

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di negara berkembang (emerging and developing economies), seperti Indonesia disebabkan karena adanya kebijakan pemerintah di negara berkembang yang cukup efektif sebagai stimulan dalam mempertahankan aktivitas ekonominya di tengah kondisi perekonomian global yang kurang kondusif (Alexander, 2006). Namun demikian, risiko yang akan dihadapi oleh negara-negara berkembang cukup besar. Sebagaimana dijelaskan oleh BAPPENAS, bahwa kebergantungan negara berkembang kepada permintaan eksternal dan ekspor komoditas cukup tinggi, padahal harga komoditas diperkirakan akan menurun, walaupun jika harganya naik, kenaikannya akan dalam rentang yang sangat terbatas. Sementara itu, penerapan lebih lanjut untuk kebijakan bersifat longgar di beberapa negara berkembang akan semakin terbatas, bahkan keterbatasan sisi penawaran dan ketidakpastian kebijakan (policy uncertainty) akan menjadi salah satu penghambat pertumbuhan ekonomi di negara berkembang untuk tumbuh lebih tinggi, seperti Brazil dan India (Bappenas, 2014).

Pada mulanya upaya pembangunan diidentikkan dengan upaya meningkatkan pendapatan per kapita atau disebut strategi pertumbuhan ekonomi. Dengan ditingkatkannya pendapatan per kapita, diharapkan mampu memecahkan permasalahan pengangguran, kemiskinan, dan ketimpangan distribusi pendapatan melalui trickle down effect (Arsyad, 2010). Pada awal tahun 1960-an, sebagian besar Negara Sedang Berkembang (NSB) yang mengalami tingkat

pertumbuhan tinggi menyadari bahwa pertumbuhan ekonomi semacam itu hanya memberikan sedikit manfaat dalam memecahkan masalah kemiskinan serta distribusi pendapatan (Arsyad, 2010).

Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah (Chris, 2006). Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena didalam pasar tradisional terdapat banyak aktor yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya, baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul, dan sebagainya (Guna, 2015). Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia (Ayuningsasi, 2013). Di pasar, terdapat banyak penjual yang saling bersaing.

Pasar tradisional sampai sekarang masih menjadi pusat kegiatan ekonomi yang sangat penting bagi sebagian masyarakat di Indonesia. Di pasar, seseorang bisa mendistribusikan produk-produk yang dihasilkannya untuk dijual dan para penjual tersebut bisa memperoleh pendapatan, sehingga bisa mensejahterakan hidupnya sekaligus bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di sekelilingnya. Tujuan para penjual atau pedagang sama-sama mencari laba atau keuntungan. Kegiatan itulah yang menjadi sumber pendapatan bagi mereka.

Pasar tradisional sudah seharusnya mendapat perhatian pemerintah, selain merupakan salah satu sarana publik yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat, juga untuk mempertahankan budaya lokal (Oka, 2015). Keberadaan pasar tradisional

harus dipertahankan dan dilestarikan karena terdapat nilai-nilai yang tidak terdapat pada pusat perbelanjaan modern (Rukini, 2015). Hal inilah yang mendorong pemerintah Kota Denpasar melakukan revitalisasi pasar tradisional yang merupakan wujud komitmen pemerintah di bidang ekonomi kerakyatan.

Perdagangan menjadi salah satu penopang perekonomian bagi orang yang terlibat di dalamnya. Pendapatan yang diperoleh pedagang berupa keuntungan digunakan untuk menambah modal atau dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari (Sudrajat, 2014). Sesuai dengan konsep teori produksi pendapatan para pedagang dipengaruhi oleh modal kerja, lokasi, jam berdagang, umur dan jenis dagangan.

Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Listyawan Ardi Nugraha (2011) “modal kerja adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Sebagaimana dijelaskan Sutrisno (2007) menyatakan bahwa modal kerja adalah dana yang diperlukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan sehari-hari, seperti pembelian bahan baku, pembayaran upah buruh, membayar hutang dan pembayaran lainnya. Dalam memulai sebuah usaha berdagang, salah satu hal paling penting yang dibutuhkan adalah modal (Susila, 2014). Untuk memulai usaha berdagang di pasar para pedagang harus memiliki tempat untuk berjualan (Jerry dkk, 2011).

Selain modal, pemilihan lokasi juga sangat penting dalam suatu penjualan. Lokasi sangat berpengaruh besar terhadap pendapatan. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi. Lokasi yang cocok dijadikan tempat berdagang karena berhubungan langsung dengan konsumen yaitu lokasi yang mudah dijangkau, lokasi yang mudah dilihat oleh para calon pembeli, serta lokasi yang sering dilalui oleh para konsumen yang biasanya berdekatan dengan jalan masuk. Seperti pasar contohnya, pasar adalah salah satu lokasi yang baik untuk dijadikan tempat usaha berjualan, karena di pasar banyak para konsumen berdatangan. Dengan memilih lokasi yang tepat, para pedagang pasar akan mudah untuk menjual atau menawarkan berbagai barang yang dijualnya kepada para calon pembeli, sehingga akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh. Jadi, dengan pemilihan lokasi yang tepat itulah, pedagang atau penjual di pasar akan mendapatkan pendapatan yang maksimal.

Setelah usaha dimulai, yang diperlukan suatu usaha agar dapat berjalan lancar dan berkembang adalah pengelolaan yang baik. Salah satu faktor penting dalam mengelola suatu usaha adalah menentukan jam berdagang. Jam berdagang adalah banyaknya lama waktu kerja dalam sehari (Titin, 2014). Satuan variabel jam berdagang adalah jam per hari. Lama usaha terkait dengan pengalaman seseorang, sehingga seiring waktu pengalaman bertambah dan memahami situasi dan kondisi pasar, pedagang akan mengetahui kapan berpeluang untuk meningkatkan harga untuk mencapai profit setinggi tingginya (Wuri, 2013). Teori *labor leisure choice* adalah pilihan dari individu untuk menggunakan waktunya bekerja atau tidak bekerja

(leisure). Setiap jam berdagang yang digunakan untuk *leisure* akan mengurangi waktu untuk bekerja dan sebaliknya. Setiap individu memiliki preferensi yang berbeda dalam menentukan pilihan alokasi jumlah waktu yang dimiliki untuk bekerja dan waktu senggangnya.

Umur responden mempunyai hubungan terhadap responsibilitas seseorang akan pendapatan. Semakin meningkat umur seseorang semakin besar penawaran tenaga kerja kerjanya. Selama masih dalam usia 11 produktif, karena semakin tinggi usia seseorang semakin besar tanggung jawab yang harus ditanggung. Meskipun pada titik tertentu penawaran akan menurun seiring dengan usia yang makin bertambah. Contohnya pedagang sayur yang berusia 50 tahun akan memiliki pendapatan yang relatif lebih sedikit dibanding pedagang sayur yang berusia 30 tahun dengan kondisi badan dan kesehatan yang relatif stabil.

Di pasar, terdapat banyak penjual yang saling bersaing. Tujuan para penjual atau pedagang sama-sama mencari laba atau keuntungan. Kegiatan itulah yang menjadi sumber pendapatan bagi mereka. Kota Jambi mempunyai beberapa pasar yang tersebar di beberapa kecamatan yaitu pasar Angso Duo, pasar TAC, pasar Olak Kemang, pasar 46, pasar Talang Banjar, pasar Keluarga, pasar Kebun Handil dan pasar Angso Duo. Jumlah pedagang masing-masing pasar di Kota Jambi dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang pada Pasar Kota Jambi Tahun 2021

No	Pasar	Jumlah Pedagang (Orang)	Proporsi (%)
1	Pasar Angso Duo	2.908	62,71
2	Pasar Talang Banjar	827	17,83
3	Pasar Aurduri	155	3,34
4	Pasar Simpang Pulai	125	2,70
5	Pasar Keluarga	126	2,72
6	Pasar Induk Grosir	68	1,47
7	Pasar TAC	56	1,21
8	Pasar Mama	58	1,25
9	Pasar Villa Kenali	54	1,16
10	Pasar Wajo	46	0,99
11	Pasar Kebun Handil	43	0,93
12	Pasar Kebun Kopi	42	0,91
13	Pasar Jerambah Bolong	39	0,84
14	Pasar Olak Kemang	37	0,80
15	Pasar Kasang	35	0,75
16	Pasar 46	18	0,39
	Total	4.637	100,00

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi (2021)

Berdasarkan data yang dihimpun dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi (2021) bahwa jumlah pedagang di seluruh pasar tradisional ada sebanyak 4.637 pedagang, dimana jumlah pedagang paling banyak ada di Pasar Angso Duo yaitu sebanyak 2.908 pedagang atau dengan proporsi sebesar 62,71 persen dari total pedagang pasar tradisional di Kota Jambi. Diurutan kedua yaitu pada pasar Talang Banjar dengan jumlah pedagang sebanyak 827 orang dengan proporsi sebesar 17,83 persen. Kemudian diurutan ketiga yaitu pasar Aurduri dengan jumlah pedagang sebanyak 155 orang atau proporsinya sebesar 3,34 persen. Urutan keempat yaitu Pasar Simpang Pulai dengan jumlah pedagang sebanyak 165 orang dengan proporsi 2,70 persen. Selanjutnya diurutan kelima ada pasar Keluarga dengan jumlah pedagang sebanyak 120 orang atau 1,47 persen dari total pedagang pasar tradisional di Kota Jambi. Kemudian diurutan keenam, ketujuh, kedelapan dan sembilan yaitu pasar Pasar Induk Grosir sebanyak 68 orang atau proporsi

sebesar 1,47 persen, pasar TAC sebanyak 56 orang atau proporsinya sebesar 1,21 persen, pasar Mama sebanyak 58 orang atau proporsi sebesar 1,25 persen dan pasar Villa Kenali dengan jumlah pedagang hanya sebanyak 54 orang atau proporsinya hanya sebesar 1,16 persen dari total pedagang pasar tradisional di Kota Jambi. Sedangkan Pasar lainnya memiliki jumlah pedagang dibawah 50 orang dengan proporsi dibawah 1 persen.

Pasar TAC merupakan salah satu pasar yang tidak memiliki jumlah pedagang yang banyak dibanding pasar lainnya namun Pasar TAC terletak pada tempat yang sangat strategis. Pasar TAC adalah pasar yang menyediakan kebutuhan masyarakat disekitarnya. Fasilitas pendukung dipasar ini antara lain : wc umum, area parkir, musholla, kantor kepala pasar. Berdiri di atas tanah seluas 6.047 M2, jumlah pedagang 81 orang, jumlah kios dan los sebanyak 81 unit. Aktifitas pedagang dipasar ini umumnya dari pukul 07.00 hingga pukul 18.00. (Dinas Pasar Kota Jambi) Berdasarkan hasil observasi awal bahwa barang yang dijual di Pasar TAC bervariasi dan pendapatan, umur dan jenis kelamin modal kerja, lokasi, jam berdagang dan jenis dagangan juga bervariasi yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2 Observasi Awal Pedagang di Pasar TAC

No.	Jenis Dagangan	Pendapatan (Rp)	Modal Kerja (Rp)	Lokasi	Jam berdagang (Jam)	Umur (Tahun)
1	Minuman	900.000	500.000	Tidak Strategis	3	38
2	Sayuran	1.500.000	1.000.000	Tidak Strategis	9	54
3	Bumbu Masak	3000.000	9.000.000	Strategis	8	48
4	Ikan	24.000.000	21.000.000	Strategis	6	36
5	Buah dan Telur	1.500.000	1.300.000	Strategis	8	42
6	Batu Akik	3.000.000	5.000.000	Strategis	8	40
7	Batu Akik	1.000.000	10.000.000	Tidak Strategis	8	35
8	Pisang dan Kelapa	6.000.000	15000000	Strategis	9	29

Sumber : Wawancara, 2021

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pedagang menjual berbagai jenis barang dagangan yaitu minuman, sayuran, bumbu masak, ikan, buah dan telur, batu akik, pisang dan kelapa. Pendapatan tertinggi yaitu pada pedangan berjualan ikan dengan pendapatan perbulan sebesar Rp. 24.000.000, modal kerja Rp. 21.000.000, lokasi jualan strategis, 6 jam berjualan dan berumur dari 29 sampai 54 tahun. Berdasarkan hal tersebut dapat diduga pendapatan benar dipengaruhi oleh modal kerja, lokasi, jam berdagang, umur dan jenis dagangan.

Selanjutnya berdasarkan observasi awal juga dapat dilihat bahwa pendapatan pedagang dipengaruhi oleh pandemi Covid-19. Pendapatan pedagang sebelum dan pada masa pandemi Covid-19 jauh berbeda yang ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 1.3 Pendapatan Pedagang Sebelum dan Pada Masa Pandemi Covid-19

No.	Jenis Dagangan	Pendapatan Sebelum Masa Pandemi Covid-19 (Rp)	Pendapatan Masa Pandemi Covid-19 (Rp)
1	Minuman	1.500.000	900.000
2	Sayuran	3.500.000	1.500.000
3	Bumbu Masak	4.000.000	1.500.000
4	Ikan	45.000.000	24.000.000
5	Buah dan Telur	2.500.000	1.500.000
6	Batu Akik	20.000.000	3.000.000
7	Batu Akik	3.000.000	1.000.000
8	Pisang dan Kelapa	18.000.000	6.000.000

Sumber : Wawancara, 2021

Berkaitan dengan permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan peneliitan yang berjudul “**Analisis Pendapatan Pedagang di Pasar TAC Kota Jambi.**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, pedagang di Pasar TAC Kota Jambi pada umumnya bekerja untuk menghasilkan pendapatan untuk memenuhi

kebutuhan keluarganya. Diduga ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar TAC Kota Jambi. Salah satu diantaranya adalah modal kerja, lokasi, jam berdagang umur dan jenis dagangan. Berdasarkan masalah tersebut, peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik sosial dan ekonomi pedagang di Pasar TAC Kota Jambi ?
2. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan pedagang sebelum pandemi Covid-19 dan pada masa pandemi Covid-19?
3. Faktor apa saja yang menentukan pendapatan pedagang di Pasar TAC Kota Jambi ?

Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis karakteristik sosial dan ekonomi pedagang di Pasar TAC Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis perbedaan yang signifikan antara pendapatan pedagang sebelum pandemi Covid-19 dan pada masa pandemi Covid-19.
3. Untuk menganalisis faktor – faktor yang menentukan pendapatan pedagang di Pasar TAC Kota Jambi.

Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikaan manfaat seperti berikut :

1. Manfaat Ilmiah

Manfaat ilmiah dari hasil ini diharapkan dapat memberikan pengembangan

ilmu tentang ekonomi sumberdaya manusia.

Manfaat ilmiah dari hasil ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi penelitian-penelitian ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan untuk membuat kebijakan bagi pemerintah dalam memberikan penyuluhan kepada pedagang untuk meningkatkan pendapatannya.

Diharapkan menjadi bahan masukan bagi stakeholder untuk berkontribusi terhadap pedagang pasar.