980-an dan awal 1990-an (CPIS 1994), menjamurnya supermarket ke kota-kota kecil dan praktik predasi melalui strategi penetapan harga memungkinkan konsumen kelas menengah ke bawah mengakses supermarket. Tentu saja, masalah ini juga dialami di negara-negara berkembang lainnya (Suryadarma, *dkk.* 2007).

Dari hasil observasi, ada beberapa faktor yang dapat menjelaskan mengapa beberapa pasar tradisional terkena dampak atas kehadiran supermarket sementara yang lain tidak. Pertama adalah faktor jarak antara pasar tradisional dengan supermarket, dimana pasar tradisional yang relatif dekat dengan supermarket paling terpengaruh. Kedua, faktor terpenting adalah karakteristik konsumen di pasar tradisional. Pasar tradisional yang pelanggan utamanya dari kalangan menengah ke bawah merasakan dampak yang paling besar karena kehadiran Supermarket (Suryadarma, dkk. 2007).

Perlindungan pasar tradisional dapat dilakukan karena aturan pengembangan pasar yang harus mengacu pada tata ruang dan wilayah yang sudah dimiliki oleh Pemerintah Daerah. Termasuk penyaluran kredit usaha rakyat kepada pedagang tradisional. Dengan terbitnya Perpres ini maka akan mempermudah program pemberdayaan bagi pedagang seperti penyaluran kredit mikro dan sebagainya, peningkatan kinerja ritel tradisional juga perlu ditingkatkan. Salah satunya dengan perbaikan bangunan pasar tradisional, serta pemberdayaan pedagang kecil dan pengecer tradisional melalui berbagai program (Suryadarma, dkk. 2007).

Pemberlakuan aturan baku pendirian pasar tradisional dan pasar modern akan membuat persaingan di antara keduanya semakin sengit di masa mendatang. Data Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI) menyebutkan hipermarket telah menyebabkan runtuhnya pasar tradisional dan kios pedagang kecil dan menengah. Data yang dihimpun APPSI pada tahun 2005, ketika hipermarket belum separah sekarang, menjelaskan bahwa di Jakarta ada delapan pasar tradisional dan 400 kios yang tutup setiap tahun karena kalah bersaing

dengan hipermarket (Indrakh, 2007).

Maraknya pembangunan pasar modern membuat pedagang pasar tradisional tidak mampu bertahan. Beberapa berita terbaru dimedia masa mengatakan bahwa tidak sedikit pasar tradisional yang tersebar di pelosok Indonesia kolaps, hal ini diduga akibat dari pembangunan pasar modern di Indonesia yang semakin marak. Dari berbagai hasil penelitian yang penulis kutip, kondisi usaha dan kinerja pasar. Perkembangan jaman dan perubahan gaya hidup yang dipromosikan begitu hebat oleh berbagai media telah membuat eksistensi pasar tradisional menjadi sedikit terusik. Dampak dari keberadaan pasar modern pada pasar tradisional adalah dari segi penurunan pendapatan. Begitu pula yang terjadi di MMTC, pasar modern berkembang pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan mudahnya kita menemukan pasar modern seperti Minimarket, Supermarket bahkan Hypermarket di sekitar tempat tinggal kita.

Hal ini harus menjadi pusat perhatian baik pemerintah maupun swasta dan menjadi penelitian karena dikhawatirkan akan berdampak negatif terhadap pasar tradisional, seperti yang terjadi di perkotaan.. Dari pembahasan diatas penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui dampak pasar modern Maju Bersama terhadap pasar tradisional MMTC. Dari Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Dampak kehadiran Pasar Modern Maju Bersama Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional MMTC”.

1.2. Rumusan Masalah

Banyak kalangan yang mengasumsikan bahwa antara pasar modern dan pasar tradisional memiliki segmen pasar yang berbeda. Akan tetapi kenyataannya tidaklah demikian karena justru segmen pasar modern dan pasar tradisional adalah sama dan

mereka bersaing secara bebas. Akibatnya, tentu saja pasar tradisional yang kalah karena beberapa keunggulan yang ada pada pasar modern seperti bisa menjual produk dengan harga yang lebih murah, kualitas produk terjamin, kenyamanan berbelanja, dan banyaknya pilihan cara pembayaran. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas maka timbul pertanyaan peneliti sebagai gambaran dari permasalahan yang akan diteliti. Pertanyaan tersebut adalah: “Bagaimana dampak kehadiran pasar modern maju bersama terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional MMTC?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak kehadiran pasar modern Maju Bersama terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional MMTC.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

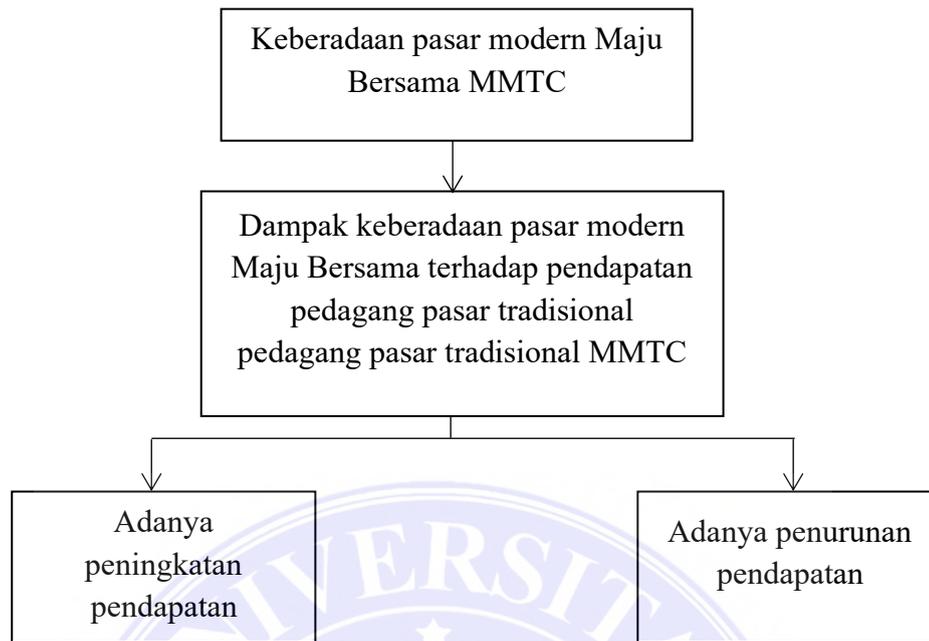
1. Sebagai bahan informasi tentang dampak kehadiran pasar modern maju bersama terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional MMTC.
2. Sebagai bahan referensi dan studi untuk pengembangan ilmu bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta acuan untuk peneliti lebih lanjut.

1.5 Kerangka Pemikiran

Keberadaan pasar, khususnya pasar tradisional, merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat disuatu wilayah. Pemerintah harus memperhatikan keberadaan pasar tradisional sebagai salah satu sarana publik yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat. Perkembangan jaman dan perubahan gaya hidup yang dipromosikan begitu hebat oleh berbagai media telah

membuat eksistensi pasar tradisional menjadi sedikit terusik. Namun demikian pasar tradisional ternyata masih mampu untuk bertahan dan bersaing ditengah serbuan pasar modern dalam berbagai bentuk . (Indrakh, 2007).

Maraknya pembangunan pasar modern membuat pedagang pasar tradisional tidak mampu bertahan. Beberapa berita terbaru dimedia masa mengatakan bahwa tidak sedikit pasar tradisional yang tersebar di pelosok Indonesia kolaps, hal ini diduga akibat dari pembangunan pasar modern di Indonesia yang semakin marak. Dari berbagai hasil penelitian yang penulis kutip, kondisi usaha dan kinerja pasar tradisional menunjukkan penurunan setelah beroperasinya pasar modern. Ini diantaranya menyangkut kinerja : aset, omset penjualan, perputaran barang dagangan dan keuntungan serta pendapatan pedagang tradisional. Hal diatas memberikan keinginan bagi penulis untuk mengangkatnya dalam penelitian, dengan tujuan untuk mengetahui dampak dari pasar modern terhadap pendapatan pedagang tradisional di pasar tradisional MMTC juga untuk membuktikan dampak pasar pasar modern terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di pasar tradisional MMTC. Dari adanya jenis pasar diatas dapat dilihat apakah berpengaruh atau tidak terhadap pendapatan pedagang dilihat dari pasar tradisional MMTC sebelum dan sesudah adanya pasar modern Maju bersama. Dari uraian kerangka pemikiran diatas dapat dilihat dari Gambar 1 dibawah ini :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

1.6 Hipotesis

Diduga bahwa keberadaan pasar modern Maju Bersama berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Pasar MMTC Kecamatan Percut Sei Tuan

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sejarah Tentang Pasar

Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 220 juta, ditambah sekitar 5 juta kunjungan wisatawan asing per tahun merupakan pasar yang lemah baik bagi peritel nasional maupun asing. Memang, populasi yang besar merupakan faktor utama dalam keberhasilan atau kegagalan pasar ritel (Suryadarma, *dkk.*, 2007). Seiring dengan tuntutan pasar bebas, ritel akhir-akhir ini berkembang dengan konsep ritel modern. Ritel tradisional adalah retail sederhana dengan tempat yang tidak terlalu luas, barang yang diperjualkan tidak beragam. Sistem manajemen yang sederhana memungkinkan terjadinya proses negosiasi harga. Berbeda dengan ritel modern yang menawarkan lebih banyak ruang, banyak jenis barang yang dijual, manajemen lebih mudah dikelola, harga adalah harga tetap. Peritel modern ini menggunakan konsep *self-serve* atau biasa disebut swalayan. Pada ritel modern terdapat Hypermarket, Supermarket dan Minimarket. Gerai ritel modern biasanya disebut pasar modern. Dari catatan Business Watch Indonesia (BWI), perkembangan ritel modern di Indonesia berkembang pesat sejak tahun 2000. Apalagi sejak masuknya peritel asing. Misalnya peritel Prancis dengan Carrefour membuka ritel tipe hypermarket, lalu ada Giant yang dibuka Hero Dairy Farm dari Hongkong (Solopos, 2008).

Kekuatan pasar tradisional dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek-aspek ini termasuk harga yang lebih rendah dan dapat dinegosiasikan, kedekatan dengan pemukiman, dan menyediakan banyak pilihan produk segar. Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja yang luar biasa, di mana kita dapat melihat dan menyentuh produk yang umumnya sangat segar. Namun, bukan berarti pasar

tradisional tidak memiliki kelemahan. Selama ini pasar tradisional lebih dikenal dengan kelemahannya. Kelemahan tersebut antara lain kesan pasar terlihat becek, kotor, bau, dan terlalu ramai dengan *traffic* pembeli. Ditambah dengan ancaman perubahan kondisi sosial masyarakat, dimana wanita karir perkotaan umumnya hampir tidak punya waktu untuk berbelanja di pasar tradisional (Esther dan Dikdik, 2003). Meski informasi tentang gaya hidup modern dengan mudah didapat, tampaknya masyarakat masih memiliki budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja di pasar tradisional. Ada perbedaan yang sangat mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern. Bedanya, di pasar tradisional masih terjadi proses tawar menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga. Dalam proses tawar menawar, terdapat kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan saat berbelanja di pasar modern (Harian Kompas, 2007).

Pemerintah harus serius dalam mengelola dan menjaga keberadaan pasar tradisional. Pemerintah menyadari bahwa keberadaan pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas. Perhatian pemerintah dibuktikan dengan merevitalisasi pasar tradisional di berbagai tempat. Target yang ditetapkan sangat sederhana dan menyentuh hal-hal yang sangat mendasar. Selama ini pasar tradisional selalu identik dengan tempat belanja yang menyenangkan, becek, dan bau, sehingga hanya didatangkan oleh masyarakat kelas bawah. Gambaran pasar seperti di atas harus disulap menjadi tempat yang bersih dan nyaman bagi pengunjung.

Dengan demikian, masyarakat dari berbagai kalangan akan tertarik untuk datang dan bertransaksi di pasar tradisional. Pemerintah memang berhak mengatur

keberadaan pasar tradisional dan pasar modern. Namun aturan yang dibuat pemerintah tidak boleh diskriminatif dan tidak membuat dunia usaha mandek. Pedagang kecil, menengah, besar, perantara atau pedagang toko harus memiliki kesempatan yang sama dalam berbisnis (Harian Kompas, 2007).

Persaingan antar peritel di Indonesia sebenarnya tidak sesederhana yang dibayangkan. Persaingan tidak hanya terjadi antara yang besar dan yang kecil, tetapi juga antara yang besar dengan yang besar, dan yang kecil dengan yang kecil. Pemerintah sebagai regulator harus mampu menampung semua aspirasi yang berkembang tanpa ada yang merasa dirugikan. Pemerintah harus mampu melindungi dan memberdayakan pengecer kecil karena melimpahnya mereka. Di sisi lain, pengecer besar juga memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian. Selain menyerap tenaga kerja, banyak pengecer besar memberdayakan dan meningkatkan kualitas pemasok yang umumnya juga pengusaha kecil dan menengah. Belum lagi konsumen yang semakin senang dimanjakan menjadi raja. Bagi pemerintah, menemukan keseimbangan antara yang besar dan yang kecil tidaklah mudah (Indrakh, 2007).

Berbeda dengan pasar modern, pasar tradisional sebenarnya memiliki keunggulan kompetitif alami yang tidak dimiliki secara langsung oleh pasar modern. Lokasi yang strategis, area persaingan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang murah, sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli merupakan keunggulan pasar tradisional. Namun, selain memiliki keunggulan alam, pasar tradisional memiliki berbagai kelemahan yang menjadi ciri dasar yang sangat sulit untuk diubah. Faktor desain dan tampilan pasar, suasana, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi

persaingan, terbatasnya jam operasional pasar, dan optimalisasi pemanfaatan ruang merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern. (Ekapribadi, 2007).

Dalam hal rantai pasokan, 40% pedagang menggunakan pemasok profesional, sementara 60% lainnya mendapatkan barangnya dari pusat grosir. Hampir 90% pedagang membayar tunai kepada pemasok. Keadaan ini berarti pedagang di pasar tradisional memanfaatkan risiko kerugian dari usaha dagangannya. Hal ini berbeda dengan supermarket yang umumnya menggunakan metode konsinyasi atau kredit. Dari segi permodalan, 88% pedagang menggunakan modal sendiri, yang berarti mereka tidak memiliki akses atau keinginan untuk memanfaatkan pinjaman komersial untuk dana usaha mereka. Hal ini dapat menjadi kendala terbesar dalam Ekspansi Usaha mereka (Suryadarma, *dkk.* 2007).

Namun, hal ini disebabkan lemahnya daya saing pengecer tradisional. Pedagang, pengelola pasar, dan perwakilan APPSI menyatakan bahwa hal penting yang harus dilakukan untuk memastikan keberadaan pasar ini adalah memperbaiki infrastruktur pasar tradisional, menata PKL, dan menciptakan praktik pengelolaan pasar yang lebih baik. Sebagian besar pedagang secara terbuka mengatakan bahwa keyakinan mereka bahwa keberadaan supermarket tidak akan menjalankan kegiatan usahanya jika persyaratan di atas terpenuhi (Harmanto, 2007).

Dampak umum pada pengecer tradisional adalah negatif dan sering mengikuti pola yang sama. Pengecer tradisional pertama yang terpaksa menutup usahanya umumnya adalah yang menjual barang-barang umum, makanan olahan, produk susu, diikuti oleh toko-toko yang menjual produk segar dan pasar basah. Setelah beberapa tahun bergelut dengan persaingan, peritel tradisional yang

biasanya tetap berdagang adalah mereka yang menjual satu jenis produk atau mereka yang berjualan di lokasi yang secara resmi tidak boleh dimasuki oleh Supermarket (Daniel, 2007). Untuk beberapa alasan perubahan gaya hidup konsumen saat ini mengejutkan. Pertama, melalui skala ekonomi, pasar modern dapat menjual lebih banyak produk berkualitas dengan harga lebih rendah. Kedua, informasi daftar harga setiap barang yang tersedia dan mudah diakses oleh masyarakat. Ketiga, pasar modern menyediakan lingkungan belanja yang lebih nyaman dan bersih, dengan jam buka lebih lama, dan menawarkan berbagai pilihan pembayaran seperti kartu kredit dan debit serta menyediakan layanan kredit untuk peralatan rumah tangga berukuran besar. Keempat, produk yang dijual di pasar modern, seperti bahan makanan, telah melalui quality control dan tidak akan dijual jika sudah kadaluarsa (Setiadi, 2003).

Kekuatan pasar tradisional dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek-aspek ini termasuk menjadi lebih murah dan dapat dinegosiasikan, dekat dengan Anda, dan menyediakan banyak pilihan produk segar. Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja yang luar biasa, di mana Anda bisa melihat dan memegang langsung produk-produk yang umumnya masih sangat segar. Kelemahan pasar tradisional antara lain kesan bahwa pasar terlihat becek, kotor, bau dan terlalu padat lalu lintas pembeli (Esther dan Didik, 2003). Selain kelemahan di atas, faktor desain dan tampilan pasar, suasana, tata ruang, keragaman dan kualitas barang, promosi persaingan, kemacetan operasional pasar yang terbatas, dan optimalisasi pemanfaatan ruang merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan. dengan pasar modern. (Ekapribadi, 2007).

Keunggulan pasar tradisional juga bisa didapat dari lokasinya. Orang akan lebih suka berbelanja di pasar yang lebih dekat. Namun, pusat pengembangan potensi modern terus berkembang mencari lokasi. Dengan semakin maraknya dan tersebarnya lokasi pusat-pusat pembangunan modern, maka keunggulan lokasi juga akan semakin meningkat. Kedekatan lokasi tidak lagi dapat dijadikan sebagai sumber keuntungan bagi pasar tradisional (Paskarina, dkk, 2007). Upaya keseimbangan pasar tradisional dengan pasar modern sebenarnya belum dilakukan karena belum adanya kebijakan yang mendukung pasar tradisional misalnya dalam hal pembelian hasil pertanian tidak ada subsidi sehingga produk yang masuk pasar tradisional bersaing dari segi kualitas. dengan produk yang memasuki pasar modern. Bahkan saat ini berkembang kategorisasi pasar yang cenderung meminggirkan masyarakat, seperti pasar tradisional untuk masyarakat kelas menengah ke bawah namun kualitas barang yang dijual tidak sesuai standar, sedangkan pasar modern untuk masyarakat kelas menengah ke atas dengan produk kualitas yang sesuai bahkan melebihi standar minimal. Kategori-kategori tersebut menimbulkan kecemburuan sosial bukan antara pasar tradisional dan pasar modern, tetapi semakin mengarah pada konflik horizontal dalam masyarakat. Perbedaan kategori pasar tradisional dan pasar modern juga menunjukkan adanya stigmatisasi dan diskriminasi. Padahal konsep pasar modern sebenarnya lebih sarat dengan makna konsumtif daripada makna sebagai ruang sosial lintas strata masyarakat (Paskarina, dkk, 2007).

Pasar modern umumnya diisi oleh pengecer besar, baik perusahaan ritel lokal maupun nasional. Mereka adalah pesaing yang mengancam keberadaan pasar tradisional. Oleh karena itu, modernisasi pasar dengan pengelolaan modern,

baik dari sistem maupun kelembagaannya, perlu ditingkatkan untuk mengembangkan ekonomi pedagang kecil dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

2.2 Deskripsi Pasar Tradisional

Perbedaan pasar tradisional dan pasar modern dapat dilihat dari cara transaksi yang dilakukan yaitu di pasar tradisional tawar menawar masih dapat dilakukan, sedangkan di pasar modern tawar menawar tidak dapat dilakukan. Sementara itu, fasilitas tidak dapat dijadikan ukuran untuk menentukan apakah suatu pasar tradisional atau modern. Artinya jika suatu pasar memiliki fasilitas modern namun tetap menawarkannya, maka pasar tersebut dapat dikategorikan sebagai pasar tradisional. Pasar tradisional saat ini sangat kritis terhadap keberadaan pasar modern seperti supermarket, department store, dan mall. Meski pasar tradisional semakin terhimpit, namun tetap eksis. Suasana pasar tradisional juga ber-AC, sirkuit TV, aroma pengharum ruangan terutama toilet dan laki-laki. Pedagang yang berjualan di pasar tradisional kebanyakan wanita, cara berjualannya sangat sederhana tanpa menggunakan strategi pemasaran modern. Seperti menawarkan diskon, hadiah, terutama pembayaran melalui transfer uang. Pedagang tradisional selalu mengatakan bahwa ada sedikit keuntungan ketika pembeli menawar barang dagangannya dengan harga murah. Mereka tak segan-segan mengucapkan sumpah untuk memastikan jari mereka tertekuk saat membohongi pembeli. Idiom seperti ini tidak mungkin ditemukan di supermarket atau mall. Di pasar modern menghasilkan keuntungan yang wajar, besar atau kecil, tanpa perlu bersusah payah. Namun hal ini benar-benar ada dalam kehidupan pasar tradisional (Rozalinda, 2014). Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang

dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, termasuk kerjasama dengan pihak swasta dengan tempat usaha di berupa toko, kios, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, dan kecil. lembaga swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

2.3 Pedagang

Pedagang adalah orang atau badan yang melakukan kegiatan jual beli di pasar. Dalam kegiatan perdagangan, pedagang adalah orang atau lembaga yang memperdagangkan produk atau barang kepada konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam perekonomian, pedagang dibedakan menurut saluran distribusi yang dilakukan, yang dapat dibagi menjadi: distributor (pedagang tunggal), pedagang besar, dan pedagang eceran. Sedangkan menurut pandangan sosiologi ekonomi menurut Drs. Damsar, MA membedakan pedagang berdasarkan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga.

Dalam konteks usaha mikro, pedagang mikro adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi kecil yang sebagian besar dilakukan oleh sebagian masyarakat kelas bawah dengan sektor informal atau ekonomi subsisten, dengan ciri-ciri tidak mengenyam pendidikan formal yang tinggi, keterampilan rendah, banyak pelanggan berasal dari kelas bawah, sebagian pekerja adalah keluarga dan bekerja secara padat karya serta penjualan eceran, dengan modal kredit dari bank (Departemen Perindustrian dan Perdagangan *dalam* Abdullah *et. al*: 1996).

2.3.1 Ciri-Ciri Pedagang Pasar Tradisional

Ciri-ciri pedagang pasar tradisional adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha tidak berani ke bank umum untuk mendapatkan modal, mengingat prosedur dan persyaratan yang rumit yang sulit dipenuhi. Apalagi sebagian besar dari mereka buta huruf dan tidak memiliki aset sebahagia agunan. Akhirnya mereka beralih ke rentenir yang mampu memberikan pinjaman dengan cepat, tanpa memakan waktu lama dan proses yang rumit.
2. Biasanya mereka berdagang hanya untuk memenuhi kebutuhan saat itu. Artinya pedagang tradisional biasanya tidak memperhitungkan tabungan masa depan. Penghasilan yang mereka peroleh dari mereka adalah untuk membeli barang dagangan, membeli kebutuhan sehari-hari dan tentunya melunasi cicilan utang.
3. Pendidikan para pedagang relatif rendah bahkan buta huruf sehingga tidak melihat masa depan, bagi mereka berdagang yang mereka lakukan asalkan mencukupi kebutuhannya. Lebih cenderung memilih melakukan kredit ke rentenir karena prosesnya yang mudah.

2.3.2. Pelanggan

Menurut Fadila (2013), pelanggan adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana harapan pembelian pelanggan dipenuhi atau bahkan dilampaui oleh suatu produk. Jika harapan pelanggan terpenuhi maka saya akan merasa puas, dan jika melebihi harapan pedagang maka pedagang akan merasa senang. Pedagang dibagi menjadi dua kategori, yaitu pedagang pribadi dan pedagang organisasi. Pedagang pribadi adalah individu yang membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri, untuk keperluan rumah tangga, untuk anggota keluarga dan teman. Sedangkan pedagang organisasional adalah perusahaan, instansi pemerintah atau lembaga

nirlaba atau non profit lainnya yang membeli barang, jasa, dan peralatan lain yang diperlukan agar organisasi dapat berjalan dengan baik.

Menurut Praetijo (2004), perilaku konsumen adalah proses dimana seseorang mencari, mengimplementasikan, membeli, menggunakan, dan bertindak setelah mengkonsumsi produk, jasa atau ide yang diinginkan dapat memenuhi kebutuhan. Menurut Prasetyaningsih dan Astini (2016), bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu bagian utama dalam perilaku konsumen yang mengarah pada pembelian produk atau jasa. Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Dari faktor-faktor tersebut, konsumen akan melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih satu atau lebih alternatif yang dibutuhkan berdasarkan pertimbangan tertentu.

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa sejumlah faktor akan menentukan cara konsumen menentukan evaluasi dan membuat pilihan. Pemasar dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen melalui lingkungan di mana keputusan disusun dan pilihan pembelian dibuat. Beberapa dimensi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: (1) Evaluasi alternatif/Evaluasi alternatif adalah tindakan dimana konsumen membandingkan beberapa pilihan sebelum mengambil keputusan. (2) menyatakan niat membeli/membeli adalah tindakan untuk membentuk sesuatu yang paling disukai. (3) *Attitudes of others*/Sikap orang lain adalah pengaruh sikap orang lain terhadap konsumen. (4) Faktor situasi yang tidak terduga / Faktor situasional yang tidak terduga adalah kejadian yang tidak terduga yang dapat mengubah niat untuk membeli.

2.4. Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional

Setiap orang memiliki berbagai kebutuhan yang beraneka ragam.

Macam-macam kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan mengunjungi pasar.

Baik pasar modern ataupun pasar tradisional, kedua jenis pasar tersebut memiliki perbedaan, yaitu:

Tabel 3. Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional

No.	Aspek	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	Historis	Evolusi Panjang	Fenomena Baru
2	Fisik	Kurang baik, sebagian baik	Baik dan mewah
3	Pemilikan/kelembagaan	Milik masyarakat/desa pemda, sedikit swasta	Umumnya perorangan/swasta
4	Modal	Modal lemah/subsidi/swadya masyarakat/inpers	Modal kuat/digerakan oleh swasta
5	Konsumen	Golongan menengah kebawah	Umumnya golongan menengah keatas
6	Metode Pembayaran	Ciri dilayani tawar menawar	Sudah terletak harga/barcode
7	Status Tanah	Tanah Negara, sedikit sekali swasta	Tanah swasta/ perorangan
8	Pembiayaan	Kadang-kadang ada subsidi	Tidak ada subsidi
9	Pembangunan	Umumnya pembangunan dilakukan oleh pemda/desa/masyarakat	Pembangunan fisik umumnya oleh swasta
10	Pedagang yang masuk	Sector informal sampai pedagang menengah dan besar	Pedagangnya (tunggal) atau beberapa pedagang formalskala menengah dan besar
11	Peluang masuk/Partisipasi	Bersifat masal (pedagang kecil menengah dan bahkan	Terbatas umumnya pedagang tunggal dan menengah keatas
12	Jaringan	Pasar regional, pasar kota, pasar kawasan	System rantai, korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luarnegeri (Manajemen Tersentralisasi)
13	Transaksi	Dilakukan secara langsung, dapat dilakukan proses tawar menawar	Tidak dilakukan secara langsung

2.4.1. Manfaat Pasar Modern

Pasar modern merupakan pasar yang yang dikelola dengan menggunakan manajemen modern. Salah satu pasar modern seperti yang dijelaskan Kotler dan

Kevin (2016) adalah mini market. Keberadaan pasar modern, selain memberikan manfaat bagi konsumen juga mengakibatkan dampak yang cukup serius bagi keberlangsungan toko tradisional atau pedagang di pasar tradisional. Keberadaan pasar menurut Panggabean (2014) merupakan pusat kegiatan ekonomi yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Suatu daerah yang memiliki pasar, mengindikasikan daerah tersebut telah mengalami perkembangan. Keberadaan toko modern di daerah pemukiman, sebenarnya sangat dibutuhkan untuk pelayanan dan kemudahan berbelanja masyarakat. Kehadiran toko modern merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen. Mereka dapat memperoleh barang-barang yang diperlukan dengan harga yang pasti serta fasilitas ruangan yang nyaman.

Pasar modern menurut Kotler dan Kevin (2016) terdiri dari mall, supermarket, departement store, shopping centre, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang-barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijk/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Sementara itu, konsep pasar modern menurut Peraturan Presiden (Perpres) No. 112 Tahun 2007 yaitu toko dengan sistem pelayanan mandiri yang menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, departement Store, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Secara lebih lengkap konsep pasar modern dalam Perpres tersebut, dapat dijelaskan menurut luar gerai yang digunakan dan

item produk yang dijual. Berdasarkan luar gerai yang digunakan, pasar modern terdiri dari minimarket, supermarker, hypermarket, departemen store dan perkulakan. Sedangkan menurut item produk yang dijual minimarket, supermarket, dan hypermarket menjual secara eceran barang-barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya (Hermanto *dkk.*, 2020).

2.5. Biaya

Definisi biaya usaha menurut Putri (2014), uang yang digunakan sebagai pokok (induk) untuk berdagang, mengeluarkan uang, dan sebagainya; harta (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat digunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha.

Biaya adalah seluruh modal seorang pedagang pada saat menyediakan barang dagangan per bulan dalam satuan rupiah. Modal ini terdiri dari dua, yaitu modal uang dan modal barang dagangan. Modal uang adalah modal yang digunakan pedagang untuk berbelanja barang dagangan berupa sayur mayur kepada petani langsung yang bersumber dari milik pribadi atau pinjaman dari pihak lain. Sedangkan modal barang dagangan adalah modal yang berasal dari pemasok yang menipkan barang dagangan dengan perjanjian pembayaran setelah dijual atau pada saat penyerahan berikutnya.

2.5.1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap atau tidak berubah dalam jangka waktu tertentu, terlepas dari jumlah penjualan atau produksi. Contoh biaya tetap itu sendiri adalah biaya sewa gedung, gaji pegawai, pajak, biaya asuransi,

biaya pembayaran kredit, dan lain sebagainya. Biaya-biaya tersebut harus mempertimbangkan rencana kapasitas produksi dan penjualan pedagang untuk beberapa tahun ke depan karena begitu keputusan dibuat, manajemen akan kesulitan untuk mengubahnya dan tindakan manajemen selanjutnya adalah bagaimana menjalankan operasi yang efisien dengan pola yang telah ditetapkan ini.

2.5.2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas pedagang. Contoh biaya variabel antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya pembelian dagangan dan biaya perlengkapan pedagang. Biaya variabel yang memiliki rentang waktu dan sampai batas-batas tertentu jumlahnya berubah-ubah secara proporsional.

2.6 Pendapatan Pedagang

Menurut Sundari (2017) jenis pendapatan seorang pengusaha atau pedagang sangat ditentukan oleh bidang usaha yang dijalani. Karena itu seorang pengusaha atau pedagang mungkin hanya memiliki satu jenis pendapatan sementara seorang pengusaha atau pedagang lain memiliki lebih dari satu jenis pendapatan. Untuk keperluan Manajerial, pendapatan dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis seperti berikut ini :

1. Pendapatan total yaitu jumlah seluruh pendapatan dari penjualan, seperti pendapatan total atau total revenue ini adalah hasil perkalian dari jumlah unit terjual dengan harga jual per unit.
2. Pendapatan rata-rata atau pendapatan per unit barang atau jasa (*average revenue*).

Yaitu pendapatan rata-rata dari setiap unit penjualan. Oleh karena itu pendapatan

rata-rata dapat dirumuskan sebagai hasil dari pendapatan total dengan jumlah unit terjual.

3. Pendapatan tambahan atau pendapatan marjinal (marginal revenue) yaitu tambahan pendapatan yang didapat untuk setiap tambahan satu unit penjualan atau produksi.

Pendapatan juga bisa diartikan sebagai hasil kerja (usaha atau sebagainya). Kebutuhan dan keinginan tidak dibatasi, hanya saja kebutuhan dan keinginan tersebut dibatasi oleh besarnya pendapatan yang diterima seseorang. Pendapatan yang diterima pedagang tentu berbeda-beda. satu sama lain, hal ini disebabkan oleh Perbedaan jenis pekerjaan Perbedaan tersebut didasarkan pada tingkat pendidikan, keterampilan dan pengalaman kerja Indikator tingkat kesejahteraan di masyarakat Indikator tingkat kesejahteraan dalam masyarakat dapat diukur dari pendapat yang diterima.

Tingkat pendapatan merupakan salah satu tolak ukur kemajuan suatu daerah. Jika pendapatan suatu daerah relatif rendah, maka dapat dikatakan kemajuan dan kesejahteraannya akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi tersebut kemudian akan disimpan di bank yang tujuannya untuk berjaga-jaga jika kemajuan pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya jika pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut juga tinggi.

2.6.1. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pendapatan

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Kondisi dan kemampuan penjualan

- b. Kondisi pasar
- c. Modal
- d. Kondisi operasional

Beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan, yaitu sebagai berikut:

1. Produk salah satu tugas utama manajemen penjualan adalah desain produk, mereka menyarankan perbaikan yang diperlukan untuk produk sesuai dengan keluhan pelanggan.
2. Harga besarnya uang yang harus ditentukan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk dengan hasil komplain pelanggan.
3. Distribusi perantara barang dari produsen ke konsumen, semakin luas distribusinya akan mempengaruhi promosi penjualan.
4. Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen untuk memilih program yang disediakan oleh perusahaan.

2.6.2. Jenis Pendapatan Pedagang

Menurut Sukirno (2000), pendapatan atau *income* dapat diartikan sebagai pendapatan atau jumlah yang diperoleh dari hasil pokok. Pendapatan merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah bisnis trading karena dalam menjalankan sebuah bisnis tentunya ingin mengetahui atau seberapa besar pendapatan yang diperoleh selama menjalankan bisnis tersebut. Dalam pengertian ekonomi, pendapatan adalah balas jasa atas faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga, dan keuntungan/keuntungan.

a. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan (Kasmir, 2012). Kenaikan atau penurunan pendapatan kotor terjadi karena banyak faktor, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Setiap tahun perubahan pendapatan yang diperoleh perusahaan akan selalu berubah, terutama perubahan pendapatan kotor tidak luput dari salah satu faktor perubahan laba bersih yang juga akan diperoleh perusahaan. Perubahan pendapatan kotor dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor penjualan dan harga pokok produksi.

b. Pendapatan Bersih

Pedagang harus melakukan kegiatan penjualan barang dagangan untuk mendapatkan penghasilan. Laba bersih adalah kelebihan seluruh penghasilan atas semua biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam bentuk laporan laba rugi. Menurut Themin (2012) laba adalah peningkatan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi (misalnya: peningkatan aset atau penurunan kewajiban) yang menghasilkan peningkatan ekuitas, selain yang terkait dengan transaksi dengan pemegang saham. Laba bersih bisa berarti berbeda sehingga selalu membutuhkan klarifikasi. Laba bersih yang ketat berarti setelah semua pemotongan (berlawanan dengan hanya pengurangan tertentu yang digunakan terhadap laba kotor atau margin). Laba bersih biasanya mengacu pada angka laba sebelum dikurangi pajak perusahaan, dalam istilah yang sering digunakan adalah laba bersih sebelum pajak (earning before tax atau EBT). Menurut Kasmir (2011) menyatakan bahwa pengertian laba bersih adalah pendapatan yang telah dikurangi dengan biaya-biaya yang menjadi beban pedagang dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.

2.7 Pengertian Dampak Terhadap Pendapatan

Dampak adalah pengaruh sesuatu yang menimbulkan akibat, yang menurunnya pendapatan seseorang pedagang karena adanya pengaruh yang diterima pasar tradisional MMTC terhadap pasar modern seperti benturan yang cukup kuat sehingga menimbulkan perubahan. Secara etimologis dampak berarti pelanggaran atau benturan. Pengaruh adalah daya yang ditimbulkan dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dan apa yang mempengaruhi.

Menurut Saragih (2017), keberadaan pasar modern berdampak pada pedagang pasar tradisional. Hal itu tampak, adanya penurunan pendapatan, keuntungan, dan jumlah pelanggan rata-rata per hari sebelum dan sesudah keberadaan pasar modern. Pedagang tidak mempunyai strategi khusus dalam menanggapi penurunan pendapatan, keuntungan dan jumlah pelanggan akibat keberadaan pasar modern. Berdampaknya pasar modern terhadap pasar tradisional disebabkan permasalahan internal pasar seperti kotor, kumuh, dan becek. Kondisi pasar yang tidak nyaman ini, memberikan keuntungan terhadap pasar modern yang memberikan kenyamanan dalam berbelanja.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pengaruh pasar modern terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur. Penelitian ini dilakukan oleh Dian Sukma Dewi (2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan pelaku pasar

tradisional di kecamatan punggur. Jenis penelitian yang menggunakan penelitian lapangan adalah deskriptif kualitatif. Hasil Berdasarkan penelitian yang dilakukan di pasar tradisional bahwa pendapatan yang diperoleh pedagang pasar tradisional mengalami penurunan akibat adanya pasar modern.

Penelitian tentang dampak keberadaan pasar modern terhadap kinerja pedagang pasar tradisional di kabupaten Malang dilakukan oleh Edi Sarwoko (2010). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pasar tradisional ditinjau dari konsumen produk/komoditas dan harga. Jenis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen di pasar tradisional didominasi oleh tokoh konsumen atau warung, yaitu konsumen yang berbelanja di pasar tradisional dengan tujuan untuk dijual kembali. Dan hasil uji beda menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan omzet dan keuntungan pedagang pasar tradisional sebelum dan sebelum adanya ritel modern (alfamart/indomaret) sedangkan jumlah tenaga kerja tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

Penelitian tentang pengaruh minimarket terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional kasus pasar cermin kecamatan Baturraden kabupaten Banyumas dilakukan oleh Yossi Hardian Aditya Purwa (2018), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang ada pada minimarket yang meliputi produk mini market x1, harga x2, tempat x3 dan promosi x4 atas pendapatan pedagang tradisional yang berjualan di pasar cermin kecamatan baturraden. Jenis penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.

Penelitian mengenai dampak pasar modern terhadap perekonomian pelaku pasar tradisional di Kota Masamba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara

dilakukan oleh Budi Takwa (2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di Masamba Luwu Utara. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini, keberadaan pasar modern terhadap perekonomian pedagang tradisional di Masamba Kabupaten Luwu Utara dengan adanya pasar modern dapat mengurangi pendapatan pedagang pasar tradisional.

Penelitian tentang analisis dampak kehadiran pasar modern terhadap pasar tradisional di kota Bengkulu. Penelitian ini dilakukan oleh Elni Mutmainnah (2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan pasar modern dan pasar tradisional di kota Bengkulu serta untuk mengetahui jumlah perputaran pedagang, perputaran barang dagangan dan jumlah pedagang sebelum dan sebelum pasar modern berdiri. Jenis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan profit margin sebelum dan sebelum hadirnya mall.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di pasar raya MMTC Kecamatan Percut Sei Tuan. Penentuan lokasi penelitian akan dilaksanakan secara sengaja *purposive*, dengan alasan lokasi tersebut merupakan jarak yang mudah dijangkau oleh masyarakat setempat dengan pertimbangan bahwasanya pasar tradisional mmtc memiliki jumlah bangunan dan pedagang yang cukup banyak. penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2021.

3.2. Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang yang sudah berusaha sebelum adanya pasar modern maju bersama, Berdasarkan pra survey di bulan Oktober 2020 di pasar tradisional MMTC memiliki populasi pedagang pasar sebanyak 102 pedagang sayuran dan buah-buahan. Pedagang sayuran yang menjadi responden adalah pedagang yang menjual brokoli, wortel, bawang merah, selada, tomat, kentang, timun, dan terung ungu. Pedagang buah yang menjadi responden adalah pedagang yang menjual apel, jeruk manga, buah naga, lemon, alpukat, dan pir.

Metode pengambilan populasi dan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Sampel dipilih secara sengaja oleh peneliti berdasarkan persyaratan yaitu pedagang yang sudah mulai berjualan sebelum adanya Swalayan Maju Bersama MMTC hingga saat penelitian. Menurut Arikunto (2006), bahwa apabila populasi kurang dari 100 lebih baik di ambil semua, tetapi jika jumlah populasi lebih dari 100 dapat diambil antara 10-15 atau

20-30% Dalam penelitian ini sampel diambil sebesar 30%. Jumlah pedagang pasar tradisional di MMTC ada sebanyak 102 orang, sehingga sampel yang diambil sebanyak $30\% \times 102 \text{ orang} = 30 \text{ orang}$.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari wawancara secara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan, sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi terkait seperti: Badan Pusat Statistik, Perusahaan Daerah Pasar MMTC, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan buku-buku penelitian pendukung lainnya.

3.4. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono, teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, mendeskripsikannya ke dalam unit-unit, mensintesis, menyusun menjadi pola, memilih mana yang penting. dan apa yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif menurut Sugiyono (2014), adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa tujuan apapun tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Data tersebut berasal dari data kuantitatif. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis untuk menjawab rumusan masalah yang telah peneliti buat pada bab 1. Peneliti dapat menjawab rumusan masalah dengan menganalisis data

kuantitatif. Statistik deskriptif dalam penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dijangkau dan diinterpretasikan (Indriantoro dan Supomo, 2014) menggunakan bantuan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) dalam mengolah data statistik. Jenis tes yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1 Uji Beda (Paired Sample T-Test)

Pengujian ini ditentukan dari hasil uji normalitas yang dilakukan dan sampel penelitian yang digunakan. Sampel yang digunakan dalam uji beda adalah saling berhubungan dan jika hasil uji normalitas menunjukkan sampel berdistribusi normal maka uji beda yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji parametric (Paired Sampel T-Test). Tetapi jika apabila sampel tidak berdistribusi normal maka uji beda yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji nonparametric (Wilcoxon Signed Ranks Test).

Menurut (Sugiono, 2016) Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Separate varian* sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

Keterangan:

\bar{X}_1 = Rata-rata pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum adanya pasar modern

\bar{X}_2 = Rata-rata pendapatan pedagang pasar tradisional setelah adanya pasar modern

n_1 = Jumlah sampel sebelum adanya pasar modern.

n_2 = Jumlah sampel setelah adanya pasar modern

s_1 = Pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum adanya pasar modern

s_2 = Pendapatan pedagang pasar tradisional setelah adanya pasar modern

Rumus tersebut adalah rumus *Separate varian*, dengan ketentuan penggunaannya, bila jumlah anggota sampel $n_1=n_2$ dan varian homogen maka dapat digunakan rumus *t-test* untuk *separated*, maupun *pool varian*. Untuk melihat harga dari *t-table* digunakan $dk = n_1 + n_2 - 2$. (Sugiono, 2016).

Menurut Singgih Santoso (2014:265) pedoman pengambilan keputusan dalam uji *paired sample t-test* berdasarkan nilai signifikansinya (Sig.) hasil output SPSS adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig. (2-tailed) $< 0,05$, yang artinya terdapat perbedaan yang signifikan terhadap hasil uji, maka kesimpulannya H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Sebaliknya, jika nilai Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap hasil uji .

3.5 Defenisi dan Batasan Operasional Variabel

1. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.
2. Pasar modern adalah pasar yang penjual dan pembelinya tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam

barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelanyanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga, *Minimarket*, *Supermarket*, dan hipermarket termasuk dalam kategori ini.

3. Jumlah Jam buka adalah jam dimulainya pasar di buka sampai pasar ditutup dalam satu hari atau dalam 24 jam.
4. Sirkulasi atau perputaran barang adalah aktivitas pasokan barang dari pemasok ke pedagang sampai barang tersebut habis terjual sampai aktivitas pasokan barang berulang kembali.
5. Jumlah pedagang adalah jumlah dari pedagang sayuran dan buah-buahan yang ada di pasar tradisional tersebut dalam kurun waktu penelitian.
6. Pedagang pasar adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang dilokasi pasar tradisional untuk memperoleh keuntungan
7. Penerimaan adalah sejumlah uang yang diterima oleh pedagang atas penjualan produk..
8. Pendapatan merupakan hasil kegiatan penjualan pedagang sayur–sayuran dan buah–buahan di Pasar Tradisional MMTC dalam kurun waktu satu bulan yang telah dikurangi biaya.
9. Biaya merupakan uang yang dikeluarkan pedagang untuk melaksanakan suatu kegiatan penjualan yang dinyatakan dengan satuan uang.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian

5.1.1. Pendapatan

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai pendapatan pedagang tradisional MMTC sebelum ada pasar modern Maju Bersama dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Sampel Pedagang Tradisional Berdasarkan Pendapatan Sebelum dan Sesudah Ada Pasar Modern Maju Bersama

No	Pendapatan (Rp/Bln)	Sebelum Ada Pasar Modern		Sesudah ada Pasar Modern	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	1.500.000-1.850.000	9	30,00%	9	30,00%
2	1.850.001-2.200.000	12	40,00%	20	66,67%
3	2.200.001-2.550.000	9	30,00%	1	3,33%
Total		30	100%	30	100,00%

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 7 bahwa pendapatan pedagang tradisional dikategorikan rendah yaitu pendapatan pada kelompok Rp. 1.500.000-1.850.000, kategori sedang pada kelompok Rp. 1.850.001-2.200.000, dan kategori tinggi pada kelompok Rp 2.200.001-2.550.000. Pendapatan pedagang tradisional sebelum ada pasar modern Maju Bersama dengan jumlah pedagang tradisional terbanyak berada pada kategori sedang dengan persentase 40% dan jumlah pedagang tradisional yang terendah berada pada kategori rendah dan tinggi dengan jumlah persentase 30%. Hal tersebut menunjukkan pendapatan pedagang tradisional sebelum ada pasar modern memiliki pendapatan yang relatif seimbang antara kategori rendah dan tinggi. Kemudian pendapatan pedagang tradisional sesudah ada pasar modern Maju Bersama dengan jumlah pedagang tradisional terbanyak berada pada kategori sedang dengan persentase 66,67% dan

jumlah pedagang tradisional yang terendah berada pada kategori tinggi dengan jumlah persentase 3,33%. Hal tersebut terlihat bahwa adanya penurunan yang signifikan jumlah pedagang dalam kategori tinggi menjadi kategori sedang. Pendapatan pedagang tradisional dalam kategori rendah tidak ada perubahan, hanya pendapatan dalam kategori sedang yang menunjukkan peningkatan jumlah pedagang setelah adanya pasar modern Maju Bersama. Menurut BPS, golongan pendapatan penduduk dibedakan menjadi 4 yaitu golongan pendapatan sangat tinggi dengan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000 per bulan, golongan pendapatan tinggi dengan rata-rata antara Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 per bulan, golongan pendapatan sedang dengan rata-rata antara Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 per bulan dan golongan pendapatan rendah dengan rata-rata kurang dari Rp 1.500.000 per bulan. Pada penelitian ini pendapatan pedagang tradisional yang memiliki persentase tertinggi berada pada golongan sedang.

5.1.2. Jumlah Konsumen

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai jumlah konsumen pedagang tradisional MMTTC sebelum ada pasar modern Maju Bersama dalam sehari dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini :

Tabel 8. Sampel Pedagang Tradisional Berdasarkan Jumlah Konsumen Sebelum dan Sesudah Ada Pasar Modern Maju Bersama.

No	Jumlah Konsumen (Orang/Hari)	Sebelum Ada Pasar Modern		Sesudah Ada Pasar Modern	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	10-15	7	23,33%	14	46,67%
2	16-20	20	66,67%	15	50,00%
3	21-25	3	10,00%	1	3,33%
Total		30	100%	30	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 8 bahwa jumlah konsumen pedagang tradisional sebelum ada pasar modern Maju Bersama dalam

sehari dengan jumlah pedagang tradisional terbanyak berada pada kelompok 16-20 orang dengan persentase 66,67% dan jumlah pedagang tradisional yang terendah berada pada kelompok 21-25 orang dengan jumlah persentase 10%. Kemudian jumlah konsumen pedagang tradisional sesudah ada pasar modern Maju Bersama dalam sehari dengan jumlah pedagang tradisional terbanyak berada pada kelompok 16-20 orang dengan persentase 50,00% dan jumlah pedagang tradisional yang terendah berada pada kelompok 21-25 orang dengan jumlah persentase 3,33%.

5.1.3. Barang Dagangan

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai barang dagangan yang terjual pedagang tradisional MMTC sebelum ada pasar modern Maju Bersama dalam sebulan dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini :

Tabel 9. Sampel Pedagang Tradisional Berdasarkan Barang Dagangan Yang Terjual Sebelum dan Susudah Ada Pasar Modern Maju Bersama.

No	Barang Dagangan (kg/Bulan)	Sebelum Ada Pasar Modern		Sesudah Ada Pasar Modern	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	200-230	4	13,33%	7	23,34%
2	231-260	18	60,00%	22	73,33%
3	261-290	8	26,67%	1	3,33%
	Total	30	100%	30	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Barang dagangan yang dijual oleh pedagang tradisional terdiri dari sayuran berupa brokoli, wortel, bawang merah, selada, tomat, kentang, timun, dan terung ungu. Sedangkan buah terdiri dari apel, jeruk, manga, buah naga, lemon, alpukat, dan pir. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 9 bahwa barang dagangan yang terjual pedagang tradisional sebelum ada pasar modern Maju Bersama dalam sebulan dengan jumlah pedagang tradisional terbanyak berada

pada kelompok 231-260 kg dengan persentase 60,00% dan jumlah pedagang tradisional yang terendah berada pada kelompok 200-230 kg dengan jumlah persentase 13,33%. Kemudian barang dagangan yang terjual pedagang tradisional sesudah ada pasar modern Maju Bersama dalam sebulan dengan jumlah pedagang tradisional terbanyak berada pada kelompok 231-260 kg dengan persentase 73,33% dan jumlah pedagang tradisional yang terendah berada pada kelompok 261-290 kg dengan jumlah persentase 3,33%.

5.1.4. Uji Beda (Paired Sample T-Test)

Tujuan dilakukan uji *Paired Sample T-Test* adalah untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan antara rata-rata tingkat pendapatan pedagang sayur dan buah di pasar tradisional MMTC sebelum dan sesudah ada pasar modern Maju Bersama. Hipotesis pada uji *Paired Sample T-Test* adalah sebagai berikut :

H₀ : Tidak ada perbedaan yang signifikan antara pendapatan pedagang sayur dan buah di pasar tradisional MMTC sebelum dan sesudah ada pasar modern Maju Bersama.

H₁ : Ada perbedaan yang signifikan antara pendapatan pedagang sayur dan buah di pasar tradisional MMTC sebelum dan sesudah ada pasar modern Maju Bersama.

Dasar pengambilan keputusan adalah berdasarkan probabilitas yaitu membandingkan *sig (2-tailed)* dengan *a* yaitu

1) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak, $\text{sig} > 0,05$

2) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, $\text{sig} < 0,05$

Tabel 10. Hasil Perhitungan *Paired Sample T Test*

		Paired Samples Test							
		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum – Sesudah	155000.00	168844.96	30826.73	91952.25	218047.74	5.02	29	.000

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 24

Berdasarkan Tabel 10. diatas hasil yang diperoleh dengan menggunakan nilai probabilitas adalah t hitung (5,02) > t tabel (2,045) maka hasil tersebut dapat diartikan H_1 diterima. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan pedagang sayur dan buah di pasar tradisional MMTC sebelum dan sesudah ada pasar modern Maju Bersama.

5.2. Pembahasan

5.2.1. Keadaan Pedagang Tradisional Sebelum Ada Pasar Modern Maju Bersama MMTC.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 7 bahwa pendapatan dengan jumlah pedagang tradisional sebelum ada pasar modern Maju Bersama terbanyak berada pada kelompok Rp. 1.850.001–2.200.000 dengan persentase 40% dan jumlah pedagang tradisional yang terendah berada pada kelompok Rp. 1.500.000–1.850.000 dan Rp. 2.200.001-2.550.000 dengan jumlah persentase 30%. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa rata-rata pendapatan pedagang tradisional masing tergolong cukup. Para pedagang tradisional sayur dan buah sebelum ada pasar modern Maju Bersama memiliki jumlah konsumen seperti yang terlihat pada Tabel 9. rata-rata dengan jumlah pedagang tradisional terbanyak pada kelompok 16-20 orang dalam sehari dengan persentase 66,67%.

Jumlah dagangan yang terjual dalam sebulan dengan jumlah pedagang tradisional sebelum ada pasar modern Maju Bersama terbanyak berada pada kelompok 231-260 kg dengan persentase 60% dan jumlah pedagang tradisional yang terendah berada pada kelompok 200-230 kg dengan jumlah persentase 13,33%.

5.2.2. Keadaan Pedagang Tradisional Sesudah Ada Pasar Modern Maju Bersama MMTC.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 7 bahwa pendapatan dengan jumlah pedagang tradisional sesudah ada pasar modern Maju Bersama terbanyak berada pada kelompok Rp. 1.850.001–2.200.000 dengan persentase 66,67% dan jumlah pedagang tradisional yang terendah berada pada kelompok Rp. 2.200.001-2.550.000 dengan jumlah persentase 3,33%. Hal tersebut terlihat adanya peningkatan jumlah pedagang yang memiliki pendapatan Rp. 1.850.001-2.200.000 yang sebelumnya memiliki persentase 40%. Para pedagang tradisional sayur dan buah sebelum ada pasar modern Maju Bersama memiliki jumlah konsumen seperti yang terlihat pada Tabel 10. rata-rata dengan jumlah pedagang tradisional terbanyak pada kelompok 16-20 orang dalam sehari dengan persentase 50,00% menurun dari sebelum adanya pasar modern Maju Bersama yang sebelumnya 66,67%. Jumlah dagangan yang terjual dalam sebulan dengan jumlah pedagang tradisional sebelum ada pasar modern Maju Bersama terbanyak berada pada kelompok 231-260 kg dengan persentase 73,33% dan jumlah pedagang tradisional yang terendah berada pada kelompok 261-290 kg dengan jumlah persentase 3,33%.

5.2.3. Dampak Kehadiran Pasar Modern Maju Bersama Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional MMTC

Hasil penelitian yang telah dilakukan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kehadiran pasar modern Maju Bersama terhadap pendapatan pedagang tradisional. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis Tabel 10. yang diperoleh nilai $T\text{-hitung} = 5,02 > 2,045 = T\text{-tabel}$, dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kehadiran pasar modern Maju Bersama terhadap pendapatan pedagang tradisional di MMTC.

Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa upaya yang dilakukan para pedagang pasar tradisional untuk menjaga eksistensi usahanya yaitu mereka mengaku berjualan seperti biasanya, sama seperti sebelum hadirnya pasar modern ditengah-tengah pasar tradisional. Selain itu para pedagang pasar tradisional untuk mempertahankan eksistensi usahanya jika dilihat dari segi berjualan, mereka menjual barang dagangannya secara tradisional yaitu melayani pembeli satu persatu, tidak ada harga yang tertera dimasing-masing barang dagangannya. Mereka tidak menerapkan strategi khusus dalam mengembangkan bisnisnya. Keberadaan pasar modern berdampak pada pendapatan pasar tradisional MMTC, hal ini berdampak pada pendapatan serta jumlah pembeli rata-rata perhari sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Jumlah pelanggan pasar tradisional menurun sebesar 9,16% setelah kehadiran pasar modern Maju Bersama. Para pedagang tradisional sebelum ada pasar modern dapat menjual barang dagangannya dengan rata-rata 251 kg dalam sebulan, sedangkan dengan kehadiran pasar modern Maju Bersama penjualan pedagang tradisional menurun menjadi 241 kg. Hasil dari wawancara kepada pedagang tradisional, didapatkan bahwa penurunan penjualan

buah lebih terdampak dibandingkan dengan sayuran. Konsumen masih tetap membeli sayuran dari pedagang tradisional.

Hadirnya pasar modern yang berdekatan dengan pasar tradisional bisa saja membuat eksistensi dan keberadaan pasar tradisional. Dampak yang terjadi pada pasar modern dapat diketahui dari paparan hasil wawancara yang dilakukan kepada narasumber salah satunya : sistem pengelolaan pasar ini sudah sesuai dari segi sarana dan prasarannya. Menurut pedagang tradisional mendapatkan barang dagangannya dari produsen yang datang langsung ke pasar tradisional yang sudah menjadi pemasok pedagang tradisional, cara mereka menetapkan harga jual produk pun dilihat dari yang ditawarkan pemasok. Setelah hadirnya pasar modern untuk pendapatan selama satu bulan rata-rata mendapatkan Rp.1.908.333,- dan sebelum hadirnya pasar modern rata-rata pendapatan pedagang tradisional sebesar Rp. 2.063.333.

Berdasarkan pemaparan diatas bahwa dampak kehadiran pasar modern Maju Bersama di MMTC menyebabkan menurunnya jumlah barang dagangan yang terjual dipasar tradisional. Kehadiran pasar modern Maju Bersama yang berdekatan dengan pedagang tradisional menjadi menurunnya pendapatan sebesar 7,51%. Hal ini dapat dibuktikan dari pendapat-pendapat pedagang pasar tradisional, banyak pedagang pasar yang mengatakan bahwa intensitas pembelian menjadi berkurang serta disebabkan oleh perilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja dipasar modern. Menurut hasil wawancara dengan konsumen ada yang menyatakan bahwa para konsumen nyaman berbelanja dipasar modern karena disuguhkan oleh fasilitas yang lengkap sedangkan dipasar tradisional masih menggunakan fasilitas manual. Dari segi kuantitas, pasar modern memiliki

persediaan barang di gudang yang melebihi. Dari segi harga, modern memiliki label harga yang tertera pada produk yang dijual. Pasar modern juga menawarkan pelayanan prima, dengan fokus pada kelengkapan, kerapihan, dan fasilitas pendingin ruangan. (Yaqin, 2020)

Menurut Dewi (2018) keberadaan pasar modern lebih banyak diminati dan dikunjungi konsumen karena dari segi bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi lebih unggul dari pasar tradisional. Pertama, dari segi produk, antara pasar tradisional dan pasar modern, produk yang ditawarkan bisa dikatakan hampir sama, namun di pasar modern variasi produk lebih banyak, penataan produk lebih rapi, dan tentunya lebih mudah untuk konsumen untuk mencari informasi dan membeli barang yang mereka butuhkan. Kualitas produk di pasar modern lebih terjamin daripada pasar tradisional karena pasar modern akan menjaga kualitas, demi menjaga citra merek. Menurunnya kinerja pasar tradisional tidak seluruhnya disebabkan oleh kehadiran pasar modern. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan permasalahan internal pasar seperti pengelolaan pasar yang kurang baik, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, pasar tradisional sebagai sapi perah penerimaan retribusi, meningkatnya keberadaan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang mengurangi pelanggan pedagang pasar, dan kurangnya bantuan modal yang tersedia bagi pedagang tradisional. Keadaan ini secara tidak langsung menguntungkan pasar modern (Suryadarma *dkk* 2007 dalam Sarwoko, 2008). Pasar modern bersaing dengan pasar tradisional di pasar yang sama. Namun, mereka memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Dari segi permodalan, pasar modern tidak memiliki keterbatasan modal. Fasilitas yang ditawarkan fasilitas dan kenyamanan.

Sedangkan pasar tradisional memiliki fasilitas yang masih sederhana, tidak lengkap dan sering terjadi gangguan kenyamanan (Taqwa, 2019).



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Keberadaan pasar modern Maju Bersama berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Pasar MMTC Kecamatan Percut Sei Tuan. Pendapatan pedagang pasar tradisional setelah kehadiran pasar modern Maju Bersama berdampak penurunan pendapatan sebesar 7,51%. Rata-rata pendapatan pedagang tradisional sebelum adanya pasar modern Maju Bersama sebesar Rp 2.063.333, dan setelah ada pasar modern Maju Bersama menjadi Rp 1.908.333. Penjualan pedagang tradisional setelah adanya pasar modern Maju Bersama mengalami penurunan mencapai 11,26%. Penurunan penjualan pedagang tradisional tersebut lebih berdampak pada penjualan buah, sedangkan pembeli masih memilih membeli sayuran di pedagang tradisional.

6.2. Saran

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diungkapkan sehubungan dengan penelitian ini:

1. Untuk meningkatkan pendapatan pedagang pasar tradisional di MMTC Kecamatan Percut Sei Tuan pedagang tradisional dapat meningkatkan kualitas produknya dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk, dan tetap sopan agar pelanggan tetap memilih berbelanja di pasar tradisional. Pedagang pasar tradisional di MMTC Kecamatan Percut Sei Tuan dapat meminta petugas kebersihan yang disediakan oleh pihak MMTC untuk menjaga kebersihan pasar dan kenyamanan pengunjung yang berbelanja di pasar tradisional.
2. Untuk peneliti lebih lanjut terkait faktor lain yang mempengaruhi pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.C. Nielsen. 2005. Asia Pacific Retail and Shopper Trends 2005 [online] <http://www.acnielsen.de/pubs/documents/RetailandShopperTrendsAsia2005.pdf> (27 November 2019)
- Anonimous. 2007. Kajian Dampak Ekonomi Keberadaan Hypermarket Terhadap Ritel/Pasar Tradisional.
- Badan Pusat Statistik Deli Serdang. 2020. Kabupaten Deli Serdang Dalam Angka 2020. www.deliserdangkab.bps.go.id (Diakses 20 Juli 2021)
- Basu Swastha dan Irawan. 2002, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi ke 2. Yogyakarta. Liberty
- Daniel, Wahyu.2007. *Peran Pasar Tradisional Memudar, DPD Tuding Pemodal Besar*. Detiknet. Jakarta. <http://jkt6a.detikspot.com/read/2007/08/23/105431/820634/4/peran-pasar-tradisional-memudar-dpd-tuding-pemodal-besar>.
- Dewi, Dian Sukma. 2018. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur). *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Djalal, N dan Hardius Usman. 2002. *Penggunaan Tehnik Ekonometrik*. PT raja Grafindo Persada. Jakarta
- Ekapribadi, Wildan. 2007. *Pasar Modern: Ancaman Bagi Pasar Tradisional?*. Jakarta. <http://amartabisma.wordpress.com/2007/11/08/pasar-modern-ancaman-bagi-pasar-tradisional/>
- Ester dan Didik. 2003. *Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis*. Copyright : Sinar
- Fadila, Dewi dan Sari Lestari Zainal Ridho. 2013. *Perilaku Konsumen*. Citrabooks Indonesia. Palembang
- Harapan 2003. Jakarta <http://sinarharapan.co.id/berita/0704/28/eko0.html>
- Harian Kompas . 2007. *Hasil Penelitian : Pepres Tidak Ubah Kondisi Pasar Tradisional*. Jakarta. <http://www.kompas.com/kopas-cetak/0704/19/ekonomi/3466033.htm>
- Harmanto.2007. *Pasar Tradisional Kita semakin Babak Belur*. <http://harmanto.blog.detik.com/index.php/archives/61>

- Harrison, Walter T., Charles T. Horngren., C. William Thomas., Themin Suwardy. 2012. (Alih Bahasa oleh Gina Gania). *Financial Accounting* Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Hermanto, Bambang, Suryanto, dan Ratna Meisa Dai. 2020. Analisa Keberadaan Pasar Modern di Daerah Destinasi Wisata Studi Kasus di Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat. *Jurna Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 5(1):43-51
- http://72.14.235.132/search?q=cache:IdHJXpmFicqJ:www.indef.or.id/xplod/uplod/pubs/exum_Hypermarket.PDF+dampak+pasar+modern+terhadap+pedagang+sayur+di+pasar+tradisional&cd=8&hl=id&ct=clnk&gl=id
- Imron, Muhammad. 2015. Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Indrakh. 2007. *Pasar Tradisional di Tenga Kepungan Pasar Modern*. <http://indrakh.wordpress.com/2007/09/03/Pasar-Tradisional-di-Tengah-Kepungan-Pasar-Modern/>
- Indriati, D. SCP dan Arif Widyatmoko. 2008. *Pasar Tradisional*. Semarang. PT. Bengawan Ilmu.
- Jurnal Penelitian Koperasi dan UKM Nomor 1 tahun 2006 : *Penelitian, Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket & Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi / Waserba dan Pasar Tradisional*. http://www.smecca.com/kajian/files/jurna/Hal_85.pdf
- Kasmir, 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, .2016. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Napitupulu, Albert. 2008. *Masa Depan Pasar Tradisional*. <http://pd.pasartohaga.wordpress.com/manajemen-pasar/masa-depan-pasar-tradisional>
- Panggabean, Anastia Petika. 2014. Kontribusi Pendapatan Pedagang Buah Terhadap Pengeluaran Rumah Tangga (Studi Kasus: Pedagang Buah di Pasar Badung Kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*. 3(7):301-310
- Prasetijo, Ristiyanti. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta : Andi.
- Prasetyaningsih, Erlita., dan Rina Astini. 2016. Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Branded Tiruan Pada

- Wanita Karir di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 2(2):626-640.
- Reardon, Thomas, C. Peter Timmer, Christopher B. Barrett, and Julio Berdegue (2003) 'The Rise of Supermarkets in Africa, Asia, and Latin America.' *American Journal of Agricultural Economics*, 85(5)
- Saragih, Morley. 2017. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Ritel Pasar Tradisional (Kasus Pasar Tradisional Condong Catur, Depok, Sleman). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Sarwoko, Endi. 2008. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. Vol 4(2):97-115
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana . Jakarta Solopos. 2008. *Pertentangan ritel modern vs tradisional makin menguat*. Surakarta. <http://www.fairbiz.org/berita.php?id=22&lang=1>
- Setiawan, Didang, 2008, *Pengetahuan Sosial 1:SMP/MTs Kelas VII*. Jakarta : Pusat Pembukuan Departemen Pendidikan Nasional.
- Siagian, Sondang P, 2003 *Administrasi Pembangunan*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sinaga, Ronald Yahanas C. 2018. Kajian Penggunaan Ruang Pasar Tradisional Dengan Pendekatan Arsitektur Perilaku (Studi Kasus : Pasar Tradisional Melati Medan). *Skripsi*. Fakultas Teknik Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Sugiyono, 2014 *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: CV. Alfabeta. Tim Penyusun Kamus, 2007 *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sukirno, Sadono, 2000. *Makro Ekonomika Modern*. PT. Rasa Grafindo Persada. Jakarta.
- Sulistyowati, Dwi Yulita. 1999. Kajian Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Swalayan Berdasarkan Pengamatan Perilaku Berbelanja di Kotamadya Bandung. *Tugas Akhir*. Jurusan Teknik Planologi Institut Teknologi Bandung.
- Sundari. 2017. Pengaruh Lokasi dan Jam Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta.

Suryadarma, dkk. 2007. *Laporan Penelitian : Dampak Supermarket Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*. Lembaga Penelitian SMERU. <http://smeru.or.id/report/research/Supermarket/Supermarketind.pdf>

Taqwa, Budi. 2019. Dampak Pasar Modern Terhadap Perekonomian Pedagang Tradisional di Kota Masamba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara (Studi Kasus Pada Alifmart dan Pasar Sentral Masamba). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Todaro, Michael P. dan Stephen C. Smith, 2011, *Pembangunan Ekonomi*, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Traill, W. B. 2006. The Rapid Rise of Supermarkets. *Development Policy Review*. Vol. 24, No. 2.

Winarno, Budi, 2013 *Etika Pembangunan*, Yogyakarta:Center for Academic Publishing Service.

Yaqin, A, Ainul. 2020. Analisis Dampak Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Di Kecamatan Biringkanaya Makassar. *Skripsi*. Prgram Studi Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia.

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

**DAMPAK KEHADIRAN PASAR MODERN MAJU BERSAMA
TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
MMTC**

No. Responden :

Saudara/ Saudari responden yang terhormat.

Saya mahasiswa S1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, yang saat ini sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul “Dampak Kehadiran Pasar Modern Maju Bersama Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional MMTC”.

Sehubung dengan hal tersebut saya meminta bantuan dalam pengisian lembar angket ini sesuai dengan keadaan/ perasaan diri bapak/ ibu, angket ini hanya akan digunakan sebagai instrumen (data) dalam penelitian ini.

Demikian yang dapat saya tuturkan, atas perhatian, kerjasama, dan bantuan yang telah bapak/ ibu berikan saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian.

1. Lingkari pada jawaban yang bapak/ibu pilih dan dianggap benar sesuai dengan kenyataan sebenarnya.
2. Isilah titik-titik apabila jawabannya belum tercantum.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Wanita
3. Umur : Tahun
4. Alamat (Kec/Kel) :
5. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA

- d. Perguruan Tinggi
- 6. Status Perkawinan
 - a. Lajang
 - b. Menikah
 - c. Duda / Janda
- 7. Jumlah Tanggungan Keluarga : Orang
- 8. Lama Berusaha : Tahun

Gambaran Pedagang Pasar Tradisional

1. Bagaimana tanggapan bapak/ibu saat mengetahui hadirnya psar modern Maju Bersama di MMTC ?
Jawab :
2. Sejak munculnya pasar modern maju bersama di MMTC menurut bapak/ibu apa pelanggan tetap di pasar tradisional ini yang beralih berbelanja ke pasar modern maju bersama ?
Jawab :
3. Menurut bapak/ibu apakah barang-barang yang dijual mengalami penurunan pendapatan setelah hadirnya maju bersama di MMTC?
Jawab :
4. Menurut bapak/ibu, apakah promosi melalui potongan harga yang dilakukan pasar modern maju bersama di MMTC mempengaruhi pendapatan bapak/ibu?
Jawab :
5. Menurut bapak/ibu, apakah promosi melalui brosur dan pemberian bonus yang dilakukan pasar modern maju bersama di MMTC mempengaruhi pendapatan bapak/ibu?
Jawab :
6. Menurut bapak/ibu apakah kehadiran maju bersama berdampak serius terhadap pendapatan usaha bapak/ibu?
Jawab :
7. Menurut bapak/ibu berdampak positif atau negatifikah keberadaan maju bersama di MMTC bagi usaha bapak/ibu?
Jawab :
8. Berapakah jumlah pendapatan bapak/ibu sebelum adanya pasar modern maju bersama di MMTC?
Jawab :

9. Berapakah jumlah pendapatan bapak/ibu sesudah adanya pasar modern maju bersama di MMTC?

Jawab :

10. Kondisi usaha sebelum dan sesudah adanya pasar modern :

No	Daftar Pertanyaan	Sebelum adanya pasar modern	Sesudah adanya pasar modern
1	Produk yang dijual		
2	Jumlah pedagang		
3	Estimasi jumlah pembeli		
4	Pendapatan yang diperoleh		
5	jam operasional pasar		
6	Apa saran Bapak/Ibu untuk keberlanjutan pasar kedepannya?		
7	Harga sewa tempat usaha		

11. Barang dagangan dalam satu bulan :

No	Jenis Dagangan	Jumlah (kg)	
		sebelum ada pasar modern	sesudah ada pasar modern
1			
2			
3			
4			
5			
6			
Total			

Lampiran 2. Karakteristik Pedagang Tradisional MMTC di Kecamatan Percut Sei
Tuan

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Status Pernikahan	Jumlah Tanggungan
1	Andi	L	34	SMA	Menikah	2
2	Yuni	P	30	SMA	Menikah	3
3	Indah	P	40	SMA	Menikah	4
4	Siska	P	28	SMA	Menikah	2
5	Fahmi	L	32	SMP	Menikah	3
6	Susan	P	35	SMP	Menikah	4
7	Riska	P	42	SMP	Menikah	5
8	Ferdi	L	35	SMA	Menikah	4
9	Yani	P	29	SMA	Menikah	2
10	Suri	P	35	SMA	Menikah	3
11	Dika	L	36	SMA	Menikah	3
12	Eko	L	30	SMA	Menikah	2
13	Ridwan	L	36	SMA	Menikah	4
14	Dinda	P	43	SMP	Menikah	4
15	Fauzi	L	32	SMA	Menikah	3
16	Surya	L	28	SMA	Manikah	1
17	Uji	L	34	SMP	Menikah	3
18	A. Gunawan	L	39	SMA	Menikah	4
19	Nanda	L	30	SMA	Menikah	2
20	Nawaf	L	37	SMA	Menikah	3
21	Nona	P	40	SMP	Menikah	3
22	Nuri	P	42	SMA	Menikah	3
23	Sopian	L	34	SMA	Menikah	3
24	Irma	P	53	SMP	Menikah	4
25	Fajar	L	48	SMP	Menikah	3
26	Susi	P	45	SMA	Menikah	2
27	Isma	P	30	SMA	Menikah	3
28	Fandy	L	34	SMA	Menikah	2
29	Bagus	L	52	SMP	Menikah	4
30	Arif	L	36	SMA	Menikah	2

Sumber : Data Primer 2021

Lampiran 3. Pendapatan Pedagang Tradisional MMTC di Kecamatan Percut Sei Tuan

No	Pendapatan (Rp/Bulan)	
	Sebelum Ada Maju Bersama MMTC	Sesudah Ada Maju Bersama MMTC
1	2.300.000	2.000.000
2	1.800.000	1.800.000
3	2.000.000	2.000.000
4	2.400.000	2.000.000
5	1.850.000	1.500.000
6	1.800.000	1.800.000
7	2.300.000	2.000.000
8	1.700.000	1.500.000
9	2.500.000	2.000.000
10	2.000.000	2.000.000
11	1.800.000	1.800.000
12	2.300.000	2.300.000
13	2.200.000	2.000.000
14	2.000.000	2.000.000
15	1.850.000	1.850.000
16	2.000.000	2.000.000
17	2.300.000	2.000.000
18	2.000.000	2.000.000
19	1.800.000	1.800.000
20	2.000.000	2.000.000
21	2.300.000	2.000.000
22	2.200.000	2.000.000
23	1.850.000	1.500.000
24	2.000.000	2.000.000
25	1.900.000	1.900.000
26	1.850.000	1.500.000
27	2.200.000	2.000.000
28	2.400.000	2.000.000
29	2.300.000	2.000.000
30	2.000.000	2.000.000
Total	61.900.000	57.250.000
Rata-rata	2.063.333,33	1.908.333,33

Sumber : Analisis Data Primer 2021

Lampiran 4. Jumlah Pembeli Pedagang Tradisional MMTC di Kecamatan Percut Sei Tuan

No	Jumlah Pembeli (Orang/hari)	
	Sebelum Ada Maju Bersama MMTC	Sesudah Ada Maju Bersama MMTC
1	15	15
2	18	15
3	20	20
4	20	15
5	15	15
6	20	20
7	20	15
8	15	15
9	25	22
10	20	18
11	15	15
12	20	17
13	20	15
14	15	15
15	20	20
16	15	15
17	20	15
18	20	20
19	20	20
20	20	20
21	20	18
22	20	20
23	25	20
24	20	20
25	15	15
26	20	15
27	20	20
28	25	20
29	20	15
30	20	20
Total	578	525
Rata-rata	19,26	17,50

Sumber : Analisis Data Primer 2021

Lampiran 5. Jumlah Barang Dagangan Terjual Pedagang Tradisional MMTC di Kecamatan Percut Sei Tuan

No	Barang Dagangan (kg/bulan)	
	Sebelum Ada Maju Bersama MMTC	Sesudah Ada Maju Bersama MMTC
1	230	230
2	240	200
3	200	200
4	260	250
5	250	250
6	250	230
7	280	250
8	200	200
9	250	250
10	260	260
11	250	250
12	270	250
13	280	260
14	240	240
15	250	250
16	240	240
17	250	250
18	260	260
19	270	270
20	280	250
21	250	250
22	250	250
23	250	250
24	270	250
25	280	260
26	250	240
27	240	200
28	270	250
29	250	250
30	230	200
Total	7.550	7.240
Rata-rata	251,66	241,33

Sumber : Analisis Data Primer 2021

Lampiran 6. Jumlah Dagangan Terjual Pedagang Tradisional MMTC di Kecamatan Percut Sei Tuan Berdasarkan Jenis.

No	Jenis Dagangan	Jumlah (Kg/Bulan)	
		Sebelum Ada Maju Bersama MMTC	Sesudah Ada Maju Bersama MMTC
1	Brokoli	60	40
2	Wortel	50	40
3	Bawang Merah	60	60
4	Selada	40	30
5	Tomat	50	50
6	Kentang	60	60
7	Timun	50	50
8	Terung Ungu	40	40
9	Apel	40	30
10	Jeruk	40	40
11	Mangga	50	50
12	Buah Naga	50	50
13	Lemon	30	20
14	Alpukat	40	40
15	Pir	50	30
Total		710	630
Rata-rata		47,33	42

Sumber : Analisis Data Primer 2021

Lampiran 7. Hasil Analisis Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	138534.48293625
Most Extreme Differences	Absolute	.145
	Positive	.145
	Negative	-.144
Test Statistic		.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		.109 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum	2063333.33	30	224350.916	40960.686
	Sesudah	1908333.33	30	188498.300	34414.924

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Sebelum & Sesudah	30	.678	.000

Paired Samples Test

		Paired Differences							Sig. (2- tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	
					Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum - Sesudah	155000.00	168844.96	30826.73	91952.25	218047.74	5.02	29	.000

Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian



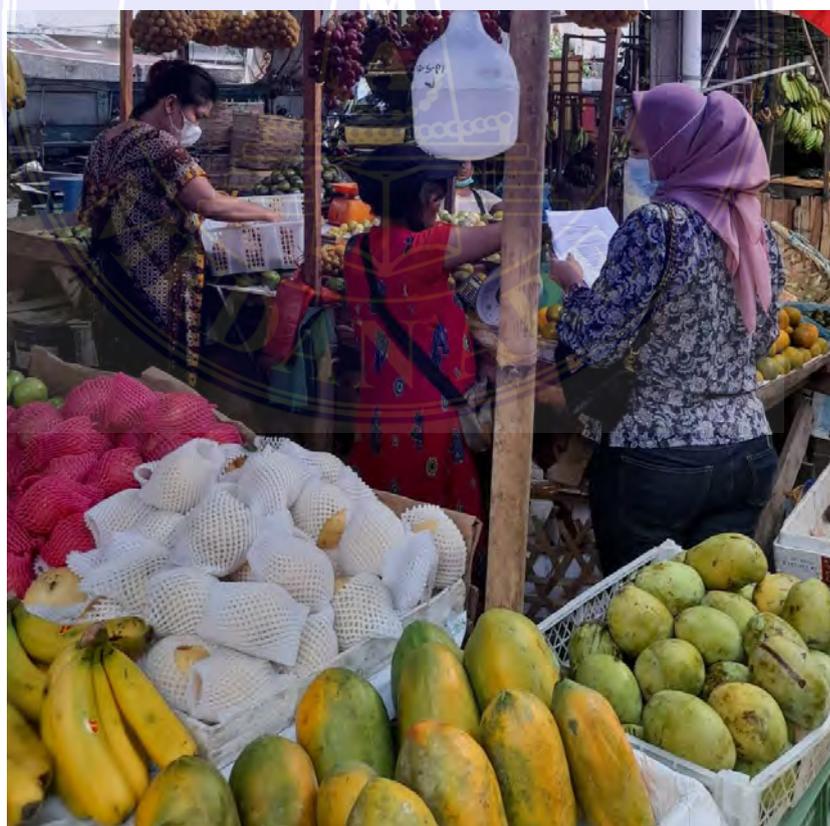
Gambar 1. Survey Pasar Modern Maju Bersama



Gambar 2. Produk Sayur dan Buah di Pasar Modern Maju Bersama



Gambar 3. Keadaan Pasar Tradisional MMTC



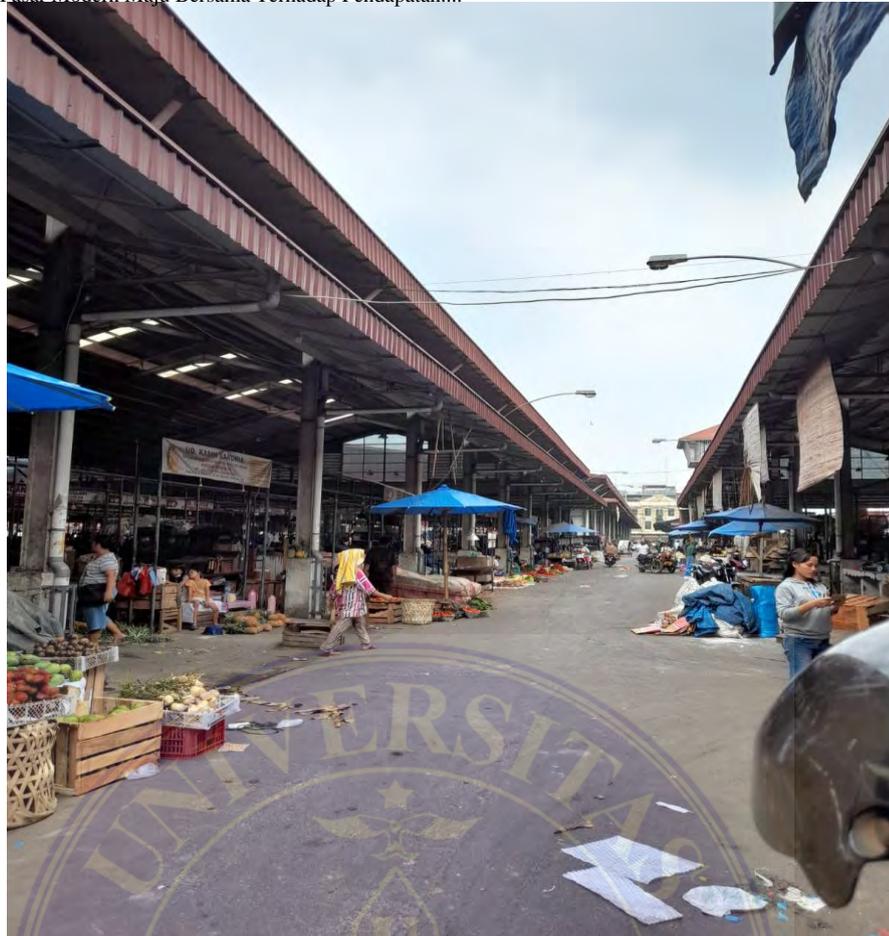
Gambar 4. Wawancara Kepada Pedagang Tradisional MMTC



Gambar 5. Wawancara Kepada Pedagang Tradisional MMTC



Gambar 6. Produk Buah Pasar Tradisional MMTC



Gambar 7. Keadaan Pasar Tradisional MMTc



Gambar 8. Keadaan Pasar Modern Baju Bersama

Lampiran 9. Surat Pengambilan Data Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366876, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225502 ☎ (061) 8226331 Medan 20132
Website : www.uma.ac.id E-Mail : univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 0754/FP.1/01.10/VII/2021
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Medan, 28 Juli 2021

Yth. Pimpinan Pasar Raya MMTC
Medan

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Fitri Handayani
NIM : 168220011
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Pasar Raya MMTC Medan untuk kepentingan skripsi berjudul **“Dampak Kehadiran Pasar Modern Maju Bersama Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional MMTC”**

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,

Di. Ir. Syahbudin, M.Si

Tembusan:

1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



Lampiran 10. Surat Selesai Riset

