Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo)

IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (S.E.Sy.) Program Studi Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

MUHAMMAD IMRON

NIM 10.16.4.0037

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
2015

Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo)

IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (S.E.Sy.) Program Studi Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

MUHAMMAD IMRON

NIM 10.16.4.0037

Dibawah Bimbingan:

1. **Muzayyanah Jabani, ST.,MM.**
2. **Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO 2015

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul ***"Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional "(Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo)"*** yang ditulis oleh Muhammad Imron nomor induk mahasiswa (NIM) 10.16.4.0037. Mahasiswa program studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Sabtu tanggal 26 Desember 2015, bertepatan dengan 14.. 1436 Hijriah, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan Tim Penguji, dan deterima sebagai syarat meraih gelar sarjana Ekonomi Syari'ah (SE.Sy).

Tim Penguji:

1.	Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M.	Ketua Sidang	( )
2.	Dr. Takdir, SH.,MH.	Sekertaris Sidang	( )
3.	Ilham, S.Ag.,MA.	Penguji 1	( )
4.	Ilyas, S.Ag.,MA.	Penguji 2	( )
5.	Muzayannah Jabani.,ST.M.M.	Pembimbing 1	( )
6.	Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.	Pembimbing 2	( )

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Ilham, S.Ag.,MA NIP.19731011 200312 1 003	Dr. Hj. Ramlah M., M.M. NIP.19610208 199403 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Imron

Nim : 10.16.4.0037

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo,23 Desember 2015

Yang membuat pernyataan,

Muhammad Imron

Nim. 10.16.4.0037

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
PERYATAAN KEASLIAAN SKRIPSI iii
PENGESAHAN SKRIPSI iv
NOTA DINAS PEMBIMBING vi
PERSETUJUAN PEMBIMBING viii
PRAKATA ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR GAMBAR dan TABEL xiii
ABSTRAK xiv

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Hipotesis 7
D. Tujuan Penelitian 7
E. Manfaat Penelitian 7
F. Defenisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian 8
1. Defenisi Operasional 8
a. Pengaruh 8
b. Pasar 9
1) Pasar Tradisional 9
2) Pasar Modern 9
c. Pendapatan 10
2. Batasan Masalah 11
a. Variabel Independen 11
b. Variabel Dependen 11
3. Ruang Lingkup Penelitian Ruang Lingkup Penelitian 12
G. Garis–garis Besar Isi Skripsi 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan 15
B. Kajian Teori 18
1. Pengertian Pasar 18
a. Pengelompokan Pasar Menurut Kelas Pelayananya 18
1) Pasar Tradisional 18
2) Pasar Modern 19
b. Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern 19
c. Pasar pada masa Rasulullah S.a.w dan Khulafaurrasyidin, Fungsi dan Macam-macam Pasar 21

1) Pasar pada masa Rasulullah S.a.w dan Khulafaurrasyidin 21
2) Fungsi Pasar 22
3) Macam-macam Pasar 23
a. Pasar Persaingan Sempurna 23
b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna 24
1. Pasar Monopoli 24
2. Pasar Oligopoli 25
3. Monopolistik 25
d. Meneladani Rasulullah Saw tentang *Aqd al-Ba'i* 25
e. Mekanisme Pasar dalam islam 30
1) Abu Yusuf 30
2) Imam Al-Ghazali 31
3) Ibnu Taimiyah 32
4) Ibnu Khaldun 33
2. Pengertian Pedagang 35
3. Pengertian Pendapatan dan Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan 36
a. Pengertian Pendapatan 36
1) Pendapatan Menurut Cara Memperolehnya 37
2) Pendapatan Menurut Perolehanya 37
3) Pendapatan Menurut Bentuknya 38
b. Faktor Eksternal dan Internal yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang 38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian 41
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian 41
C. Data dan Sumber Data 41
1. Data Primer 41
2. Data Sekunder 42
3. Populasi dan Sampel 42
a. Populasi 42
b. Sampel 42
D. Instrumen Penelitian 43
E. Teknit Pengumpulan Data 44
1. Penelitian Lapangan 44
a. Wawancara 44
b. Observasi 45
c. Kuesioner 45
2. Penelitian Pustaka 45
F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data…. 46
1. Teknik Pengolahan 46

a. Mengedit Data 46
b. Pengkodean 46
c. Tabulasi Data 46
2. Analisis Data 47
G. Kerangka Pikir 47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Hasil Penelitian
1. Gambaran Umum Kota Palopo 49
2. Terbentuknya Pasar Tradisonal Andi Tadda Kota Palopo 52
3. Keberadaan Pasar Tradisional (Pasar Lokal) Andi Tadda Kota Palopo 53
B. Pembahasan
1. Pasar Modern di Kota Palopo 57
2. Pendapatan Kota Palopo 58
a. Gambaran Umum Perekonomian Daerah 58
b. Kerangka Fiscal kota Palopo 59
3. Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo 60
C. Penyajian dan Analisis Data
1. Karakteristik Responden 61
a. Karakteristik Responden Menurut Umur 63
b. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin 64
c. Karakteristik Responden Menurut barang dagangan 64
d. Karakteristik Responden Menurut Lama Berdagang 65
2. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Variabel 66
a. Valiaditas dan Realibilbilitas Variabel X 67
b. Validitas dan Realibilbilitas Variabel Y 68
3. Uji Statistik Deskriptif 68
4. Uji Hipotesis 70

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 73
B. Saran 74

DAFTAR PUSTAKA 76
LAMPIRAN –LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR dan TABEL

A. Gambar

4.1 Serah Terima Aset dari Bupati Luwu ke Walikota Palopo 51
4.2 Peta Wilayah Kota Palopo 53
4.3 Letak Pasar Andi Tadda' 57

B. Tabel

4.1 Jumlah Pasar 56
4.2 Pendapatan Harian Sebelum Ada Pasar Modern 60
4.3 Pendapatan Bulanan Sebelum Ada Pasar Modern 60
4.4 Pendapatan Harian Setelah Ada Pasar Modern 61
4.5 Pendapatan Bulanan Setelah Ada Pasar Modern 61
4.6 Sampel dan Tingkat Pengembalian Kuisioner 62
4.7 Responden Menurut Umur 63
4.8 Responden Menurut Jenis Kelamin 64
4.9 Responden menurut barang dagangan 64
4.10 Responden menurut Lama Berdagang 65
4.11 Reliability Statistics Pendapatan Sebelum Ada Pasar Modern 67
4.12 Item-Total Statistics Pendapatan Sebelum Ada Pasar Modern 67
4.13 Reliability Statistics Pendapatan Setelah Ada Pasar Modern 68
4.14 Item-Total Statistics Pendapatan Setelah Ada Pasar Modern 68
4.15 Descriptive Statistics 69
4.16 Hasil Uji Regresi Sederhana 70
4.17 Hasil Uji Coefficients[a] 70

PRAKATA

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَلَمِيْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى اَشْرَفِ الْاَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى اٰلِهٖ وَاَصْحَابِهٖ اَجْمَعِيْنَ اَمَّا بَعْدُ

Segala bentuk puji-pujian dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt atas segala Rahmat, Taufiq, Hidayah serta Nikmat kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo, Sholawat dan Salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad Saw.

Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Abdul Pirol., M.Ag, selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Wakil Rektor I Dr. Rustan S.,M.Hum, wakil rektor II Dr. Ahmad Syarief Iskandar.,M.M., dan wakil rektor III Dr. Hasbi,M.Ag, yang telah bekerja keras dalam membina dan mengembangkan serta meningkatkan mutu kualitas mahasiswa.
2. Dr. Hj. Ramlah Makkulase, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Takdir,SH.,MH selaku wakil dekan I, Dr. Rahmawati Beddu selaku wakil dekan II, Dr. Muhammad Tahmid Nur,M.Ag selaku wakil dekan III,

yang telah banyak membantu dan memberikan sumbangsi berbagai disiplin ilmu khusunya dibidang pendidikan Ekonomi Syari'ah.

3. Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah (ES), Ilham,S.Ag,M.A., serta seluruh staf, dosen Institut Agama Islam (IAIN) Palopo, yang telah banyak memberikan motivasi dan bimbingan dalam rangkaian proses perkuliahan sampai ke tahap penyelesaian studi.
4. Penguji I Ilham,S.Ag,M.A,. dan penguji II Muhammad Ilyas, S.Ag.,MA, yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan arahan, masukan dan menguji penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Pembimbing I Muzayannah Jabani, ST.,MM., dan Pembimbing II Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag, yang telah banyak meluangkan waktunya dan penuh dengan kesabaran dalam memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ucapan terimah kasih kepada dinas Koperindag, kepala pasar Andi Tadda dan seluruh pedagang Pasar Andi Tadda, yang telah dengan senang hati bersedia memberikan data dan informasi yang dipelukan, termaksuk kesediaan menjawab soal wawancara yang Penulis lakukan.
7. Kepala Perpustakaan dan segenap pegawai perpustakaan IAIN Palopo yang telah memberikan sumbangsih berupa pinjaman buku kepada penulis, mulai dari tahap perkuliahan sampai kepada penulisan skripsi.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta atas cinta dan kasih sayangnya serta doa, didikan, dukungan, dan segala yang telah diberikan yang tidak

ternilai harganya, ayahanda Khoeruddin dan ibunda Sukinem serta saudara-saudari penulis yang telah memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada semua teman-teman lembaga Ekstra terkhusus Sahabat PMII, Lembaga Intra kampus maupun segenap jajaran teman- teman di Organda Hikmah Lutra, yang selalu memberi semangat, sekaligus menjadi tempat belajar.
10. Segenap sahabat-sahabat penulis (Riandi, Irma, Arfianto, Nurkhafifah Muspar, Yuyun Armianti, Haerul., SKM. dan Muhammad Sodiq) serta teman-teman mahasiswa Insititut agama Islam Negeri (IAIN) Palopo angkatan 2010 yang selalu memberikan dorongan dan masukan kepada Penulis serta semua yang telah turut andil dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah Swt melimpahkan anugerah cinta-Nya pada kita semua., sehingga kita memiliki hati yang senantiasa bersih, lapang dan dipenuhi oleh aura cinta-Nya yang murni. Akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan disebabkan keterbatasan dan pengetahuan penulis, untuk itu saran dan kritik dari semua pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga bermanfaat bagi Agama, Bangsa, dan Negara.

Amin Ya Rabbal ‘Alamin.

Palopo, 22 Desember 2015

Penulis,
Muhammad Imron
Nim: 10 16 4 0037

BAB I

PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang Masalah*

Di Indonesia, keberadaan Pasar Tradisional bukan semata merupakan urusan ekonomi tetapi lebih jauh kepada norma ranah budaya, sekaligus peradaban yang berlangsung sejak lama di berbagai wilayah di Indonesia. Di tengah arus modernitas, keberadaan Pasar Tradisional sebagai suatu budaya bangsa saat ini mencoba untuk bertahan dan mengembangkan diri agar bisa besaing di tengah arus tersebut.[1]

Hal yang tidak bisa di pungkiri bahwa di tengah maraknya Pasar Modern yang ada di kota Palopo, masih ada Pasar Tradisional yang masih mampu menunjukkan eksistensinya seperti Pasar Tradisonal Andi Tadda dan belum lama terbuka Pasar Tradisional Mancani.

Pasar Tradisional juga memiliki beberapa potensi kekuatan, terutama kekuatan sosio emosional yang tidak dimiliki oleh Pasar Modern. Kekuatan Pasar Tradisional dapat dilihat dari beberapa aspek, di antaranya harganya yang relatif lebih murah bisa ditawar, dekat dengan pemukiman, dan memberikan banyak pilihan produk segar. Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja memegang langsung produk yang umumnya masih sangat segar. Meskipun demikian, dengan adanya kelebihan tersebut bukan berarti Pasar Tradisional bukan tanpa kelemahan. Selama

[1] Yenika Sri Rahayu, *Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan Dengan Retail Modern Dan Preferensi Konsumen*, (Blitar:Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, 2012), h. 5

ini justru Pasar Tradisional lebih dikenal memiliki banyak kelemahan, antara lain kesan bahwa Pasar terlihat becek, kotor, bau, dan terlalu padat lalu lintas pembelinya. Ditambah lagi ancaman bahwa keadaan sosial masyarakat yang berubah, di mana wanita di Perkotaan umumnya berkarier sehingga hampir tidak mempunyai waktu untuk berbelanja ke Pasar Tradisional.[2]

Upaya yang dilakukan dari pihak pedagang tradisional dengan memper-tahankan modal sosial yang terdiri dari norma, kepercayaan, dan tawar menawar yang dapat memperkuat jaringan loyal dari pengunjung Pasar untuk tetap bertahan berbelanja di Pasar Tradisional sehingga dapat menjaga eksistensi pedagang dan eksistensi Pasar Tradisional, ini merupakan motivasi yang menyebabkan sehingga Pasar Tradisional di kota Palopo masih mampu eksis.[3]

Fakta bahwa liberalisasi investasi yang semakin tidak terbendung menim-bulkan masalah yang telah membuat Pasar Tradisional semakin terdesak dengan bermunculannya Pasar Modern yang menawarkan lebih banyak komoditi, harga serta kenyamanan. Kenyataan tersebut telah membuat masyarakat Indonesia berpaling dari bagian kebudayaan dan beralih kepada kehidupan modern yang serba praktis dengan kedekatan hubungan sosial yang minim. Kenyataan lain adalah Pasar Tradisional yang identik dengan lingkungannya yang kotor, Pasar Modern justru kebalikannya sehingga hal ini mengakibatkan berubahnya pola pikir masyarakat (perkotaan)

---

[2] Esther dan Didik, *Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis*, (Jakarta: Sinar Harapan, 2003), h. 120.

[3] Maritfa Nika Andriani dan Mohammad Mukti Ali, *Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta*, (Universitas Diponegoro: 2013), h. 267

khususnya dalam melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Masyarakat lebih cenderung beralih kepada Pasar Modern yang lebih menjanjikan dalam hal kenyamanan dan keamanan untuk bertransaksi jual beli.[4]

Munculnya berbagai jenis Pasar Modern yang sangat berkembang pesat bagaikan jamur dimusim hujan, gerai-gerai Pasar Modern seperti Minimarket dan Supermarket kini semakin banyak dilihat disetiap sudut perkotaan, bahkan di daerah sub-urban yang seharusnya masih merupakan tempat bagi Pasar tradisioanal tumbuh dan berkembang tetapi juga dapat dilihat adanya gerai Pasar Modern.

Dominasi Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional telah menjadikan Pasar Tradisional mengalami kesulitan mendapatkan akses ekonomi, sehingga berpeluang terjadi praktek monopoli dan permainan kotor para kaum Kapitalis. Pertarungan sengit yang terjadi antara Pasar Modern dan Pasar Tradisional ini merupakan fenomena yang tidak asing lagi, apalagi pada zaman era Globalisasi dan perkembangan ilmu pengetahuan yang semakin pesat. Karena itu, pemerintah perlu mengambil tindakan cepat untuk memproteksi semaksimal mungkin terkaman Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional yang semakin terhimpit dan mencekik para pelaku Pasar Tradisional.

Pertumbuhan Swalayan Minimarket dan Supermarket di kota Palopo, sejauh penelitian dan analisis penulis dalam beberapa tahun belakangan, Swalayan ini telah menciderai tingkat pendapatan pedagang di Pasar Tradisional. Pendapatan pedagang

---

[4]*Ibid.*, h. 253

yang ada di Pasar Tradisional secara langsung akan menurun dan tidak menuntut kemungkinan berdampak pada bertambahnya jumlah penduduk miskin. [5]

Di Indonesia, pangsa Pasar dan kinerja usaha Pasar Tradisional menurun, sementara pada saat yang sama Pasar Modern mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kontribusi Pasar Tradisional sekitar 69,9% pada tahun 2004, menurun dari tahun sebelumnya (2003) sekitar 73,7%. Kondisi sebaliknya terjadi pada Supermarket dan Hypermarket, kontribusi mereka kian tahun kian besar. Pada tahun 2003 kontribusi Pasar Modern sebesar 26,3 % mengalami kenaikan pada tahun berikutnya, 2004 menjadi 30,1%.[6]

Penurunan kinerja Pasar Tradisional selain disebabkan oleh adanya Pasar Modern, penurunan justru lebih disebabkan oleh lemahnya daya saing peritel tradisi-onal. Kondisi Pasar Tradisional pada umumnya memprihatinkan. Banyak Pasar Tradisional yang tidak terawat sehingga dengan berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh Pasar Modern. Kini, Pasar Tradisional terancam oleh keberadaan Pasar Modern.

Kelemahan tersebut telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah. Faktor desain dan tampilan Pasar, atmosfir, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi pengeluaran, jam operasional Pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar Pasar Tradisional dalam menghadapi persaingan dengan Pasar Modern. Faktor lain yang juga menjadi

---

[5] Laksemana Lufti, *Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional di Kelurahan Terjun Kecamatan Medan Marelan*, h. 2

[6] Master Admin, *Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Pesona Pasar Modern*, Selasa, 14 Juni 2011(Penelitian Lembaga AC.Nielsen 2007).

penyebab kurang berkembangnya Pasar Tradisional adalah minimnya daya dukung karakteristik pedagang tradisional, yakni strategi perencanaan yang kurang baik, terbatasnya akses permodalan yang disebabkan jaminan yang tidak mencukupi, tidak adanya skala ekonomi, tidak ada jalinan kerja sama dengan pemasok besar, buruknya manajemen pengadaan, dan ketidak mampuan untuk menyesuaikan dengan keinginan konsumen.

Hal ini diperkuat dengan temuan penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya yang menunjukkan bahwa penyebab utama kalah bersaingnya Pasar Tradisional dengan Supermarket adalah lemahnya manajemen dan buruknya infrastruktur Pasar Tradisional, bukan semata-mata karena keberadaan Supermarket. Supermarket sebenarnya mengambil keuntungan dari kondisi buruk yang ada di Pasar Tradisional.

Perubahan gaya hidup konsumen dalam perilaku membeli barang ritel diantaranya dipengaruhi oleh kemudahan dan penjaminan mutu dari Pasar Modern, diantaranya: *Pertama* melalui skala ekonominya, Pasar Modern dapat menjual lebih banyak produk yang lebih berkualitas dengan harga yang lebih murah. *Kedua,* informasi daftar harga setiap barang tersedia dan dengan mudah diakses publik. *Ketiga,* Pasar Modern menyediakan lingkungan berbelanja yang lebih nyaman dan bersih, dengan jam buka yang lebih panjang, dan menawarkan aneka pilihan pembayaran seperti kartu kredit untuk peralatan rumah tangga berukuran besar.

Keempat, produk yang dijual di Pasar Modern, seperti bahan pangan, telah melalui pengawasan mutu dan tidak akan dijual bila telah kadaluwarsa.[7]

Bagaimana pun kehadiran Pasar Modern di kota Palopo tidak bisa dihindari lagi. Masalahnya, bagaimana kehadirannya tidak menimbulkan dampak negatif terhadap Pasar Tradisional, Maka semua aspek yang berkaitan dengan eksistensi Pasar Tradisional dan kondisi masyarakat setempat harus dijadikan pertimbangan agar dua jenis usaha ini bisa hidup secara berdampingan.

Berangkat dari pemikiran tersebut, peneliti tertarik untuk mengkajinya, adapun judul skripsi yang dimajukan adalah *"Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional "(Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo)"*.

B. *Rumusan Masalah*

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan Pasar Modern di kota Palopo?
2. Bagaimana pendapatan pedagang Pasar Tradisional di kota Palopo?
3. Bagaimana pengaruh Pasar Modern terhadap pendapatan pedagang di Pasar tradisioanal Andi Tadda kota Palopo?

---

[7]N.J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta:Kencana , 2003). h. 30

C. *Hipotesis*

Ho: Tidak ada perbedaan secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern.

Hi: Ada perbedaan secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern.

D. *Tujuan Penelitian*

Selain sebagai salah satu persyaratan untuk penyelesaian program studi setara S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syari'ah di Kampus hijau Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, penulis juga memiliki tujuan, adapaun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hal sebagai berikut:

1. Perkembangan Pasar Modern di kota Palopo.
2. Pendapatan pedagang Pasar Tradisional kota Palopo.
3. Pengaruh Pasar Modern terhadap pendapatan pedagang di Pasar tradisioanal Andi Tadda kota Palopo.

E. *Manfaat Penelitian*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis.

Pertama, secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan hasanah peneliti mengenai kondisi Pasar tradisioanl dan Pasar Modern pada saat ini khususnya Pasar yang berada di kota Palopo, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi atau sumbangan pemikiran kepada pihak

Akademisi, Pemerintahan, maupun kepada Masyarakat luas.

Kedua, secara praktis penelitian ini diharapkan memberikan masukan dalam bentuk bacaan untuk memperkaya wawasan setiap individu yang membaca hasil penelitian ini terhadap kondisi Pasar Tradisional dan Pasar Modern, serta dapat memberikan masukan untuk arah kebijakan pemerintah terhadap permasalahan yang terjadi di Pasar Tradisional dan Pasar Modern.

F. *Defenisi Operasional Variabel dan Ruang Lingkup Penelitian*

1. Defenisi Operasional

a. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.[8]

Norman Barry mengungkapkan pengaruh adalah suatu tipe kekuasaan yang jika seorang yang dipengaruhi agar bertindak dengan cara tertentu, dapat dikatakan terdorong untuk bertindak demikian, sekalipun ancaman sanksi yang terbuka tidak merupakan motivasi yang mendorongnya.

Dari pengertian tersebut yang dimaksud pengaruh oleh penulis adalah segala sesuatu daya yang ditimbulkan oleh (benda) atau Pasar Modern sehingga mengubah sesuatu (Pasar Tradisional), sesuatu yang dimaksud oleh penulis adalah permasalahan yang akan diselesaikan pada Hipotesis yang dibuat penulis.

---

[8] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta: 1995, h. 747

b. Pasar

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi pasar adalah penjual yang ingin menukarkan barang/jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang dan atau jasa. Menurut Damsar istilah pasar dalam kajian sosiologi ekonomi diartikan sebagai salah satu lembaga paling penting dalam institusi ekonomi yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi, berfungsinya pasar tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang.

Pasar menurut kelas pelayananya terbagi menjadi dua yaitu:

1) Pasar Tradisional

Berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998 adalah Pasar tradisional diartikan sebagai pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah atau koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar menawar. Lebih jelasnya pasar tradisional yang penulis maksudkan adalah pasar tradisional Anditadda kota palopo.

2) Pasar Modern

Berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998 adalah Pasar yang dibangun Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang bentuknya berupa Mal, Supermarket, Departement Store, dan Shopping Centre dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern, dan mengutamakan pelayanan

kenyamanan berbelanja dengan manajemen disatu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi harga pasti. Secara umum Pasar Modern adalah Pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen yang pada umumnya anggota masyarakat kelas menengah keatas.[9]

c. Pendapatan

Ikatan Akuntan Indonesia menyatakan bahwa Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode bila arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi kenaikan modal.

Menurut Henry Pendapatan *(revenue)* adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bilamana arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi pemodal.

Sedangkan Menurut Belkaoui Pendapatan diinterprestasikan sebagai :

1. Aliran masuk asset bersih yang berasal dari penjualan barang dan jasa.
2. Aliran keluar barang atau jasa dari perusahaan ada pelanggan, dan
3. Produk perusahaan yang dihasilkan dari penciptaan barang atau jasa oleh perusahaan selama periode waktu tertentu.

---

[9] A.A.G Agung Artha Kusuma, dkk., *Analisa Potensi Bersaing Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern di kota Denpasar dan Kabupaten Badung,*(Bali: Universitas Udayana), h. 861

2. Batasan Masalah

Untuk tidak terjadi kesalahpahaman dan meluasnya pembahasan, maka penulis membatasi variabel yang dimaksud untuk dijadikan penelitian yaitu:

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang nilainya berpengaruh terhadap variabel lain atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat (Dependen). Variabel independen yang menjadi objek kajian peneliti adalah "Pasar Modern".[10]

b. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terpengaruh) adalah variabel yang nilainya bergantung pada nilai variabel lain yang merupakan konsekuensi dari perubahan yang terjadi pada variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah "Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional".

Model hubungan variabel di atas ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

Gambar di atas menunjukkan hubungan Asosiatif Kausal, X mempengaruhi Y. Artinya bagaimana pengaruh Pasar Modern (X) mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo (Y).[11]

---

[10] *Ibid.*

[11] Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi,* (Yogyakarta: Alfabeta, 2013), h. 41

3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah kawasan kota Palopo, di mana peneliti membatasi ruang lingkup pada Pasar Tradisional Andi Tadda, sebagai salah satu pasar utama di wilayah kota Palopo, juga mencangkup para pedagang dan konsumen Pasar Tradisional maupun Pasar Modern.

G. *Garis-Garis Besar Isi Skripsi*

Untuk mendapatkan suatu gambaran isi skripsi ini, maka penulis mengemukakan garis-garis besar isi skripsi yang terdiri dari lima bab sebagai berikut:

1. Bab I adalah Pendahuluan terdiri atas:

a. Latar Belakang Masalah, meggambarkan tentang kerangka pemikiran sehingga Penulis mengangkat judul ini.

b. Rumusan Masalah, pada bagian ini akan membahas tentang hal-hal yang menjadi poin utama dalam skripsi ini.

c. Tujuan Penelitian, pada bagian ini membahasas tujuan-tujauan penelitian.

d. Manfaat Penelitian, pada bagian ini mmbahas tentang manfaat penelitian.

e. Definisi Operasional Variabel, pada bagian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang maksud judul dan memberikan batasan pembahasan, sehingga tidak ada kesalah pahaman terhadap judul skirpsi ini.

2. Bab II terdapat Kajian Pustaka yang terdiri atas:

a. Penelitian Terdahulu yang Relevan yang menggambarkan tentang penelitian atau karya ilmiah yang memiliki kesamaan dari beberapa aspek tetapi pada

hakikatnya berbeda dari segi substansi pada penelitian ini, dengan maksud untuk menghindari plagiat (mencontek secara keseluruhan karya orang lain.

b. Kajian Pustaka berisi tentang berbagai macam literatur dan beberapa teori yang memiliki hubungan dengan pembahasan skripsi ini.

c. Kerangka Pikir pada bagian ini merupakan bagian terpenting pada sebuah skripsi karena pada bagian kerangka inilah yang memberikan arah dan maksud penelitian.

3. Bab III adalah Metode Penelitian, yang terdiri terdiri atas:

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian, Membahas tentang pendekatan apa yang digunakan oleh Penulis.

b. Lokasi Penelitian, penjelasan tentang dimana lokasi penulis melakukan penelitian dan penjelasan tentang kenapa penulis mengambil lokasi tersebut.

c. Data dan Sumber Data pada bagian ini penulis menguraikan tentang sumber data untuk menyusun skripsi.

d. Instrumen Penelitian, pada bagian ini penulis menguraikan tentang alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi kuantitatif tentang variabel yang sedang diteliti.

e. Teknik Pengumpulan Data, maksudnya adalah penulis menguraikan atau menjelaskan tentang cara mengumpulkan data.

f. Teknik Pengolahan dan Analisis Data, pada bagian ini penulis menguraikan tentang teknik yang digunakan dalam mengolah dan menganalis semua data yang diperoleh dari penelitian.

4. Bab IV merupakan inti pembahasan skripsi ini yaitu uraian hasil penelitian. Di dalamnya menguraikan dan menjawab permasalahan berdasarkan data yang telah didapatkan sesuai dengan metode-metode yang telah ditentukan.

5. Bab V Merupakan penutup yang berisi tentang Kesimpulan dan Saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Penelitian Terdahulu yang Relevan*

Damasus Ottis Widiandra, Hadi Sasana, 2013, Universitas Diponegoro, dengan Judul skripsi Analisis dampak keberadaan Pasar Modern terhadap Keuntungan usaha pedagang Pasar Tradisional, penulis menggunakan Alat Analisis Regresi Berganda, sedangkan hipotesis penelitianya adalah: 1. Terdapat pengaruh antara kenyamanan terhadap keuntungan usaha pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Banyumanik, 2. Terdapat pengaruh antara jarak terhadap keuntungan usaha pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Banyumanik, 3. Terdapat pengaruh antara diversifikasi produk terhadap keuntungan usaha pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Banyumanik, 4. Terdapat pengaruh antara harga terhadap keuntungan usaha pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Banyumanik, dan hasil penelitian yang dilakukan adalah: 1. Pengaruh kenyamanan terhadap keuntungan usaha tidak signifikan, artinya bahwa rendahnya tingkat kenyamanan Pasar tidak mempengaruhi keuntungan usaha pedagang Pasar Tradisional, 2. Pengaruh jarak terhadap keuntungan usaha adalah signifikan positif, artinya apabila jarak Pasar lebih strategis maka keuntungan usaha akan meningkat, 3. Pengaruh diversifikasi produk terhadap keuntungan usaha adalah signifikan positif, artinya apabila diversifikasi produk lebih beragam maka keuntungan usaha akan meningkat, 4. Pengaruh harga terhadap keuntungan usaha adalah tidak signifikan positif, artinya apabila harga Pasar relatif

lebih terjangkau maka tidak mempengaruhi keuntungan usaha.[1]

Sari Wahyu Aramiko, 2011, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, dengan judul skripsi Dampak Pasar ritel modern terhadap Pasar dan pedagang ritel tradisional di kota Tangerang Selatan dan upaya penanggulangannya, penulis menggunakan alat analisis Dekriptif, Uji Linear, Uji Normalitas dan Uji Hipotesis, sedangkan hipotesis dari penulis adalah: 1. Pasar ritel modern (Supermarket) tidak berdampak pada Pasar dan pedagang ritel Tradisional di kota Tangerang Selatan, 2. Pasar ritel modern (Supermarket) memiliki dampak pada Pasar dan pedagang ritel Tradisional di kota Tangerang selatan, dan hasil dari penelitianya adalah: 1. Jumlah Supermarket di Tangerang selatan memiliki pengaruh sebesar 83,3 % terhadap variabel bebas, yaitu rata-rata pendapatan pedagang Pasar Tradisional di Tangerang selatan. jumlah Supermarket dan rata-rata omset pedagang Pasar Tradisional memiliki hubungan pengaruh terbalik, dimana peningkatan jumlah Supermarket dari tahun 2005-2010 telah menyebabkan menurunya jumlah rata-rata omset pedagang Pasar Tradisional, 2. Pedagang meyakini di masa mendatang keberadaan Supermarket akan mengganggu keberadaan Pasar Tradisional karena produk yang dijual tidak berbeda, dengan harga yang sama atau bahkan lebih rendah. terlebih lagi, fasilitas dan infrastruktur di Supermarket menjamin tersedianya rasa aman dan kenyamanan yang lebih baik. Supermarket juga menyediakan potongan harga pada akhir pekan. Pedagang tradisional mengakui bahwa ada sedikit perbedaan hal dalam karakteristik

[1] Damasus Ottis Widiandra dan Hadi Sasana, *op.cit.,* h. 8 - 10

pembeli yang datang ke Pasar Tradisional dan Modern, misalnya, pedagang keliling dan pemilik warung / toko kecil masih memilih untuk berbelanja di Pasar Tradisional.[2]

Dwi Susilo, Universitas Pekalongan, dengan judul skripsi Dampak operasi Pasar Modern terhadap pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di kota pekalongan, penulis menggunakan alat analisis diskriptif, Menguji normalitas data dan Uji komparasi dua sample berpasangan, sedangkan Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak dari kehadiran Pasar Modern Sri Ratu Mega Center/Carrefour terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional di kota Pekalongan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah dapat memberikan informasi kepada para pelaku ekonomi di Pekalongan khususnya pedagang Pasar Tradisional mengenai dampak yang ditimbulkan dengan beroperasinya Pasar Modern di sekitar Pasar Tradisional yang telah ada, dan hasil dari penelitian adalah Secara umum bisa dikatakan bahwa pembukaan toko modern Sri Ratu Mega Center/Carrefour di kota Pekalongan tidak banyak berpengaruh terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat khususnya bagi para pedagang Pasar Tradisional. Para pedagang baik yang berada dalam Pasarpasar Tradisional maupun di luar Pasar sebagian besar menyatakan bahwa mereka punya segmen Pasar khas tersendiri, yang tidak terpengaruh oleh pembukaan Sri Ratu Mega Center/Carrefour. Mereka tidak ambil pusing apakah di kota Pekalongan akan menambah toko modern atau tidak, menurut

[2] Sari Wahyu Aramiko, *Dampak pasar Ritel Modern terhadap pasar dan pedagang ritel Tradisional dikota Tangerang Selatan dan upaya penanggulangannya,*(Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah, 2011), h. 72-73

mereka tidak banyak berpengaruh terhadap usahanya.[3]

B. *Kajian Teori*

1. Pengertian Pasar

Pasar dalam arti sempit adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual-beli barang dan jasa. Namun seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi yang menyebabkan transaksi dapat dilakukan tanpa mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung, maka muncul Pengertian Pasar dalam arti luas, yaitu proses interaksi penjual dan pembeli untuk mencapai harga Pasar.

a) Pengelompokan Pasar Menurut Kelas Pelayananya

1) Pasar Tradisional

Pasar Tradisional merupakan Pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Keberadaan Pasar Tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena di dalam Pasar Tradisional terdapat banyak aktor yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya. Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi Pasar Tradisional di Indonesia. Lebih jelasnya Pasar Tradisional yang penulis maksudkan

[3] Dwi Susilo, *Dampak operasi pasar modern terhadap pendapatan Pedagang pasar tradisional di kota pekalongan,* (Jawa Tengah:Universitas Pekalongan.) h.36

adalah Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo.

2) Pasar Modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari Pasar Tradisional, namun Pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransakasi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (Swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan-bahan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama.[4] Yang tergolong Pasar Modern di kota Palopo adalah Market City yang dikuasai oleh empat perusahaan besar yaitu Matahari, Time Zone, KFC serta Hipert Mart yang berskala Internasional, Mangga dua, Opsal Plazza, Al-fath, Misi Pasar Raya, Indomart dan Alfamidi.[5]

b) Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern

No	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1.	Produk yang dijual terbatas pada produk kebutuhan sehari-hari atau barang primer.	Produk yang dijual lebih lengkap, mulai dari barang primer, sekunder hingga tesier.
2.	Menetapkan harga dengan perhitungan laba sesuai dengan pendapatannya masing-masing.	Pasar Modern memiliki prinsip menekan harga jual serendah mungkin dan kompetitif.
3.	Memiliki saluran distribusi yang lebih panjang sehingga harga jual cenderung lebih mahal.	Memiliki saluran distribusi yang tidak terlalu panjang sehingga harga jual dapat ditekan lebih murah.
4.	Tidak terdapat program *discount* atau cara-cara promosi untuk menarik pelanggan.	Sering mengadakan *discount* pada produk tertentu sebagai bentuk promosi.

[4] Nahdliyul Izza,*op.cit.*, h.2

[5] Hasil wawancara dengan kadis Koperindag (Drs. Karno,S.Sos), kategori pasar modern dikota Palopo, Kamis, 31 Oktober 2015, pukul 10.00, wita.

5.	Tidak melakukan promosi, baik melalui media cetak maupun media massa lainnya.	Gencar melakukan promosi melalui media massa. Contoh promosi lewat ja-ringan Telkomsel dan penyebaran brosur harga kemasyarakat umum.
6.	Pedagang melayani sesuai sifatnya Masing-masing.	Pelayan/Pramuniaga dianjurkan untuk selalu melayani dengan senyum dan ramah.
7.	*Layout* / tata letak yang kurang rapi dan penjualan produk yang bersifat tersebar menyebabkan proses bela-nja lebih lama.	*Layout* / tata letak produk rapi dan strategis sehingga proses belanja lebih cepat.
8.	Memiliki jam operasional yang cen-derung fleksibel sesuai keinginan pedagang.	Memiliki jam operasional yang tetap, teratur, dan tepat waktu.
9.	Proses perhitungan harga dominan dilakukan dengan cara manual.	Proses perhitungan harga lebih cepat dengan menggunakan mesin *cash reg-ister*.
10.	Tidak menyediakan kartu anggota.	Menyediakan kartu anggota
11.	Fasilitas, sarana, dan prasarana terb-atas.	Fasilitas, sarana, dan prasarana lengkap.
12.	Tempat khusus untuk berbelanja sehingga tidak ada tempat untuk rekreasi.	Tempat sangat nyaman untuk berbelanja sekaligus rekreasi
13.	Tempat belanja sangat sederhana.	Tempat belanja di desain dengan ber-bagai dekorasi yang menarik
14.	Tingkat keamanan kurang terjamin.	Tingkat keamanan lebih terjamin.
15.	Tidak terdapat potongan harga sebe-rapapun banyaknya pembelian.	Terdapat potongan harga bagi setiap pembeli jika belanjanya melewati batas harga tertinggi yang ditetapkan.
16.	Harga barang tidak tetap, tergantung keberuntungan pembeli jika pandai melakukan penawaran.	Harga tetap, sisa melihat label harga yang sudah terpasang.
17.	Lalu lintas pembeli terlihat semera-wut dan kurang teratur, rute tidak tersusun dengan rapi.	Lalu lintas pembeli terlihat rapi, ada rute yang disediakan.
18.	Pembeli yang datang lebih banyak yang sendiri tanpa ditemani kelu-arga. [6]	Pembeli yang datang rata-rata bersama keluarga. [7]

[6] Hasil observasi pada pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo, Selasa, 5 November 2015, pukul: 08.00 wita.

c) Pasar pada masa Rasulullah S.a.w dan Khulafaurrasyidin, Fungsi dan Macam-macam Pasar

1. Pasar pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin

Pasar memegang peranan penting dalam perekonomian masyarakat muslim pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin, Rasulullah sendiri pada awalnya adalah pebisnis, demikian pula Khulafaurrasyidin dan kebanyakan sahabat.

Pada usia 7 tahun nabi Muhammad Saw., sering diajak Abu Thalib ke pekan-pekan perdagangan, seperti di Pasar Ukaz, Majinnah, dan Dzul Majaz. Abu Thalib merupakan salah satu keluarga yang selalu mendorong nabi Muhammad untuk menjadi pebisnis. Ketika Abu Thalib sudah tua, ia memanggil nabi Muhammad dan berkata: "Hai anak saudaraku, sebagaimana telah kamu ketahui bahwa pamanmu ini sudah tidak punya kekayaan lagi, padahal keadaan sudah sangat mendesak, maka alangkah baiknya jika kamu mulai berniaga dan sedikit demi sedikit hasilnya dapat kamu pergunakan untuk kepentinganmu sehari-hari". Nabi Muhammad mengikuti nasihat pamannya, profesi pebisnis ini yang kemudian Nabi Muhammad tekuni hingga menjadi seorang nabi.

Semasa hidupnya Abu Thalib pernah melamarkan pekerjaan untuk nabi Muhammad sebagai karyawan dengan imbalan tinggi kepada Khadijah yang dikenal sebagai wanita terkaya di Makkah. Khadijah tidak merasa keberatan dengan permintaan Abu Thalib karna Khadijah sudah mendengar berita tentang nabi

---

[7] Hasil observasi pada pasar Modern (Market City kota Palopo), Selasa, 5 November 2015, Pukul: 20.00 wita.

Muhammad yang dijuluki al-Amīn. Keberhasilan nabi Muhammad Selama menjadi karyawan Khadijah terdengar oleh Khadijah. Beberapa karyawan menceritakan pengalamannya selama mendampingi Muhammad berdagang. Mendengar perilaku baiknya, muncul keinginan Khadijah mempersuami nabi Muhammad dan pada akhirnya nabi Muhammad memperistrikan Khadijah diusia 40 tahun, sedangkan usia nabi pada waktu itu 25 tahun.

Nabi Muhammad adalah pedagang profesional yang menjunjung tinggi kejujuran hingga dijuluki *"Al-amin"* pada saat berhijrah kemadinah Beliau menjadi pengawas Pasar (*al-muhtasib*) untuk mengawasi mekanisme Pasar di Madinah dan sekitarnya agar tetap berlangsung secara islami. Pada saat itu mekanisme Pasar sangat dihargai, beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tiba-tiba tingkat harga mengalami kenaikan sepanjang kenaikan terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni. Yang tidak dibarengi dengan dorongan-dorongan monopolisttik dan monopsonistik, maka tidak ada alasan untuk tidak menghormati harga Pasar.

Hal ini jelas bahwa Pasar merupakan hukum alam (Sunnatullah) yang harus dijunjung tinggi, tak seorangpun secara individu dapat mempengaruhi Pasar sebab Pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuaan Allah. [8]

2. Fungsi Pasar

Pasar mempunyai fungsi-fungsinya sendiri, yang mana dalam fungsi tersebut

[8] P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta, Pt Rajagrafindo persada: Januari 2011) cet. 3 h. 302

bertujuan untuk memuaskan perekonomian Pasar. Dalam Islam fungsi Pasar untuk mencapai kejayaan di dunia dan di akhirat, Secara umum fungsi Pasar adalah:

a. Menetapkan nilai-nilai harga dalam Pasar, karena harga merupakan alat ukur suatu nilai dalam Pasar. Dan disini fungsi permintaan konsumen bukanlah segalanya, tetapi uang juga menjadi faktor terpenting dalam mendukung suatu permintaan. Karena jika seorang konsumen ingin membeli suatu barang maka tersedianya dana adalah faktor terpenting yang harus diperhitungkan.
b. Pasar menyimpulkan semua produksi itu melalui faktor biaya. Dan dalam teori harga diasumsikan bahwa, seorang pengusaha akan memaksimumkan *output* dengan *input* yang semuanya diukur dengan uang.
c. Pasar mendistribusikan suatu produk itu bersangkut paut dengan masalah untuk siapa barang dihasilkan.
d. Pasar melakukan pembatasan, yang ini merupakan inti dari penentuan harga, karena Pasar akan membatasi tingkat konsumsi yang berlaku dari produksi yang tersedia dengan tujuan agar terjadi keseimbangan suatu harga.
e. Pasar juga menyediakan barang dan jasa untuk keperluan di masa akan datang. Tabungan dan investasi adalah salah satu alat untuk mempertahankan sistem dan menghasilkan kemajuan ekonomi.[9]

3. Macam-macam Pasar

a. Pasar Persaingan Sempurna

[9] Bab II, *Mekanisme pasar dalam perekonomian islam*, h. 25-26, pdf

Pasar persaingan sempurna adalah jenis Pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak dan produk yang dijual bersifat homogen atau sama dan tidak dapat dibedakan. Islam menegaskan bahwa Pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan bebas. Namun bukan berarti kebebasan itu mutlak, tetapi kebebasan itu harus sesuai dengan aturan syari'ah.

b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna adalah kebalikan dari Pasar persaingan sempurna. Dimana antara penjual dan pembeli, jumlahnya *relative.* Terkadang ada Pasar yang jumlah penjualnya sedikit, bahkan ada yang jumlah penjualnya hanya satu. Pasar tidak sempurna dibagi menjadi beberapa macam yaitu :

1) Pasar Monopoli (*Ihtikar)*

Adalah suatu bentuk Pasar dimana dalam Pasar hanya terdapat satu penjual yang menguasai Pasar. Dan seorang *monopolis* adalah sebagai penentu harga (*price-maker*). Islam tidak melarang keberadaan satu penjual di Pasar atau yang tidak ada pesaingnya, akan tetapi penjual tidak boleh mengambil suatu keuntungan di atas keuntungan yang normal.

Abu Hurairah r.a meriwayatkan hadis Nabi SAW tentang dilarangnya *ihtikar* adalah sebagai berikut :

عَنْ مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللهِ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنِ احْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِئٌ .

Artinya:

> "Diriwayatkan dari Ma'mar bin 'Abdillah ra, dari Rasulullah SAW.: Beliau bersabda: "Barang siapa yang melakukan ihtikar untuk merusak harga Pasar sehingga naik secara tajam, maka ia berdosa"[10]

2) Pasar Oligopoli

Adalah Pasar dimana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan. Umumnya jumlah perusahaan lebih dari dua tetapi kurang dari sepuluh.

Praktek oligopoli biasanya dilakukan sebagai salah satu upaya untuk menahan perusahaan-perusahaan untuk masuk ke dalam Pasar, dan tujuan perusahaan-perusahaan melakukan oligopoli adalah sebagai salah satu usaha untuk menikmati suatu keuntungan dengan menetapkan harga jual terbatas, sehingga menyebabkan persaingan harga diantara pelaku usaha yang melakukan praktik oligopoli menjadi tidak ada.

3) Monopolistik

Adalah salah satu bentuk Pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang yang sama tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek.

Penjual dalam Pasar monopolistik tidak terbatas, namun setiap produk yang dihasilkan pasti memiliki ciri tersendiri yang membedakannya dengan produk lainnya.

d) Meneladani Rasulullah Saw tentang *Aqd al-Ba'i* (Jual Beli)

Keberhasilan nabi Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian diri Muhammad yang dibangunnya atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat

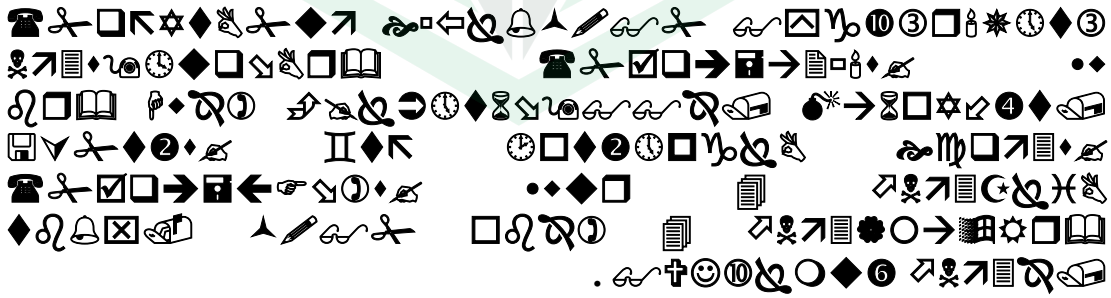
---

[10] Karim, *Ekonomi Mikro Islami* h.174

Jahiliyyah dengan dirinya. Kemampuan mengelola bisnis tanpak pada keberaniannya membawa dagangan Khadijah dan ditemani hanya seorang karyawan (Maisarah). Jika nabi Muhammad tidak memiliki pengalaman dan kemampuan berdagang maka nabi Muhammad hanya akan menjadi pendamping Maisarah. Ia bertanggungjawab penuh atas semua dagangan milik Khadijah. Demikian juga barang-barang dagangannya yang ia bawa dari Pasar ke Pasar atau tempat-tempat festival perdagangan.[11]

Salah satu kegiatan ekonomi yang diperbolehkan adalah jual beli sebagaimana telah tersebut dalam Al-Quran dan Al-Hadits, hal ini didukung pula oleh ijma' bahwa jual beli (*selling contract*) itu diperbolehkan sedangkan riba itu yang dilarang. Allah Swt telah menjadikan harta sebagai salah satu sebab tegaknya kemaslahatan manusia di dunia. Allah Swt telah mengingatkan kepada umatnya dalam jual beli untuk tidak melakukan cara-cara yang bathil, tidak melakukan penipuan dan tidak menzalimi pihak lain apalagi dengan cara Riba.[12]

Allah swt., berfirman dalam Q.S. an-Nisa (4):29.



Terjemahnya :

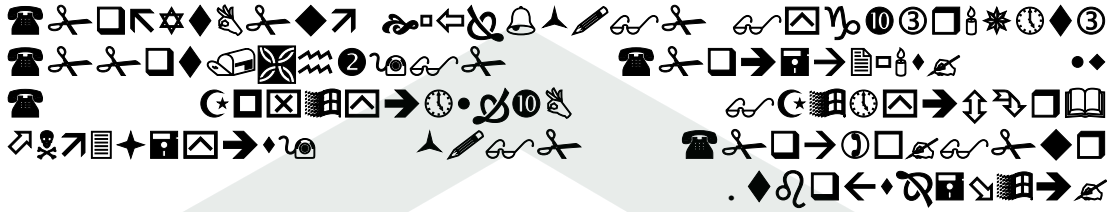
---

[11] Muhammad Saifullah, *Etika bisnis islami dalam praktek bisnis rasulullah,*(Semarang: IAIN Walisongo, 2011), Volume 19, Nomor 1, Mei 2011, h. 145

[12] Abdul azis, *Ekonomi Sufistik model al-Ghazali telaah analitik terhadap pemikiran al-Ghazali tentang moneter dan bisnis*, (Bandung: Alfabeta,2011), cet.1 November 2011, h. 105-106

”Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamemu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.dan janganlah kamu mem-bunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.[13]

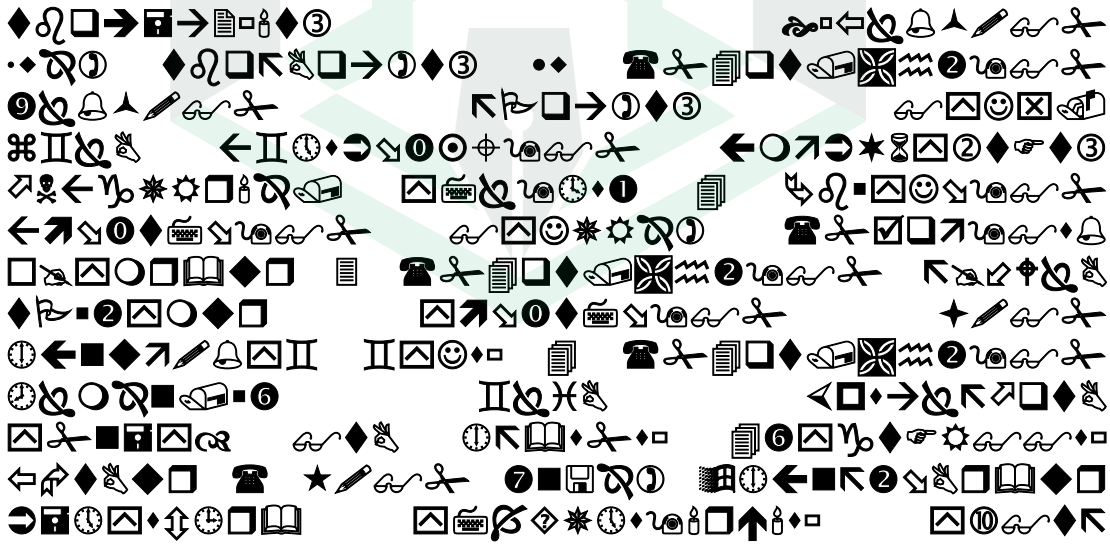
Dijelaskan juga dalam firman Allah SWT tentang larangan Riba dalam Q.S Ali Imran (3):130



Terjemahnya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.[14]

Larangan Riba dalam jual beli diperjelas dalam Q.S Al-Baqarah (2):275



[13] Depag RI, *Al Qur’an Terjemahan,* (Semarang: Cv. Toha Putra, 2008), Edisi Baru Revisi Terjemah 1989, h. 118

[14] *Ibid.* h. 93

Terjemahnya:

> "Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya".[15]

Nabi Muhammad Saw yang merupakan pelaku bisnis sangat membenci transaksi dengan unsur Riba, Nabi Muhammad Saw berpesan dalam sebuah hadist:

حد ثنا محمد بن□لصبا ح وزهير بن حرب وعثما□ بن□ بي شيبة قا لو□ حد ثنا هشيم□حبر□ا□بو□لز بير عن جا بر قال لعن رسول الله صلى الله عليه و سلم □ كلا□لر با ومؤ كله و كا تبه وشا هد يه و قا ل هم سو□ء

Artinya:

> "Diriwayatkan dari Jabir, ia berkata bahwa Rasulullah mengutuk pemakan riba, orang yang memberi pinjaman, orang yang mewakilinya (orang yang utang), orang yang mencatatnya, dan orang yang menjadi saksinya. Dan ia berkata: Mereka semuanya sama (hukumnya)".[16]

Nabi Muhammad Saw mencontohkan jual beli dalam praktek bisnisnya antara lain sebagai berikut:

1. *Kejujuran*. Dalam melakukan transaksi bisnis nabi Muhammad menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. Gelar al-Amīn (dapat dipercaya) yang diberikan

---

[15] *Ibid*, h. 65

[16] Hadits riwayat Muslim, no. 2995.

masyarakat Makkah berdasarkan perilaku nabi Muhammad. Cakupan jujur ini sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain.

2. *Amanah*. Amanah adalah bentuk masdar dari amuna, ya'munu yang artinya bisa dipercaya. Ia juga memiliki arti pesan, perintah atau wejangan. Dalam konteks fiqh, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda.

3. *Tepat menimbang*. Etika bisnis nabi Muhammad dalam menjual barang harus seimbang. Barang yang kering bisa ditukar dengan barang yang kering. Penukaran barang kering tidak boleh dengan barang yang basah. Demikian juga dalam penimbangan tersebut seseorang tidak boleh mengurangi timbangan.

4. *Tidak melakukan gharar*. Gharar menurut bahasa berarti al-khatar yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Dalam akad, gharar bisa berarti tampilan barang dagangan yang menarik dari sigi zhahirnya, namun dari sisi substansinya belum tentu baik.

5. *Tidak melakukan penimbunan barang.* Dalam bahasa Arab penimbunan barang disebut ihtikar. Penimbunan ini tidak diperbolehkan karena akan menimbulkan kemadharatan bagi masyarakat karena barang yang dibutuhkan tidak ada di Pasar.

6. *Tidak melakukan al-ghab dan tadlīs*. Al-ghab artinya al-khada (penipuan), yakni membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga

rata-rata. Sedangkan tadlīs yaitu penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual atau pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika terjadi transaāksi.

7. *Saling menguntungkan*. Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam bisnis para pihak harus merasa untung dan puas. Etika ini pada dasarnya mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Seorang produsen ingin memperoleh keuntungan, dan seorang konsumen ingin memperoleh barang yang bagus dan memuaskan.[17]

e) Mekanisme Pasar dalam islam

Mekanisme Pasar adalah cara bekerja suatu Pasar berdasarkan pada sistem Pasar yang ada. Dalam teori ekonomi konvensional, mekanisme Pasar adalah suatu cara agar dapat mencapai tujuan ekonomi, yakni berupa kesejahteraan masyarakat di dunia. Dan kesejahteraan masyarakat itu didefinisikan sebagai kesejahteraan material. Dengan kata lain kualitas kehidupan manusia itu tidak hanya ditentukan oleh kemampuan untuk memenuhi kesejahteraan material saja tapi juga untuk memenuhi kesejahteraan non material.

Para ulama islam telah berpendapat tentang mekanisme Pasar diantaranya adalah:

1) Abu Yusuf

Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme Pasar dan saat itu Abu Yusuf membantah pemahaman masyarakat tentang mekanisme Pasar yang mengatakan "jika persediaan suatu barang komoditi banyak

[17] Muhammad Saifullah, *op.cit.,* h. 146-151

maka harga akan turun, sebaliknya jika persediaan suatu barang komoditi sedikit maka harga akan naik" karena pada kenyataannya pemahaman itu tidak selalu terjadi. "Kadang-kadang makanan berlimpah, tetapi tetap mahal dan kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah". Tampaknya Abu Yusuf juga menyangkal tentang hubungan terbalik antara persediaan barang (*supply)* dan harga, yang pada kenyataannya harga tidak selalu bergantung pada permintaan tetapi juga bergantung pada kekuatan penawaran.[18]

2) Imam Al-Ghazali

Imam Ghazali mengaitkan segala kegiatan ekonomi dengan moral dan akhlak yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadist yaitu berdasarkan prinsip tauhid, dan dalam kaitannya dengan mekanisme Pasar. Di sini Al-Ghazali tidak menjelaskan tentang permintaan dan penawaran dalam terminologi modern, tetapi dalam tulisannya ia menjelaskan tentang bentuk kurva penawaran dan permintaan. Untuk kurva penawaran "yang naik dari kiri bawah ke kanan atas", dinyatakan dalam kalimat, "Jika petani tidak mendapatkan pembeli barangnya, maka ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah. Sementara untuk kurva permintaan, "yang turun dari atas ke kanan bawah, dijelaskan dengan kalimat, harga dapat diturunkan dengan mengurangi permintaan. Ia menegaskan, "Mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah, akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan".

---

[18] P3EI, *op.cit,* h. 304

Bagi Al-Ghazali, keuntungan (*ribh*), merupakan kompensasi dari kesulitan perjalanan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang. Pemikiran Al-Ghazali mengenai konsep keuntungan dalam Islam. Menurutnya, motif berdagang adalah mencari keuntungan. Tetapi ia tidak setuju dengan keuntungan yang besar sebagai motif berdagang, sebagaimana yang diajarkan kapitalisme. Al-Ghazali dengan tegas menyebutkan bahwa keuntungan bisnis yang ingin dicapai seorang pedagang adalah keuntungan dunia akhirat, bukan keuntungan dunia saja.[19]

3) Ibnu Taimiyah

Dalam pandangannya yang lebih luas, Ibnu Taimiyyah mengemukakan tentang konsep mekanisme Pasar bahwa di dalam sebuah Pasar bebas (sehat), harga dipengaruhi dan dipertimbangkan oleh kekuatan penawaran dan permintaan (*supply and demand)*. Suatu barang akan turun harganya bila terjadi keterlimpahan dalam produksi atau adanya penurunan impor atas barang-barang yang dibutuhkan. Dan sebaliknya ia mengungkapkan bahwa suatu harga bisa naik karena adanya penurunan jumlah barang yang tersedia atau adanya peningkatan jumlah penduduk mengindikasikan terjadinya peningkatan permintaan. Ibnu Taymiyah mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan sewenang-wenang dari penjual. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat *inefisiensi* atau pemborosan produksi, penurun jumlah impor barang-barang yang diminta, atau juga karena tekanan Pasar.

---

[19] Abdul Azis, *op. cit*, h. 86

Selanjutnya Ibnu Taymiyah menyatakan, penawaran bisa dari produksi domestik dan impor. Terjadinya perubahan dalam penawaran, digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan perubahan permintaan (naik atau turun) sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan konsumen. Permintaan akan barang sering berubah-ubah. Perubahan itu disebabkan beberapa faktor yang antara lain, besar kecilnya jumlah penawaran, jumlah orang yang menginginkan terhadap barang tersebut, selera, harga barang itu sendiri dan harga barang lain yang terkait.[20]

4) Ibnu Khaldun

Selain, Abu Yusuf, Ibnu Taymiyah dan al-Ghazali, intelektual muslim yang juga membahas mekanisme Pasar adalah Ibnu Khaldun. Ia membagi jenis barang kepada dua macam, *pertama*, barang kebutuhan pokok, *kedua* barang mewah. Menurutnya, bila suatu kota berkembang dan populasinya bertambah, maka persediaan pengadaan barang-barang kebutuhan pokok melebihi kebutuhan, sehingga penawaran meningkat dan akibatnya harga menjadi turun. Sedangkan untuk barang-barang mewah, permintaannya akan meningkat, sejalan dengan perkembangan kota dan berubahnya gaya hidup. Akibatnya, harga barang mewah menjadi naik.

Ibnu Khaldun menjelaskan secara lebih detail. Menurutnya keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sedangkan keuntungan yang sangat

---

[20] Muhammad Aidi Matrani, *Pemikiran Ibnu Taimiyyah Tentang Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Islam,* (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008) h. 65 Bab IV

rendah, akan membuat lesu perdagangan, karena pedagang kehilangan motivasi untuk kerja. Sebaliknya bila pedagang mengambil keuntungan sangat tinggi, juga akan membuat lesu perdagangan, karena lemahnya permintaan (*demand*).

Berdasarkan kajian para ulama klasik tentang mekanisme Pasar tersebut, maka Muhammad Nejatullah Shiddiqi, dalam buku The Economic Entreprise in Islam, menulis, "Sistem Pasar di bawah pengaruh semangat Islam berdasarkan dua asumsi, Asumsi itu adalah rasionalitas ekonomi dan persaingan sempurna. Berdasarkan asumsi ini, sistem Pasar di bawah pengaruh semangat Islam dapat dianggap sempurna. Sistem ini menggambarkan keselarasan antar kepentingan para konsumen.[21]

Dalam hal ini Muhammad Nejatullah ash Shiddiqi menyimpulkan bahwa ciri-ciri penting pendekatan Islam dalam hal mekanisme Pasar adalah:

a. Penyelesaian masalah ekonomi yang asasi (konsumsi, produksi, dan distribusi), dikenal sebagai tujuan mekanisme Pasar.
b. Dengan berpedoman pada ajaran Islam, para konsumen diharapkan bertingkah laku sesuai dengan mekanisme Pasar, sehingga dapat mencapai tujuan yang dinyatakan di atas.
c. Jika perlu, campur tangan negara sangat penting diberlakukan untuk normalisasi dan memperbaiki mekanisme Pasar yang rusak. Sebab negara adalah penjamin terwujudnya mekanisme Pasar yang normal. Maka mekanisme Pasar di sini dapat

---

[21] P3EI, *op.cit*, h. 310-311

diyakini akan menghasilkan suatu keputusan yang adil dan arif dari berbagai kepentingan masyarakat yang bertemu di Pasar.[22]

2. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan studi sosiologi ekonomi tentang pedagang dapat disimpulkan bahwa pedagang dibagi atas :

a) Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
b) Pedagang semi profesional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga. Derajat tambahan tersebut berbeda pada setiap orang dan masyarakat.
c) Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas substensi untuk memenuhi ekonomi rumah tangga.
d) Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak mengharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh

[22] Yusnani, *Mekanisme Pasar dan Persoalan Riba dalam Pandangan Islam,* (Padang: Politeknik Negeri Padang, 2012), h. 86-87

uang, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

3. Pengertian Pendapatan dan Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

a) Pengertian Pendapatan

Dalam pengertian umum pendapatan adalah hasil pencaharian usaha. Boediono (1992) mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Sedangkan menurut Winardi (1992) pendapatan adalah hasil berupa uang atau materi lainnya yang dapat di capai dari pada penggunaan faktor-faktor produksi. Sebagaimana pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat.[23]

Menurut Sukirno (2002), pendapatan dapat dihitung melalui tiga cara yaitu :

1) Cara Pengeluaran. Cara ini pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai pengeluaran/perbelanjaan ke atas barang-barang dan jasa.
2) Cara Produksi. Cara ini pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai barang dan jasa yang dihasilkan.
3) Cara Pendapatan. Dalam penghitungan ini pendapatan diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh pendapatan yang diterima.

---

[23] A. A. Istri Agung Vera Laksmi Dewi, dkk, *Analisis Pendapatan Pedagang Canang Di Kabupaten Badung*, (Bali: Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, 2012), h. 3

Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan (Suparmoko, 2000), yaitu :

a) Gaji dan Upah. Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.
b) Pendapatan dari Usaha Sendiri. Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
c) Pendapatan dari Usaha Lain. Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja, dan ini biasanya merupakan pendapatan sampingan.

Menurut Tohar (2003) pendapatan perseorangan adalah jumlah pendapatan yang diterima setiap orang dalam masyarakat yang sebelum dikurangi transfer payment. Transfer Payment yaitu pendapatan yang tidak berdasarkan balas jasa dalam proses produksi dalam tahun yang bersangkutan.

1. Pendapatan menurut cara memperolehnya dibedakan menjadi :

a. Pendapatan asli yaitu pendapatan yang diterima oleh setiap orang yang langsung ikut serta dalam produksi barang.

b. Pendapatan turunan (sekunder) yaitu pendapatan dari golongan penduduk lainnya yang tidak langsung ikut serta dalam produksi barang seperti dokter, ahli hukum dan pegawai negeri.

2. Pendapatan menurut perolehannya dibedakan menjadi :

a) Pendapatan kotor yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya–biaya.

b) Pendapatan bersih yaitu pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.

3. Pendapatan menurut bentuknya dibedakan menjadi :

a) Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa, sumber utamanya berupa gaji, upah, bangunan, pendapatan bersih dari usaha sendiri dan pendapatan dari penjualan.

b) Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan biasanya tidak berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang.

Menurut Yudhohusodo dalam Ariyani (2006) tingkat pendapatan seseorang dapat digolongkan dalam 4 golongan yaitu :

1) Golongan yang berpenghasilan rendah (*low income group*) yaitu pendapatan rata-rata dari Rp.150.000 perbulan.
2) Golongan berpenghasilan sedang (*Moderate income group*) yaitu pendapatan rata-rata Rp.150.000 – Rp.450.000 perbulan.
3) Golongan berpenghasilan menengah (*midle income group*) yaitu pendapatan rata-rata yang diterima Rp.450.000 – Rp.900.000 perbulan.
4) Golongan yang berpenghasilan tinggi (*high income group*) yaitu rata-rata pendapatan lebih dari Rp.900.000.

b) Faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi pendapatan pedagang

1. Kondisi dan kemampuan pedagang

Transaksi jual beli melibatkan pihak pedagang dan pembeli. Pihak pedagang harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan sekaligus mendapatkan pendapatan yang diinginkan.

2. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli barang dan jasa meliputi baik tidaknya keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok pembeli, frekuensi pembeli dan selera pembeli.

3. Modal

Setiap usaha membutuhkan untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan pewirausaha meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.

4. Kondisi organisasi perusahaan.

Semakin besar suatu perusahaan akan memiliki bagian penjualan yang semakin kompleks untuk memperoleh keuntungan yang semakin besar dari pada usaha kecil.

5. Jam Kerja pedagang

Analisis Jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja

dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapatkan. Kesediaan tenaga kerja untuk bekerja dengan jam kerja panjang atau pendek adalah merupakan keputusan individu.

6. Lokasi usaha

   Merencanakan suatu usaha perlu memilih letak lokasi usaha yang strategis untuk mudah dijangkau konsumen.

7. Faktor lain

   Faktor lain yang mempengaruhi usaha yaitu periklanan dan kemasan produk.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. *Lokasi Penelitian*

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penelitian ini akan dilaksasnakan di Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo. Alasan mengenai dipilihnya lokasi ini karena Pasar tersebut merupakan salah satu bukti kekuatan Pasar Tradisional yang masih mampu eksis di tengah gempuran menjamurnya Pasar Modern, selain itu letak Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo berdekatan dengan tempat tinggal penulis.

B. *Pendekatan dan Jenis Penelitian*

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif latar belakang keadaan sekarang (Pendapatan pedagang) dan interaksi lingkungan suatu obyek (Pasar Tradisional), dengan menggunakan pendekatan Kuantitatif.

C. *Data dan Sumber Data*

1. Data primer

Merupakan sumber data yang penulis peroleh langsung dari sumber asli (Responden/Pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo), Data primer

adalah sumber data yang diambil sesuai dengan hasil penelitian dengan menggunakan metode penelitian lapangan (*Field Research).*[1]

2. Data sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder yang diperoleh peneliti berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan, Seperti dari buku-buku, internet, majalah, koran, makalah dan dokumen-dokumen yang dijadikan objek studi oleh penulis.

3. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakraristik tertentu yang diterapkan oleh penulis untuk dipalajari kemudian ditarik kesimpulannya[2]. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang berada dalam lokasi penelitian (Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo).

b) Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah atau karaktaristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karna populasi adalah seluruh pedagang Pasar Tradisional Andi

---

[1] Ismail, *Problematika Penerapan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) di SMP Negeri 2 Bastem Kabupaten Luwu*. (Palopo : Laporan Hasil Penelitian STAIN Palopo, 2014), h. 29

[2] Sugiyono, *motode penelitian bisnis,* (Bandung: Alfabeta, 2008), Hal. 115

Tadda yang berjumlah 385 pedagang, maka penulis akan mengambil 100 populasi sebagai sampel untuk dilakukan penelitian.

Tekhnik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tekhnik Accidental Sampling, Tekhnik Accidental Sampling adalah teknik penarikan sampel secara kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan ditemui peneliti di lokasi dimana quesionar dibagikan kepada pedagang dipasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo yaitu dengan melalui wawancara awal yang dilakukan penulis.

D. *Instrumen Penelitian*

Menurut Suharsimi Arikunto, instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.

Ibnu Hadjar berpendapat bahwa instrumen merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif tentang variasi karakteristik variabel secara objektif.

Instrumen penelitian menurut Sumadi Suryabrata (2008:52) adalah alat yang digunakan untuk merekam-pada umumnya secara kuantitatif-keadaan dan aktivitas atribut-atribut psikologis. Atibut-atribut psikologis itu secara teknis biasanya digolongkan menjadi atribut kognitif dan atribut non kognitif.

Sumadi mengemukakan bahwa untuk atribut kognitif, perangsangnya adalah pertanyaan. Sedangkan untuk atribut non-kognitif, perangsangnya adalah pernyataan.

Dari beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan

informasi tentang variabel yang sedang diteliti.[3] Sehingga penulis menetapkan instrumen penelitian yang digunakan adalah pedoman wawancara, pedoman observasi dan kuesioner yang digunakan untuk menghimpun data dari informan atau sumber data.

E. *Teknik Pengumpulan Data*

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti oleh penulis, untuk mendapat data primer dengan menggunakan pertanyaan lisan dan tulisan. Penulis menggunakan metode ini untuk mengumpulkan data yang sama dari variabel penelitian yang akan diteliti. Teknik yang digunakan penulis dalam penelitian lapangan adalah:

a. Wawancara (Interview)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data menggunakan pertanyaan secara lisan kepada responden atau subjek penelitian. Digunakan oleh peneliti untuk menilai keadaan Pasar Tradisional melalui seseorang, yaitu untuk mencari data tentang pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo sebelum munculnya Pasar Modern.[4]

Data yang diperoleh langsung dari informan melalui wawancara secara mendalam yang dilakukan peneliti bertujuan untuk mendapatkan informasi sebanyak-

---

[3] Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)* (Cet. II; Jakarta: Gaung Persada Press, 2009), h. 222.

[4] PDF Creator - PDF4Free v2.0, http://www.pdf4free.com

banyaknya terutama yang berkaitan dengan pengaruh Pasar Modern terhadap penurunan pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo, Proses wawancara ini menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*), agar wawancara tetap berada pada fokus penelitian. Informan yang akan penulis wawancarai dalam pengumpulan data, ada dua yaitu:

a) Pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo
b) Kepala Bidang Perdagangan Dinas Korperindag kota Palopo

b. Metode Observasi (Observation Methods)

Metode observasi adalah peroses pencatatan secara langsung pola perilaku subyek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematik tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

Penggunaan teknik observasi langsung memungkinkan bagi peneliti untuk mengumpulkan data mengenai perilaku dan kejadian secara detail. Peneliti dalam observasi langsung tidak berusaha untuk memanipulasi kejadian yang diamati. Pengamat hanya mencatat apa yang terjadi sehingga mempunyai peran yang pasif.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara memberi pernyataan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya secara langsung kepada responden untuk dijawabnya.

2. Penelitian Pustaka (*Library Research*)

Penelitian pustaka yaitu mengumpulkan data secara teoritis dengan cara membaca berbagai literature buku dan bahan teori lainnya yang berkaitan dengan

masalah yang dibahas oleh penulis.

F. *Teknik Pengolahan dan Analisis Data*

1) Teknik Pengolahan

Data yang telah dikumpulkan diolah melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

a. Mengedit Data (*Editing*)

Editing merupakan proses yang dilakukan sebelum data diolah. Data yang di peroleh dan di edit untuk memperbaiki kualitas data serta menghilangkan keraguan terhadap data yang diperoleh, serta untuk memastikan konsistensi data tersebut. Editing juga dilakukan untuk memilih data yang akan digunakan dan data yang tidak dapat digunakan atau harus dikonfirmasi ulang.

b. Pengkodean (*Coding*)

Setelah diedit, data yang dikumpulkan tersebut (dapat berupa angka atau data deskriptif) di-*coding* yaitu dengan memberikan kode pada jawaban atau pernyataan yang diperoleh dengan memberi angka pada jawaban atau pernyataan tersebut.

c. Tabulasi Data (*Tabulating*)

Kegiatan selanjutnya adalah melakukan tabulasi yaitu memasukkan data ke dalam tabel-tabel dan mengatur angka-angka sehingga dapat dihitung jumlah kasus dalam berbagai kategori. Data yang ada dipindahkan ke dalam suatu *coding sheet* (kartu tabulasi) atau dapat juga dipindahkan langsung dari daftar pertanyaan ke dalam tabel. Dalam penelitian ini tabulasi data dilakukan dengan bantuan komputer.

2) Analisis Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan yang menunjukkan fakta. Dengan demikian, maka penulis menggunakan pedoman Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Variabel, Uji Statistik Deskriptif dan Uji Hipotesis dengan menggunakan analisis data Regresi sederhana.

Regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana suatu variabel berpengaruh terhadap variabel lainnya. Dalam hal ini, akan diketahui bagaimana pengaruh variabel Independent (Pasar Modern) terhadap variabel Dependent (pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo).

Rumus yang digunakan untuk menghitung Regresi sederhana adalah:

$Y = a + b\,x$

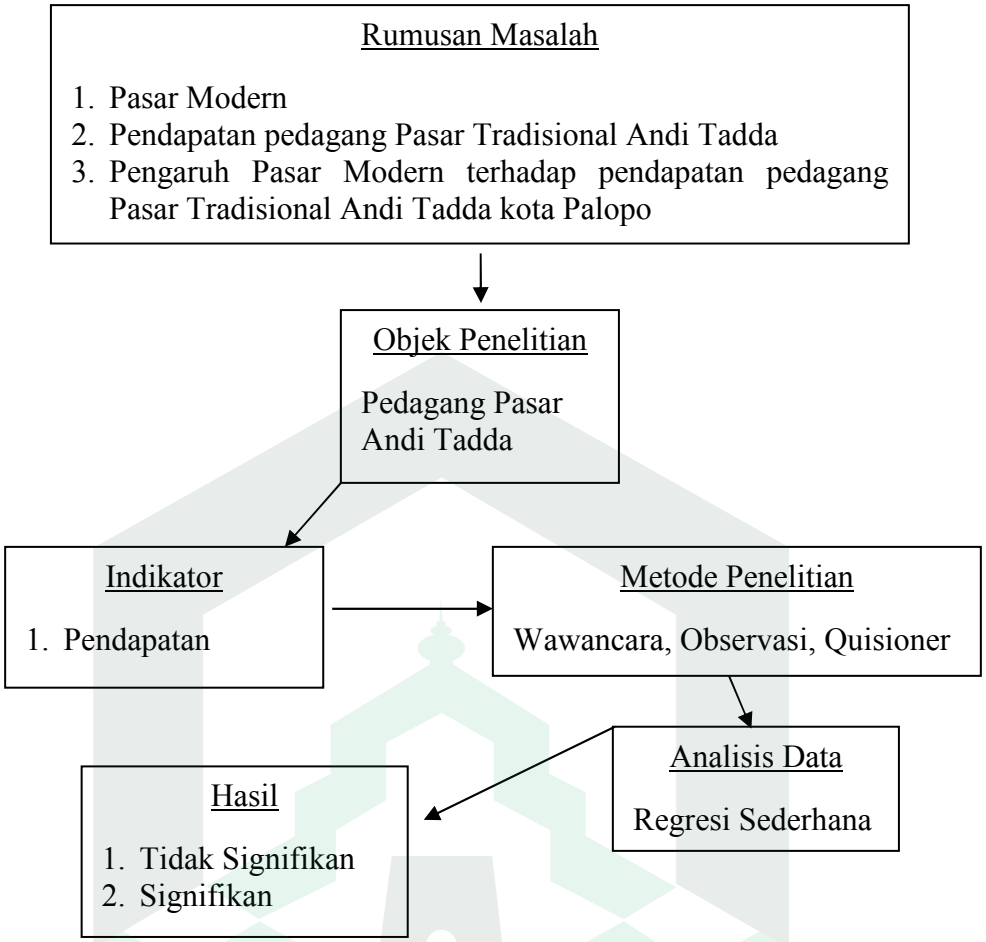
Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

G. *Kerangka Pikir*

Kerangkah pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Penjelasan bagan :

Tahap awal dilakukanya penelitian adalah melihat semua rumusan masalah, kemuidian, menetapakan objek penelitian pada Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo, selanjutnya, menetapkan indikator penelitian, kemudian, menentukan metode penelitian, selanjutnya, menganalisis data, tahap terakhir, menetapkan hasil penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Palopo

Kota Palopo, dahulu disebut kota Administratip (Kotip) Palopo, merupakan Ibu kota Kabupaten Luwu yang dibentuk berdasarkan peraturan pemerintah (PP) nomor 42 tahun 1986. Seiring dengan perkembangan zaman, tatkala gaung Reformasi bergulir dan melahirkan UU No. 22 Tahun 1999 dan PP 129 Tahun 2000, telah membuka peluang bagi kota Administratif di seluruh Indonesia yang telah memenuhi sejumlah persyaratan untuk dapat ditingkatkan statusnya menjadi sebuah daerah Otonom. Ide peningkatan status Kotip Palopo menjadi daerah Otonom , bergulir melalui aspirasi masyarakat yang menginginkan peningkatan status kala itu, yang ditandai dengan lahirnya beberapa dukungan peningkatan status Kotip Palopo menjadi daerah Otonom kota Palopo dari beberapa unsur kelembagaan penguat seperti :

1) Surat Bupati Luwu No. 135/09/TAPEM Tanggal 9 Januari 2001, Tentang Usul Peningkatan Status Kotip Palopo menjadi kota Palopo.
2) Keputusan DPRD Kabupaten Luwu No. 55 Tahun 2000 Tanggal 7 September 2000, tentang Persetujuan Pemekaran/Peningkatan Status Kotip Palopo menjadi kota Otonomi.

3) Surat Gubernur Propinsi Sulawesi Selatan No. 135/922/OTODA tanggal 30 Maret 2001 Tentang Usul Pembentukan Kotip Palopo menjadi kota Palopo.
4) Keputusan DPRD Propinsi Sulawesi Selatan No. 41/III/2001 tanggal 29 Maret 2001 Tentang Persetujuan Pembentukan Kotip Palopo menjadi kota Palopo; Hasil Seminar kota Administratip Palopo Menjadi kota Palopo; Surat dan dukungan Organisasi Masyarakat, Oraganisasi Politik, Organisasi Pemuda, Organisasi Wanita dan Organisasi Profesi, juga di barengi oleh Aksi Bersama LSM Kabupaten Luwu memperjuangkan Kotip Palopo menjadi kota Palopo, kemudian dilanjutkan oleh Forum Peduli kota.

Akhirnya, setelah Pemerintah Pusat melalui Depdagri meninjau kelengkapan Administrasi serta melihat sisi potensi, kondisi wilayah dan letak geografis Kotip Palopo yang berada pada Jalur Trans Sulawesi dan sebagai pusat pelayanan jasa perdagangan terhadap beberapa kabupaten yang meliputi Kabupaten Luwu, Luwu Utara, Tana Toraja dan Kabupaten Wajo serta didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai, Kotip Palopo kemudian ditingkatkan statusnya menjadi Daerah Otonom kota Palopo

Tanggal 2 Juli 2002, merupakan salah satu tonggak sejarah perjuangan pembangunan kota Palopo, dengan di tanda tanganinya prasasti pengakuan atas daerah otonom kota Palopo oleh Bapak Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia, berdasarkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2002 tentang Pembentukan Daerah Otonom kota Palopo dan Kabupaten Mamasa Provinsii Sulawesi Selatan, yang akhirnya menjadi sebuah Daerah Otonom, dengan bentuk dan model pemerintahan

serta letak wilayah geografis tersendiri, berpisah dari induknya yakni Kabupaten Luwu.

Diawal terbentuknya sebagai daerah otonom, kota Palopo hanya memiliki 4 Wilayah Kecamatan yang meliputi 19 Kelurahan dan 9 Desa. Namun seiring dengan perkembangan dinamika kota Palopo dalam segala bidang sehingga untuk mendekatkan pelayanan pelayanan pemerintahan kepada masyarakat, maka pada tahun 2006 wilayah kecamatan di kota Palopo kemudian dimekarkan menjadi 9 Kecamatan dan 48 Kelurahan. Kota Palopo dinakhodai pertama kali oleh bapak Drs. H.P.A. Tenriadjeng, Msi, yang di beri amanah sebagai penjabat Walikota (Caretaker) kala itu, mengawali pembangunan kota Palopo selama kurun waktu satu tahun, hingga kemudian dipilih sebagai Walikota defenitif oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah kota Palopo untuk memimpin kota Palopo Periode 2003-2008, yang sekaligus mencatatkan dirinya selaku Walikota pertama di kota Palopo.[1]

Gambar 4.1
Serah terima aset
oleh Wakil Bupati Luwu,
Syukur Bijak dan
Walikota Palopo,
HPA, Tenriadjeng.

[1] Rahmat Al kafi, *Palopo kota kecilku*, Senin, 06 Agustus 2012. / Palopo, Kota Kecilku ~ Pandangan Kafy.htm.

2. Terbentuknya Pasar Tradisonal Andi Tadda Kota Palopo

Berdirinya Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo bermula dari terbentuknya Kota Palopo menjadi daerah Otonom, hal tersebut merupakan langkah awal bahwa dengan terbentuknya Kota Palopo menjadi daerah Otonom, di pastikan daerah tersebut memerlukan sarana dan prasarana pendukung sebagai penggerak Ekonomi masyarakat, termasuk salah satunya adalah dengan adanya Pasar, hal ini diperkuat dengan letak geografis kota Palopo yang strategis, yaitu terletak antara 2.53'15 - 3.04'08 Lintang Selatan dan 120.03'10 - 120.14'34 Bujur Timur, dengan luas wilayah Administrasi sekitar 247,52 kilometer persegi atau sama dengan 0,39% dari luas wilayah Propinsi Sulawesi Selatan. Sebagian besar wilayah Kota Palopo merupakan dataran rendah, yaitu sekitar 62,85% dari luas wilayah, dengan ketinggian 0-500 meter di atas permukaan laut. Daerah ini merupakan kawasan pesisir pantai yang terletak di bagian Timur Kota Palopo. Selain itu, sekitar 24,76% wilayah Palopo terletak pada ketinggian 501-1000 mdpl, dan selebihnya sekitar 12,39% terletak di atas ketinggian lebih dari 1000 mdpl, tentunya membuka peluang Palopo menjadi pusat distribusi dan perputaran ekonomi.

Kota Palopo yang berada di jantung Pulau Sulawesi saat ini bisa diakses melalui tiga jalur transportasi. Yakni, transportasi darat dari tiga penjuru, yakni gerbang utama di sebelah Selatan dari Kota Makassar, sebelah Barat dari Kabupaten Tana Toraja dan sebelah Utara dari Kabupaten Luwu Utara. Transportasi laut melalui pelabuhan Tanjung Ringgit. Sekarang Kota Palopo dapat diakses melalui dua bandara

perintis yaitu Bandara A. Djemma di Masamba dan Bandara Lagaligo di Bua.[2]

Gambar 4.2
Peta Wilayah Kota Palopo

3. Keberadaan Pasar Tradisional (Pasar Lokal) Andi Tadda Kota Palopo

Pasar Tradisional merupakan salah satu fungsi sosial yang tidak bisa dilepaskan dari fungsi sosial lainnya. Untuk itu pemilihan lokasi pasar harus memperhatikan fungsi sosial lain seperti jumlah / kepadatan penduduk dan sebaran fasilitas sosial sehingga pasar tersebut dapat berfungsi optimal. Pedagang maupun konsumen yang berada di sekitar wilayah pasar masih memilih untuk beraktivitas di Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo karena letaknya yang sangat strategis. Pasar Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo terletak di hapit oleh dua Kelurahan yaitu Kelurahan Pontap dan Ponjalae, yang jika dilihat indeks sentralitasnya cukup padat penduduknya. Sebaran fasilitas sosial di dua kelurahan ini pun sedikit mendominasi jumlah fasilitas sosial yang ada di Kota Palopo. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap optimasi Pasar Tradisional Andi Tadda. Dari hasil wawancara dengan pedagang, mengatakan masyarakat sekitar Pasar Andi Tadda akan lebih memilih untuk berbelanja ke tempat yang lebih dekat dengan tempat tinggalnya

[2] Iva Suhra Sari, *Palopo Kota Idaman,* 2009. / Palopo Kota Idaman.htm.

sekaligus agar dapat meminimalkan pengeluaran biaya transportasi dan lebih menghemat waktu.

Pasar Tradisional Andi Tadda dalam awal-awal keberadaannya memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan wilayah kota Palopo. Sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat, Pasar Tradisional Andi Tadda telah mendorong tumbuhnya pemukiman-pemukiman dan aktivitas sosial-ekonomi lainnya di sekitar Pasar tersebut, yang pada tahap selanjutnya membantu berkembangnya pusat pemerintahan.

Pasar Tradisional merupakan salah satu fungsi sosial yang tidak bisa dilepaskan dari fungsi sosial lainnya. Untuk itu pemilihan lokasi pasar harus memperhatikan fungsi sosial lain seperti jumlah / kepadatan penduduk dan sebaran fasilitas sosial sehingga pasar tersebut dapat berfungsi optimal. Pedagang maupun konsumen yang berada di sekitar wilayah pasar masih memilih untuk beraktivitas di Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo karena letaknya yang sangat strategis. Pasar Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo terletak di hapit oleh dua Kelurahan yaitu Kelurahan Pontap dan Ponjalae, yang jika dilihat indeks sentralitasnya cukup padat penduduknya. Sebaran fasilitas sosial di dua kelurahan ini pun sedikit mendominasi jumlah fasilitas sosial yang ada di Kota Palopo. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap optimasi Pasar Tradisional Andi Tadda. Dari hasil wawancara dengan pedagang, mengatakan masyarakat sekitar Pasar Andi Tadda akan lebih memilih untuk berbelanja ke tempat yang lebih dekat dengan tempat tinggalnya

sekaligus agar dapat meminimalkan pengeluaran biaya transportasi dan lebih menghemat waktu.

Jasa besar Pasar Tradisional Andi Tadda (tentunya dengan pelaku-pelaku di dalam Pasar tersebut), hampir tidak terbantahkan merupakan tonggak awal tumbuh dan berkembangnya pusat-pusat pendorong ekonomi rakyat. Namun demikian, sejalan dengan perkembangan zaman, jasa besar Pasar Tradisional dan para pelaku didalamnya mulai terlupakan. Pasar Tradisional sekarang dipandang sebagai daerah yang kumuh dan ruwet, yang telah menyebabkan rusaknya keindahan kota serta menimbulkan kemacetan lalu lintas perkotaan.

Pandangan ini yang kemudian menjadi dasar pertimbangan pemerintah di kota Palopo melalui program kerja bapak Jokowi-JK untuk Merevitalisasi 5.000 Pasar Tradisional / Lokal di seluruh Indonesia, dengan 1.000 Pasar pertahun, untuk menjadi Pasar Rakyat Modern. Pasar Tradisonal Andi Tadda Kota Palopo akhirnya pada tahun ini (2015) di bawah tonggak kepemimpinan Drs.H.M Judas Amir sebagai Walikota Palopo, Akhmad Syarifuddin,SE.,M.Si sebagai Wakil Walikota Palopo, melalui anggaran yang berasal dari bantuan Kementerian Perdagangan merealisasikan pembangunan Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo.

Pembangunan ini di harapkan mampu membuat daya saing Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo semakin meningkat, serta mampu sedikit mengubah persepsi masyarakat bahwa Pasar Tradisional merupakan tempat yang kumuh, tata ruang tidak teratur, becek, merusak pemandangan kota dan lain sebagainya.

Tabel 4.1 Jumlah Pasar

No.	Nama Pasar	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1.	Tradisional	2	2	3	4	5	6
2.	Modern	5	5	5	6	16	19

Sumber: Data base dinas Koperindag Kota Palopo

Dari tabel 1. di atas menggambarkan tentang perkembangan Pasar dari tahun ke tahun, pada tahun 2009 dan tahun 2010 Pasar Tradisional tidak mengalami penambahan hanya ada dua Pasar Tradisional yaitu Pasar Pusat Niaga Palopo bertempat di Jl. Lagaligo yang di dirikan sejak tahun 1976. Pada awalnya Pasar Pusat Niaga Palopo bernama Pasar Luwu Plaza bertempat di Jl. Andi Tadda, di tahun 2007 menyusul Pasar Tradisional Andi Tadda yang berada di kelurahan Pontap dan Ponjalae. Pasar Tradisional kemudian mengalami perkembangan pada tahun 2011 hingga 2014 dengan bertambah satu Pasar Tradisional setiap tahunya, bermula di tahun 2011 di dirikan Pasar Tradisional Mungkajang, tahun 2012 Pasar Tradisional Telluwanua terbentuk, selanjutnya tahun 2013 Pasar Tradisional Wara Selatan, terakhir di tahun 2014 Pasar Tradisional Menjana ikut meramaikan Pasar Tradisional yang ada di kota Palopo.

Sementara di saat yang bersamaan tahun 2009 hingga 2011 Pasar Modernpun tidak mengalami penambahan. Tetapi pada tahun 2012 sudah mengalami penambahan dengan beroperasinya City Market, pada tahun 2013 Minimarket seperti

Alfamidi dan Indomart muncul dan mendominasi Pasar Modern dengan membangun 10 pusat perbelanjaan, pada puncaknya di tahun 2014 Alfamidi dan Indomart bertambah membangun 3 Pusat pembelanjaan, yaitu 2 Alfamidi dan 1 Indomart.[3]

Gambar 4.3
Letak Pasar Andi Tadda
Kota Palopo

B. Pembahasan

1. Pasar Modern di Kota Palopo

Pada tahun 2011**,** Pedagang Pusat Niaga Palopo (PNP) dan Pasar Tradisional Andi Tadda Palopo, sempat menolak rencana pembangunan pasar modern di Jl DR Ratulangi, Kota Palopo. Mereka khawatir, pasar modern itu akan mematikan usaha pedagang tradisional di daerah ini. Meski sarat penolakan dari masyarakat, termasuk pedagang tradisional, Pemkot Palopo tetap akan membangun pasar modern ini dari pinjaman dana Bank Dunia senilai Rp 44 miliar. Sebab, pembangunan pasar modern ini telah lama direncanakan dan matang.

Pasar modern sebagai salah satu program pemerintah Tenriadjeng kala itu,

---

[3] Hasil Wawancara dengan Amaluddin, SE (*Kabid Perdagangan Dinas Koperindag kota Palopo*), Senin, 22 Desember 2015.

adalah upaya mensejahterakan masyarakat Palopo, bukan untuk mencari keuntungan kelompok, atau personal di daerah ini. Ia mengharapkan agar masyarakat tidak bersikap apatis dan pesimis menanggapi berbagai rencana pembangunan di Kota Palopo, tetapi meski mendukung program Pemkot yang bermuara mensejahtera-kan masyarakat.

Pada tahun 2015 sekarang ini, akhirnya berdirilah Pasar Modern dengan sangat pesat, data dari dinas Koperindag menunjukan bahwa pada tahun 2012 yang lalu, hanya ada 5 Pasar Modern yang ada di Kota Palopo (tabel 1) yaitu: Mangga Dua, Al. Fath, Missi Pasaraya, Opzal Plaza dan Matahari. Tetapi pada tahun 2015 sekarang ini perkembangan Pasar Modern sangat pesat, setidaknya ada 19 Mini Market dan City Market yang ada di kota palopo, hal tersebut pastilah sangat membuat pedagang Pasar Tradisional khawatir akan pendapatan yang diperoleh.

2. Pendapatan Kota Palopo

a. Gambaran Umum Perekonomian Daerah

Kondisi ekonomi nasional di pertengahan tahun 2008 mengalami tantangan yang cukup berat, antara lain diakibatkan oleh stabilitas moneter yang mengalami tekanan eksternal berupa ekspektasi yang berlebihan terhadap perubahan kebijakan moneter di luar negeri, meski demikian pertumbuhan ekonomi jika dilihat dari besarnya kenaikan PDRB harga konstan yang terbentuk pada tahun 2007 dibandingkan dengan PDRB tahun lalu, memperlihatkan terjadinya kenaikan setiap tahun.

Tingkat pertumbuhan ekonomi Kota Palopo periode tahun 2002-2007 rata-rata mencapai 7,2 % pertahun. Pada tahun 2002 nilai PDRB konstan Kota Palopo mencapai Rp. 515.295,93 juta selanjutnya pada tahun 2007 mencapai Rp.743.974,17 juta, sedangkan jika dilihat berdasarkan atas harga pasar PDRB Kota Palopo tahun 2007 telah mencapai Rp. 1.157.385,81 juta dengan pertumbuhan rata-rata 13,83% setiap tahun selama periode tahun 2002-2007. Namun demikian kontribusi PDRB Kota Palopo terhadap pembentukan PDRB Sulawesi Selatan baru mencapai 1,72 %.

b. Kerangka Fiscal kota Palopo.

Kerangka fiscal daerah merupakan kebijakan strategis untuk mengarahkan pertumbuhan ekonomi daerah dan pertumbuhan riil setiap sektor sesuai dengan keadaan yang diinginkan dan diharapkan dapat tercapai dalam periode waktu tertentu. Upaya untuk meningkatkan pendapatan perkapita penduduk. Sasaran-sasaran strategis dalam pembangunan ekonomi ke depan antara lain :

a) Mempertahankan tingkat pertumbuhan ekonomi Kota Palopo
b) Mempercepat pergeseran struktur ekonomi dari sektor pertanian menuju sektor perdagangan, sektor jasa dan perindustrian yang berbasis pertanian.
c) Mengarahkan penyediaan fasilitas sarana dan prasarana bagi berkembangnya investasi daerah khususnya pada sektor-sektor perdagangan, jasa-jasa, dan industri-indsutri kecil dan menengah yang berbasis hasil pertanian
d) Prioritas utama pembangunan ekonomi daerah diarahkan pada upaya mempercepat pemulihan ekonomi dan memperkuat landasan pembangunan

ekonomi secara berkelanjutan serta berkeadilan berdasarkan sistim ekonomi kerakyatan Pada masa yang akan datang.

c. Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo

Dalam pengertian umum pendapatan adalah hasil pencaharian usaha. Boediono (1992), mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Sedangkan menurut Winardi (1992) pendapatan adalah hasil berupa uang atau materi lainnya yang dapat di capai dari pada penggunaan faktor-faktor produksi. Sebagaimana pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat. Dalam tabel frequensies di bawah ini menunjukkan pendapatan pedagang Pasar Andi Tadda sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern adalah sbb:

Tabel 4.2
pendapatan harian sebelum ada pasar modern

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<100.000	5	5,0	5,0	5,0
	101.000-250.000	15	15,0	15,0	20,0
	251.000-500.000	60	60,0	60,0	80,0
	>501.000	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Tabel 4.3
pendapatan bulanan sebelum ada pasar modern

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1.000.000	10	10,0	10,0	10,0
	1.001.000-3.000.000	10	10,0	10,0	20,0
	3.001.000-5.000.000	63	63,0	63,0	83,0

	>5.001.000	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Tabel 4.4
pendapatan harian setelah adanya pasar modern

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<100.000	1	1,0	1,0	1,0
	101.000-250.000	19	19,0	19,0	20,0
	251.000-500.000	55	55,0	55,0	75,0
	>501.000	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Tabel 4.5
pendapatan bulanan setealah adanya pasar modern

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1.000.000	10	10,0	10,0	10,0
	1.001.000-3.000.000	20	20,0	20,0	30,0
	3.001.000-5.000.000	60	60,0	60,0	90,0
	>5.001.000	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Quisioner Pedagang

C. Penyajian dan Analisis Data

1. Karakteristik Responden

Proses pengumpulan data dilakukan pada tanggal 28 November sampai dengan 20 Desember 2015 yang didistribusikan langsung oleh peneliti pada masing-masing pedagang Tradisional Andi Tadda kota Palopo. Perhitungan tingkat pengembalian kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Sampel dan Tingkat Pengembalian Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner yang disebarkan	100
2	Kuesioner yang direspon	100
5	Kuesioner yang dapat digunakan	100
6	Tingkat pengembalian (*respon rate*)	100/100 x 100% = 100,0%
7	Tingkat pengembalian yang digunakan	100/100x 100% = 100,0 %

Sumber: Data primer kuesioner pedagang

Dari tabel 1.1 diketahui jumlah kuisioner yang layak diolah dalam penelitian adalah 100 kuisioner. Tingkat pengembalian kuesioner mencapai 100,0% sehingga melebihi 20% dari kuesioner yang didistribusikan. Dengan demikian, data tersebut sudah mencukupi ukuran sampel untuk tujuan analisis dan telah memiliki sifat-sifat bentuk distribusi normal (Wonacot dan Wonacot,1995 dalam Abdul Kadir Arno, 2014).[4] Namun pada penelitian ini tetap melakukan uji validitas data secara statistik guna memenuhi persyaratan uji asumsi klasik.

Adapun Karakteristik responden yang mengembalikan kuesioner dan diolah dalam penelitian ini menggunakan tabel yang menyajikan sesuatu yang terjadi yang dinyatakan dalam prosentase. Dari 100 responden yang memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti dapat diketahui perbedaan karakteristik antara responden yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan ini meliputi usia, jenis kelamin, barang dagangan dan lama berjualan.

4

a. Karakteristik Responden Menurut Umur

Tabel 4.7
Responden menurut Umur

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<31	15	15,0	15,0	15,0
	31-35 Tahun	20	20,0	20,0	35,0
	36-40 Tahun	10	10,0	10,0	45,0
	41-45 Tahun	13	13,0	13,0	58,0
	46-50 Tahun	15	15,0	15,0	73,0
	51-55 Tahun	13	13,0	13,0	86,0
	> 55 Tahun	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer kuesioner pedagang

Dari data tabel di atas diperoleh bahwa usia pedagang yang berjualan di Pasar Andi Tadda sebesar 15 persen usia < 35 tahun, 20 persen usia 31-35 tahun, 10 persen usia 36-40 tahun, 3 persen usia 41-45 tahun, 15 persen usia 46-50 tahun, 13 persen usia 51-55 tahun dan 14 persen usia >55 tahun. Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa mayoritas usia pedagang Pasar Andi Tadda berusia usia 31-35 tahun.

b. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel 4.8
Responden menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	40	40,0	40,0	40,0
	Wanita	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari data hasil kuisioner yang diperoleh, menunjukkan bahwa pedagang yang terlibat dalam pengisian kuisioner 60 persen wanita dan 40 persen pria.

c. Karakteristik Responden Menurut barang dagangan

Tabel 4.9
Responden menurut barang dagangan

Barang Dagangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sayuran	17	17,0	17,0	17,0
	Rempah	10	10,0	10,0	27,0
	Boneka	5	5,0	5,0	32,0
	Pakaian	20	20,0	20,0	52,0
	Ikan	8	8,0	8,0	60,0
	Makanan	10	10,0	10,0	70,0
	Buah-buahan	5	5,0	5,0	75,0
	Beras	10	10,0	10,0	85,0
	Kaset	5	5,0	5,0	90,0
	Campuran	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari data tabel di atas diperoleh bahwa pedagang yang dilibatkan dalam penelitian sebesar 100 pedagang, 17 persen pedagang sayuran, 10 persen pedagang

rempah, 5 persen pedagang boneka, 20 persen pedagang pakaian, 8 persen pedagang ikan, 10 persen pedagang makanan, 5 persen pedagang buah-buahan, 10 persen pedagang beras, 5 persen pedagang kaset dan 10 persen pedagang campuran. Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa mayoritas pedagang yang terlibat dalam pengisian kuisioner ini adalah pedagang pakaian.

d. Karakteristik Responden Menurut Lama Berdagang

Tabel 4.10
Responden menurut Lama Berdagang

Lama Berdagang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 Tahun	22	22,0	22,0	22,0
	3,1-5 Tahun	32	32,0	32,0	54,0
	5,1-7 Tahun	21	21,0	21,0	75,0
	7,1-9 Tahun	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data kuesioner Yang diolah

Dari data tabel di atas diperoleh bahwa lama waktu berdagang 1-3 tahun sebesar 20 persen, 3,1 - 5 tahun sebesar 33 persen, 5,1 - 7 tahun sebesar 21 persen dan 7,1 – 9 tahun sebesar 24. Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa mayoritas responden berdasarkan lamanya berdagang yaitu 3.1-5 tahun.

2. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Variabel

Uji validitas instrumen variabel digunakan untuk menentukan seberapa valid suatu item dari variabel yang diteliti, dengan kata lain suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner dari setiap variabel tersebut. Uji validitas dilakukan dengan uji homogenitas data dengan *Pearson Correlation* yakni dengan melakukan uji korelasi antara skor item-item pertanyaan dengan skor total. Hasil pengujian validitas secara statistik menunjukkan nilai koefisien korelasi antar item pertanyaan, signifikan pada tingkat 0,05%. Dengan semua butir pertanyaan yang berkorelasi positif maka hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini valid.

Untuk melihat validitas setiap butir pertanyaan dari variabel Partisipasi dapat dilihat pada kolom ***Corrected Item-Total Correlation*.** Nilai tersebut merupakan hasil korelasi antara tiap butir pertanyaan dengan totalnya dilakukan koreksi variansnya. Jika nilai ***Corrected Item-Total Correlation*** lebih besar dari nilai r tabel (1,66) dengan derajat bebas (Df =N-2), maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui konsistensi instrumen yang digunakan, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Cronbach's alpha* dari masing-masing instrumen dalam satu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan andal (*reliable*) apabila memilki *Croncbach's alpha* lebih dari sama dengan 0,60 (Nunnally dan Bernstein,1994) dalam Santosa dan Ashari (2005). Pengujian validitas dan reliabilitas

untuk masing-masing variabel pendapatan pedagang sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern secara ringkas sebagai berikut:

a. Valiaditas dan Realibilbilitas Variabel X (pendapatan sebelum adanya pasar modern)

Tabel 4.11

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,717	2

Tabel 4.12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pendapatan Harian	2,1300	,660	2,57	,613
Pendapatan Bulanan	2,0500	,553	2,57	,613

Sumber: Data Primer yang di olah

Dari data tabel 4.11, uji realibitas variabel X di atas diperoleh nilai Cronbach's Alpha (0.613 > 0.05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel X tersebut dikatakan realibel dan dapat di uji lebih lanjut.

Dari data tabel 4.12, uji validitas di atas diperoleh semua butir pertanyaan dari variabel X *Corrected Item-Total Correlation* 2,57 >1,66 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan tersebut dikatakan valid dan dapat di uji lebih lanjut.

b. Validitas dan Realibilbilitas Variabel Y (pendapatan pedagang setelah adanya Pasar Modern)

Tabel 4.13

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,732	2

Tabel 4.14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pendapatan Harian	2,7000	,616	3,70	,708
Pendapatan Bulanan	3,0400	,483	2,70	,689

Sumber: Data Primer yang di olah

Dari data tabel 4.13, uji realibitas variabel Y di atas diperoleh nilai Cronbach's Alpha (0.689 > 0.05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Y tersebut dikatakan realibel dan dapat di uji lebih lanjut.

Dari data tabel 4.14, uji validitas di atas diperoleh semua butir pertanyaan dari variabel X *Corrected Item-Total Correlation* 2,70 >1,66, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan tersebut dikatakan valid dan dapat di uji lebih lanjut.

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ini dimaksudkan untuk menggambarkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu variabel pendapatan pedagang perhari dan perbulan sebelum adanya Pasar Modern dan variabel pendapatan pedagang perhari dan perbulan setelah adanya Pasar Modern. Berdasarkan jawaban responden, tabel dibawah ini menggambarkan mean, median, standar deviasi dari variabel penelitian dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
pendapatan harian sebelum ada pasar modern	100	1,00	4,00	2,9500	,74366
pendapatan bulanan sebelum ada pasar modern	100	1,00	4,00	2,8700	,81222
pendapatan harian setelah adanya pasar modern	100	1,00	4,00	3,0400	,69515
pendapatan bulanan setealah adanya pasar modern	100	1,00	4,00	2,7000	,78496
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan hasil dari tabel tersebut di atas dapat diperoleh gambaran bahwa:

1) Rata-rata jawaban responden sebesar 2,95 dengan deviasi standar 0,744, yang artinya sebelum adanya pasar modern pendapatan harian pedagang antara 250.000-500.000 cukup tinggi.
2) Rata-rata jawaban responden sebesar 2,87 dengan deviasi standar 0,812, yang artinya sebelum adanya pasar modern pendapatan bulanan pedagang antara 3.000.000-5.000.000 cukup tinggi.
3) Rata-rata jawaban responden sebesar 3,04 dengan deviasi standar 0,695, yang artinya setelah adanya pasar modern pendapatan harian pedagang antara 250.000-500.000 cukup tinggi.
4) Rata-rata jawaban responden sebesar 2,7 dengan deviasi standar 0,785, yang artinya setelah adanya pasar modern pendapatan bulanan pedagang antara 3.000.000-5.000.000 cukup tinggi.

4. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan tingkat keyakinan 5%, yang berarti menggunakan α sebesar 0,05 dalam menguji, hipotesis yang diajukan: Pasar Modern berpengaruh signifikan/tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo, Untuk menguji Hipotesis Pasar Modern berpengaruh signifikan/tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo, penulis menggunakan analisis Regresi Sederhana. Hasil pengujian hipotesis Uji Regresi Sederhana dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,213[a]	,045	,036	1,03159	1,648

a. Predictors: (Constant), Pendapatan Sebelum

b. Dependent Variable: Pendapatan Sesudah

Tabel 4.17
Hasil Uji Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,685	,500		9,376	,000
	Pendapatan Sebelum	,181	,084	,213	2,157	,033

a. Dependent Variable: Pendapatan Sesudah

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, menunjukkan bahwa nilai R^2 hanya sebesar 0,213. Hanya 2 persen dari pengaruh Pasar Modern terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo. Untuk sisanya (100%-

2%=98%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Jumlah R^2 yang sangat kecil ini menjelaskan pengaruh Pasar Modern terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda tidak signifikan.

Selain itu, hasil yang menjelaskan mengenai pengaruh Pasar Modern terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda menunjukkan t_{hitung} sebesar 2,157 yang lebih besar dari pada t_{tabel}=1,660 yang berarti koefisien Pasar Modern berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo, tetapi tingkat signifikansi hanya sebesar 0,033 yang lebih kecil dari pada α=0,05, menunjukkan bahwa pengaruh Pasar Modern tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo.

Pada hipotesis pertama menunjukkan tidak ada perbedaan secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern. Dengan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo ditentukan sepenuhnya oleh keinginan masyarakat dalam memilih tempat untuk melakukan transaksi jual beli.

Hal lain yang menyebabkan Pasar Modern tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda adalah masyarakat kota Palopo pada umumnya memiliki tingkat ekonomi menengah kebawah sehingga masih agak terasa asing dengan fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh Pasar Modern, dan lebih memilih untuk bertransaksi di Pasar Tradisional yang

masih menerapkan sistem tawar menawar dan tatap muka secara langsung terhadap pedagang, sehingga dapat terjalin hubungan emosional.

Berdasarkan wawancara secara terbuka bagi responden yang bersedia memberikan pendapat mengenai pengaruh Pasar Modern terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo, memberikan beberapa jawaban yang hampir sama yakni Pasar Modern tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang khususnya di pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo. Berdasarkan hasil perhitungan secara statistik, hipotesis kedua yang menyatakan Ada perbedaan secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda kota Palopo sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern tidak terbukti.

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Sebagaimana data yang telah di hasilkan dalam penelitian tentang pengaruh pasar modern terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional adalah sebagai berikut:

1. Dinamika Pasar membawa konsekuensi adanya persaingan antara pelaku pedagang, Persaingan tersebut terjadi antara Pasar Modern dengan Pasar Tradisional, antara sesama Pasar Modern, antara sesama Pasar Tradisional, dan antara pemasok (*supplier*). Persaingan yang paling dirasakan adalah persaingan antara Pasar Modern dengan Pasar Tradisional. Dimana Pasar Tradisional harus makin terpinggirkan dengan kehadiran Pasar Modern yang mampu menghadirkan kebutuhan konsumen dengan fasilitas yang lebih baik dan harga yang lebih murah. Persaingan antara pasar Modern lebih *segmented*, yaitu sesuai dengan kelasnya. Tetapi masing-masing mempunyai strategi persaingan yang unik. Tidak jarang dalam persaingan harga terjadi perang harga secara terang-terangan. Selain terjadi persaingan harga, juga terdapat persaingan dalam layanan yang memberikan kemudahan kepada konsumen. Tetapi keberadaan Pasar Modern di Kota Palopo belum sepenuhnya memberikan pengaruh secara Signifikan terhadap para pedagang Pasar Andi Tadda Kota Palopo. Hal ini terbukti dengan melakukan wawancara dan kuesioner terhadap para pedagang

Pasar Tradisional Andi Tadda secara langsung. Pedagang yang di bagikan kuesioner selaku informn sebagai kunci dalam penelitian menjawab tidak ada pengaruh yang Signifikan.

2. Ketika tingkat taraf hidup masyarakat meningkat, disamping membutuhkan ketersediaan berbagai macam barang yang lengkap dari kebutuhan primer hingga kebutuhan tersier. mayarakat juga membutuhkan fasilitas pendukung seperti kenyamanan, kebebasan, ataupun jaminan harga murah dan kualitas baik..
3. Pasar Modern tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Pasar Tradisional, hal ini terlihat dari hasil penelitian, perbedaan pendapatan pedagang Pasar Tradisional antara sebelum dan sesudah adanya Pasar Modern, walapun dari Tabel 2 dan 4 dapat dilihat Perbedaan bahwa dari 100 orang pedagang hanya 14 yang terpengaruh dan sisanya 86 pedagang pasar tradisional tidak terpengaruh oleh kehadiran pasar modern. Sehingga apabila dilihat secara deskriptip sebetulnya kehadiran pasar modern tidak begitu kuat berpengaruh terhadap pendapatan para pedagang pasar tradisional di kota Pekalongan karena hanya mempengaruhi 14 pedagang dari 100 pedagang Pasar Tradisional sebagai sampel atau sekitar 14 % saja.

B. *Saran*

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan nantinya semoga bisa dipertimbangkan demi kebaikan masing-masing pihak. Berikut ini beberapa saran yang disampaikan :

1. Pedagang Pasar Andi Tadda Kota Palopo harus lebih bersiap untuk bersaing dengan Pasar Modern. Walaupun penelitian menyebutkan bahwa tidak adanya pengaruh Signifikan terhadap pedagang Pasar Tradisional, hal ini harus diwaspadai mulai sekarang. Dan dibutuhkannya strategi khusus untuk mengatasi kemungkinan yang terjadi dengan keberadaan Minimarket bisa berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Andi Tadda Kota Palopo.
2. Pemerintah Kota Palopo harus lebih peduli dengan keberadaan Pasar Tradisional yang dirasa akan mendapatkan ancaman dari Pasar Modern yang berkembang dengan pesat. Peran pemerintah disini sangat dibutuhkan untuk mengatur dan menjaga keseimbangan persaingan usaha yang ada di Kota Blitar terutama antara pasar tradisional dengan pasar modern.
3. Dengan hadirnya Pasar Modern pemerintah harus tanggap dan membuat peraturan perundangan yang mampu memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi pasar Tradisional. Akan tetapi kebijakan yang diambil tidak juga mematikan hadirnya -Pasar Modern. Keberadaan pasar tradisional dari satu sisi memang banyak memiliki kekurangan seperti lokasinya yang kadang mengganggu lalu lintas, kumuh, kurang tertata, dan lain-lain. Akan tetapi perlu diingat bahwa pasar tradisional memegang peran yang cukup penting dalam perekonomian, mengingat bahwa sebagian besar masyarakat masih mengandalkan perdagangan melalui pasar tradisional. Sehingga sudah selayaknya pemerintah kota memperhatikan eksistensi pasar tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

A.A.G Agung Artha Kusuma, dkk., *Analisa Potensi Bersaing Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern di kota Denpasar dan Kabupaten Badung,*(Bali: Universitas Udayana)

Abdul azis, *Ekonomi Sufistik model al-Ghazali telaah analitik terhadap pemikiran al-Ghazali tentang moneter dan bisnis*, (Bandung: Alfabeta,2011)

Adri Paesoro, *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*, 2007.

Damasus Ottis Widiandra, Hadi Sasana, *Analisis dampak keberadaan Pasar Modern terhadap Keuntungan usaha pedagang Pasar Tradisional*, (Semarang: Jurusan IESP Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2013)

Dwi Susilo, *Dampak operasi Pasar Modern terhadap pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di kota pekalongan,* (Jawa Tengah:Universitas Pekalongan).

Esther dan Didik, *Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis*, (Jakarta: Sinar Harapan, 2003).

Ismail, *Problematika Penerapan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) di SMP Negeri 2 Bastem Kabupaten Luwu*. (Palopo : Laporan Hasil Penelitian STAIN Palopo 2014).

Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)* (Jakarta: Gaung Persada Press, 2009).

Laksemana Lufti, *Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional di Kelurahan Terjun Kecamatan Medan Marelan.*

Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* ,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006).

Maritfa Nika Andriani dan Mohammad Mukti Ali, *Kajian Eksistensi Pasar Tradisional kota Surakarta*, (Surakarta: Universitas Diponegoro: 2013).

Master Admin, *Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Pesona Pasar Modern*, Selasa, 14 Juni 2011(dikutip dariPenelitian Lembaga AC.Nielsen 2007).

Muhammad Saifullah, *Etika bisnis islami dalam praktek bisnis rasulullah,*(Semarang: IAIN Walisongo, 2011).

Muhammad Aidi Matrani, *Pemikiran Ibnu Taimiyyah Tentang Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Islam,* (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008).

Muh. Said Hasan, *Efektifitas Kompetensi Profesional Guru Pendidikan Agama Isalm Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran PAI Di SMA Negeri 4 kota Palopo*, (Palopo: Laporan Hasil Penelitian STAIN Palopo, 2014).

Nahdliyul Izza, *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional*, (Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga, 2010).

N.J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta:Kencana , 2003).

P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta, Pt Rajagrafindo persada: Januari 2011).

Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi,* (Yogyakarta: Alfabeta, 2013).

Sari Wahyu Aramiko, *Dampak Pasar Ritel modern terhadap Pasar dan pedagang ritel Tradisional di kota Tangerang selatan dan upaya penanggulangannya,*(Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah, 2011).

Syaikh ‘Abdurrozaq bin ‘Abdil Muhsin*, Fiqhu al Asmai al Husna*, al Badr *hafidzahullah,* dikutip dari tulisan my journey@tph.

Yenika Sri Rahayu, *Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan Dengan Retail modern Dan Preferensi Konsumen*, (Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya: 2012).

Yusnani, *Mekanisme Pasar dan Persoalan Riba dalam Pandangan Islam,* (Padang: Politeknik Negeri Padang, 2012).

PDF Creator - PDF4Free v2.0,http://www.pdf4free.com

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

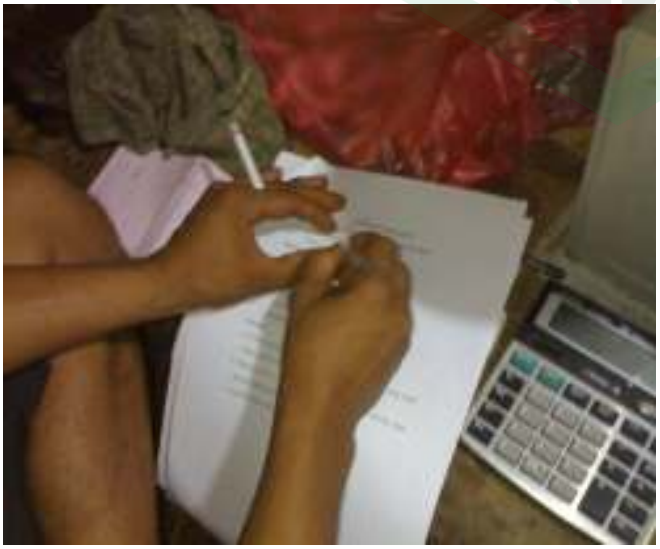
Penulis dilahirkan di Daerah yang cukup jauh dari keramaian kota yaitu daerah Transmigrasi era Presiden Soeharto yaitu Desa Cendana Putih 1, Kecamatan Mappe-deceng, Kabupaten Luwu Utara pada hari Selasa tanggal 09 April 1991 dari seorang ayah yang bernama Khoeruddin dan ibu bernama Sukinem. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara. Penulis mulai mengenal pendidikan tingkat dasar pada Sekolah Dasar (SD) Negeri 281 Ramayana, Kecamatan Mappedeceng pada tahun 1996 dan lulus pada tahun 2003, Sekolah Dasar Negeri 281 Ramayana yang saat ini berubah nama menjadi Sekolah Dasar Negeri 118 Ramayana. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat menengah di Sekolah Menengah Atas (SMP) Negeri 1 Mappedeceng, Kabupaten Luwu Utara pada tahun 2003, lulus pada tahun 2006. Kemudian setelah lulus dari pendidikan tingkat menengah, Penulis melanjutkan pendidikan tingkat atas di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Mappedeceng, Kabupaten Luwu Utara pada tahun 2006 dan lulus pada tahun 2009 selaku alumni pertama dari Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Mappedeceng tersebut.

Keterbatasan Ekonomi mewajibkan penulis untuk tidak langsung melanjutkan pendidikan pada tingkat perguruan tinggi sekaligus untuk sementara harus manggan-tungkan niat melanjutkan pendidikan diperguruan tinggi, masalah tersebut menjadi-kan penulis harus merantau merubah nasip di daerah yang khas dengan Pariwisata Alam dan Tradisi Maba'dong di Kabupaten Tanah Toraja, menjadi salah satu karyawan pada salah satu usaha yang bergerak pada usaha kecil menengah (UKM) yaitu usaha pembuatan tahu

dan tempe, penulis benar-benar belajar banyak hal tentang arti perjuangan hidup, bangun sebelum subuh dan jam istirahat kerja tidak menentu diatas pukul 20.00 wita menjadi rutinitas penulis dalam sehari-hari untuk membersihkan kedelai dengan jumlah yang tidak kurang dari 1000 kg perhari, menyalahkan api untuk memanaskan air dalam belanga berukuran jumbo, menggiling kedelai, memasak kedelai, menyaring kedelai yang sudah dimasak, membelah kayu untuk dijadikan kayu bakar untuk memasak kedelai dan lain-lain. Kurang lebih 1 tahun penulis melakukan pekerjaan itu, penulis sudah merasa cukup dan alhamdulilah pada tahun 2010 penulis dapat melanjutkan pendidikan disalah satu Perguruan Tinggi di Kota Palopo, nuansa Islam yang diharapkan oleh penulis pada perguruan Tinggi akhirnya terjawab dan pilihan itu ada di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo, seperti perjuangan penulis, perjuangan, kegigihan dan kerja keras para pemimpin Civitas Akademik STAIN Palopo akhirnya membuahkan hasil, pada tahun 2014 akhirnya STAIN Palopo beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulis memilih dan diterima di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syari'ah yang memang menjadi tujuan penulis untuk memperdalam ilmu Ekonomi yang disebabkan oleh beberapa faktor yang salah satunya keinginan besar penulis dengan memperdalam ilmu Ekonomi maka harapan untuk bisa memperbaiki Ekonomi Keluarga secara khusus dan Ekonomi Negara secara umum bisa terwujud. Penulis pada saat kuliah aktif diberbagai organisasi Intra Kampus (Himpunan Mahasiswa Jurusan Syar'ah, Badan Eksekutif Mahasiswa dan Majelis Permusyawaratan Mahasiswa), Ekstra kampus (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) dan Organisasi kedaerahan (Himpunan Kerukunan Mahasiswa Luwu Utara). Penulis akhirnya mendapat gelar kesarjanaan sebagai sarjana Ekonomi Syari'ah pada tanggal 26 Desember 2015.

LAMPIRAN DOKUMENTASI

S



Gambar:
Pengisian kuesioner
Oleh pedagang campuran

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/Ibu Responden

Di _

Tempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Imron

NIM : 10 16 4 0037

Adalah Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN Palopo) Program Studi Ekonomi Syari'ah semester akhir yang sedang menyusun tugas akhir berupa penulisan Skripsi. Adapun topik dari penelitian yang diangkat adalah **"Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo)".** Untuk dapat menyelesaikan tugas penelitian tersebut, sangat diperlukan bantuan dari pihak-pihak terkait terutama para pedagang yang ada pada Pasar Andi Tadda kota Palopo. Peneliti sangat berharap agar kiranya dibantu dalam proses pengambilan data yang diperoleh dengan jalan menjawab pertanyaan maupun pernyataan dalam kuesioner ini. Mohon dibaca terlebih dahulu petunjuk kuesioner dan peneliti sangat berharap responden dapat memberikan jawaban yang jujur dan sesuai dengan keadaan sebenarnya. Peneliti berharap agar kuesioner yang telah terjawab dapat peneliti ambil kembali secepatnya.

Atas kesediaan waktu dalam menjawab kuesioner ini peneliti sampaikan terima kasih, dan peneliti minta maaf menganggu pekerjan responden.

Peneliti,

Palopo, 22 Desember 2015

Muhammad Imron

Nim: 10 16 4 0037

INSTRUMEN PENELITIAN

Responden : Pedagang Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo

Nama Responden : …….

Tanggal Pengisian : …….

Identitas Responden

Nama Responden : …….

Alamat : …….

Barang dagangan : …….

Umur : …….

Jenis Kelamin : …….

Lamanya Berdagang : …….

Petunjuk :

a. Jawablah pertanyan di bawah ini dengan memilih pilihan jawaban yang sesuai dengan keadaan usaha berdagang anda yang sebenarnya.
b. Kerahasiaan data ini akan kami jaga, karena data ini hanya sekedar untuk menyusun skripsi bukan untuk unsur-unsur yang lain.
c. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

1. Berapa rata-rata besarnya pendapatan Bapak/Ibu dari hasil berdagang pada setiap hari sebelum adanya Minimarket dan City market?

   a. Lebih dari Rp 500.000 c. Rp 100.000 – Rp 250.000

   b. Rp 250.000 - Rp 500.000 d. Kurang dari Rp 100. 000

2. Berapa rata-rata besarnya pendapatan Bapak/Ibu dari hasil berdagang pada setiap bulan sebelum adanya Minimarket dan City market?

   a. Lebih dari Rp 5.000.000 c. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000

   d. Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000 d. Kurang dari Rp 1.000.000

3. Berapa rata-rata besarnya pendapatan Bapak/Ibu dari hasil berdagang pada setiap hari setelah adanya Minimarket dan City market?

   a. Lebih dari Rp 500.000 c. Rp 100.000 – Rp 250.000

   b. Rp 250.000 - Rp 500.000 d. Kurang dari Rp 100. 000

4. Berapa rata-rata besarnya pendapatan Bapak/Ibu dari hasil berdagang pada setiap bulan setelah adanya Minimarket dan City market?

   a. Lebih dari Rp 5.000.000 c. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000

   d. Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000 d. Kurang dari Rp 1.000.000

5. Apakah ada tambahan biaya yang dikeluarkan oleh Bapak/Ibu setelah adanya Minimarket dan City market?

   a. Ya c. Kadang-kadang

   b. Tidak

Penentuan skor :

A. untuk jawaban “A” diberikan skor 1 C. untuk jawaban “C” diberikan skor 3

B. untuk jawaban “B” diberikan skor 2 D. untuk jawaban “D” diberikan skor 4