

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA YOGYAKARTA

Salamatun Asakdiyah

Tina Sulistyani

ABSTRACT

This research was to know income level of traditional market sellers in city of Yogyakarta, analysing factors that influence toward level of income of the sellers, and knowing about dominant factor that influence toward the seller's come in city of Yogyakarta. Sample was taken by purposive sampling method of 100 respondents. This research was conducted in four traditional markets that located at city of Yogyakarta, that is Demangan, Kranggan, Sentul, and Prawirotaman market. This research used multiple regression analysis method. This research showed that level of income of traditional sellers was influenced by some factors including working capital, working hours, number of workers, and length of business. Working capital was the most influencing factor toward level of income. Result of test on regression coefficient individually showed that working capital, number of workers, and length of this business variables positively and significantly influenced toward level of income of the sellers. Meanwhile working not influenced significantly toward level of income of the traditional sellers in city of Yogyakarta. Working capital, working hours, number of work, and length of business variables can explain level of income about 69,7% and the rest of 30,3% was caused by other variables which were not included in this model.

Keyword: Traditional market sellers, income of the sellers, working capital, working hours, number of workers, and length of business.

PENDAHULUAN

Dampak dari proses globalisasi dan liberalisasi perdagangan dunia telah memacu terjadinya perubahan-perubahan yang drastis terhadap lingkungan bisnis. Hubungan antarnegara dan bangsa tidak lagi mengenal batas-batas teritorial, baik dalam segi investasi, industri, individu, terlebih informasi. Selanjutnya semua penghalang terjadinya lalu lintas perdagangan antarnegara dihilangkan. Dalam situasi ini maka persaingan bisnis menjadi lepas kendali dan dikenal dengan istilah hypercompetition (D'Aveni, 1994). Persaingan lepas kendali ini diindikasikan dengan munculnya dinamika manuver yang semakin agresif dipasar dan tidak ada satu pun pasar yang selamanya bebas dari persaingan.

Di Indonesia, salah satu bidang usaha yang merasakan imbas dari perkembangan ekonomi global tersebut adalah sektor bisnis eceran. Fenomena hiperkompetisi pada sektor ini mulai terlihat sejak masuknya pelaku-pelaku bisnis eceran asing pada tahun 1990-an. Hal ini dimulai dengan kehadiran raksasa bisnis eceran Sogo, yang selanjutnya disusul perusahaan eceran internasional lainnya seperti Metro, Makro, Seibu, Wal-Mart, Price Mart, Mack and Spencer, JC Feny dan Yaohan. Setidaknya-terdapat 20 perusahaan eceran asing yang telah beroperasi di Indonesia. Mereka bersaing ketat dengan 153 perusahaan eceran nasional yang terdiri dari 84 pasar swalayan dengan 297 outlet dan 64 departement store dengan outlet berjumlah 265 buah (Goni, 1996). Persaingan ketat antara bisnis eceran internasional dengan bisnis eceran nasional telah makin memperburuk kondisi pasar-pasar tradisional, yang selama ini telah menghadapi tekanan berat akibat pertumbuhan pasar modern lokal. Hasil studi Departemen Dalam Negeri pada beberapa kota besar menunjukkan fakta bahwa kehadiran pasar modern mempunyai dampak negatif terhadap

usaha pasar tradisional dalam bentuk penurunan omzet penjualan. Pada jarak 3 km dari pasar modern, omzet pedagang pasar tradisional mengalami penurunan 25-35%. Sedangkan pada jarak 2 km dari pasar modern, penurunan omzet pedagang pasar tradisional bisa mencapai 45% (Parawangsa, 1994).

Guna merespon ancaman dari bisnis eceran besar, maka pasar tradisional perlu berbenah diri dengan menyesuaikan dirinya sesuai dengan tuntutan selera konsumen. Perkembangan selera konsumen menginginkan tempat berbelanja yang bersih, nyaman, dengan harga yang relatif murah, serta mutu barang yang dapat dipertanggungjawabkan. Untuk tujuan ini maka diperlukan adanya program peremajaan atau renovasi pasar tradisional. Kios pasar perlu ditata dengan jarak yang cukup lega bagi konsumen untuk bergerak. Fasilitas kebersihan, keamanan, dan tempat parkir perlu disediakan dengan kondisi yang memadai. Lingkungan sekitar pasar perlu dibenahi agar menarik dan terhindar dari kesan kumuh

Proses marjinalisasi pedagang pasar tradisional memerlukan kajian serius dari berbagai pihak. Harus didasari dengan seksama bahwa pasar tradisional merupakan lahan usaha pedagang yang sebagian besar terdiri dari golongan ekonomi lemah. Meskipun belum ada pencacahan "Tesmi" tetapi pedagang berskala kecil ini diduga persentasinya mencapai 90% dari populasi unit usaha yang bergerak di sector perdagangan eceran (Hidayat, 1987). Selain itu, kedudukan pada pedagang pasar sebagai penggerak ketahanan ekonomi nasional (Depkop, 1986). Dengan demikian, maka terdusurnya pedagang pasar tradisional akan dapat menciptakan situasi kerawanan sosial.

Melalui pemaparan di atas, menjadi jelas bahwa terdusurnya para pedagang pasar tradisional dari lahan berdagangnya lebih disebabkan karena kurangnya kemampuan investasi para pedagang pasar. Hal ini tentu saja berkaitan erat dengan kondisi tingkat pendapatan yang diperolehnya. Semakin tinggi tingkat pendapatan usahanya maka akan semakin besar pula peluangnya melakukan investasi. Oleh karena itu, pemikiran yang timbul adalah bagaimana agar para pedagang pasar tradisional dapat memperoleh pendapatan pada tingkat yang memungkinkan untuk diinvestasikan guna membeli kios apabila suatu saat pasar di pugar atau di renovasi.

Berdasarkan kondisi tersenut maka dibutuhkan adanya kepedulian dan komitmen semua pihak, utamanya pemerintah, guna menciptakan berbagai peluang agar pedagang pasar tradisional lebih mampu meningkatkan pendapatannya. Dalam hal ini pemerintah, khususnya pemerintah daerah, diharapkan memiliki kepekaan dalam merumuskan kebijakan agar dapat selaras dengan kondisi obyektif ekonomi pasar tradisional. Dalam rangka memenuhi harapan tersebut maka dibutuhkan masukan informasi yang relevan tentang berbagai faktor yang kondusif terhadap kemampuan pedagang pasar dalam meningkatkan pendapatannya. Melalui pemahaman yang komprehensif terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar maka diharapkan dapat dijadikan konsideransi akademik dalam formulasi kebijakan public menyangkut penataan pasar dan pusat perbelanjaan

TINJAUAN PUSTAKA

Arti Penting Pasar Tradisional

salah satu fungsi penting dari pasar adalah sebagai fasilitas umum untuk melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat. Meskipun secara fisik suasana berbelanja di pasar tradisional kurang menyenangkan, namun pasar tradisional mempunyai jangkauan pelayanan yang luas kepada masyarakat. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Pengecer dan Pusat Pertokoan Indonesia (AP31) di Jakarta setiap hari hamper sejuta orang yang berbelanja ke pasar tradisional. Bahkan pangsa pasarnya mencapai 50% dari seluruh konsumen (Sinungan, 1987).

Sebagai pusat perdagangan kota, pasar merupakan unsur penggerak kegiatan perekonomian kota dan sebagai unsur utama pembentuk struktur tata ruang kota. Oleh karena itu. Kawasan perdagangan kota pada umumnya tumbuh dan berkembang dari adanya pasar, dimana intensitas kegiatannya semakin meningkat sesuai dengan perkembangan kota dan kebutuhan masyarakat. Selanjutnya, pasar dapat berkembang lebih luas lagi sebagai pusat perdagangan yang melayani seluruh kota atau bahkan kawasan regional. Namun demikian pasar dapat pula berfungsi hanya sebagai pusat pelayanan lingkungan kota (Ali, 1994).

Dikaitkan dengan perkembangan pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat, pasar telah meningkat pula fungsinya sebagai stabilitas harga, tempat pembentukan harga eceran bagi berbagai komoditas, dan menyediakan peluang untuk memperoleh pendapatan. Selain penjual eceran, banyak kelompok masyarakat yang dapat memperoleh pendapatan dari aktivitas ekonomi pasar baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung pasar memberi kesempatan pekerjaan dan berusaha kepada mantri pasar, tukang parker, pemasok barang, buruh angkut, penjaga malam, rentenir, pengemis, dan pemulung. Selain itu, pasar juga memberi kesempatan usaha kepada penjahit, pandai besi, tukang reparasi, tukang sepatu, dan tukang cukur (Sinungan, 1987, Chandler, 1985).

Karakteristik Pasar Tradisional

Ditinjau dari perspektif ekonomi, pasar adalah wahana pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Dalam hal ini, pasar dapat dikelompokkan kedalam tiga jenis, yaitu pasar modern, pasar campuran, dan pasar tradisional (Parawangsa, 1994). Masing-masing pasar memiliki karakteristik yang berbeda baik dari segi bangunan fisik maupun manajemen operasinya.

Karakteristik fisik dari pasar modern dicirikan oleh keberadaan bangunan yang menarik. Menggunakan teknologi modern, dan menyediakan berbagai fasilitas kenyamanan sebagai salah satu cara untuk menarik konsumen. Pasar ini dapat berbentuk pasar swalayan (supermarket) ataupun toko serba ada (department store) yang dimiliki oleh pemodal kuat dan dikelola dengan manajemen profesional, sedangkan pangsa pasarnya adalah golongan masyarakat berpendapatan menengah ke atas.

Sementara yang dimaksud pasar campuran adalah perpaduan antara pasar modern dengan pasar tradisional. Pada umumnya pasar campuran dibangun sebagai hasil renovasi pasar tradisional dengan mengikuisertakan pemodal besar atau kerjasama dengan pihak swasta. Pasar ini dimaksudkan untuk melayani kebutuhan seluruh strata masyarakat yang berbeda. Kondisi fisik pasar campuran secara umum cukup baik, meskipun demikian, lingkungan bagian pasar swalayan cenderung lebih terawat dibandingkan bagian pasar tradisionalnya.

Sedangkan pasar tradisional merupakan sarana sarana tempat berlangsungnya transaksi jual beli, dimana pedagang secara langsung dan kontinyu memperdagangkan aneka barang dan jasa. Sebagian besar yang diperdagangkan terdiri dari barang-barang kebutuhan sehari-hari dan dengan harga yang relatif murah. Bentuk fisik pasar tradisional biasanya terdiri dari bangunan los dan kios sederhana, relative kurang terawat dan terkesan kumuh. Suasana pasar kurang menyenangkan, ruang belanja sempit, penerangan kurang baik, tempat parker kurang memadai, dan pelayanan kurang memuaskan (Sinungan, 1987).

Salah satu karakteristik yang menonjol dari pasar tradisional adalah banyaknya pedagang yang menjual jenis barang dan jasa yang sama. Selain itu, penentuan harga dilakukan melalui proses tawar menawar. Walaupun harga barang relatif murah namun kualitas dan kebersihan barang kurang diperhatikan. Kebanyakan pedagang pasar tradisional tidak mempunyai catatan

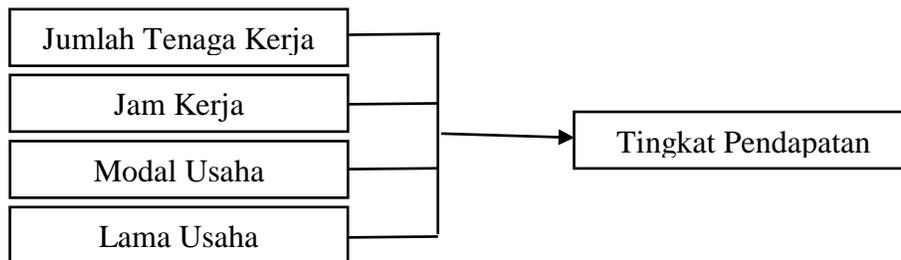
penjualan. Biaya p ongkos-ongkos lainnya jarang sekali dihitung dengan seksama. Didalam mengelola usah dalam menyediakan perasediaan barang dagangan, para pedagang pasar berjalan sendiri-sendiri. Untuk memenuhi kebutuhan modal biasanya berhubungan dengan sumber perkreditan informal (Sinungan. 1987 dan Alexander, 1987).

Determinan Pendapatan Pedagang Pasar

Salah satu faktor yang sangat penting dalam usaha perdagangan adalah modal. Di dalam persepsi pedagang pasar yang dimaksud dengan modal atau dengan biasanya disebut pawitan (Bahasa Jawa) adalah sejumlah barang dagangan dan bukannya dalam pengertian uang (Alexander, 1987). Beberapa hasil penelitian terhadap sektor informal menunjukkan terdapatnya kaitan langsung antara modal dengan tingkat pendapatan pedagang (Tjiptoroso, 1993; Jafar, 1994; Santayani, 1996). Modal yang relatif besar akan memungkinkan suatu unit penjualan men variasi komasaganganya. Dengan cara ini berarti akan makin memungkinkan diraihnya pendapatan yang lebih besar.

Selain faktor modal, tingkat pendapatan pedagang juga ditentukan oleh lamanya waktu operasi membuktikan adanya hubungan langsung antara jam kerja dengan tingkat pendapatan. Setiap penambahan waktu operasi akan makin membuka peluang bagi bertambahnya omzet penjualan. Jam kerja pedagang pasar tradisional sangat bervariasi. Di daerah pedesaan, khususnya di pulau Jawa pedagang pasar beroperasi menurut hari pasaran Jawa seperti Kliwon, Pahing, dan seterusnya (Chandler, 1985 dan Alexander, 1987). Sedangkan di daerah perkotaan tidak dikenal adanya hari pasaran dan jam kerja pedagang pasar relative cukup Panjang antara 12 hingga 15 jam perhari (Widanungroem, Sunaryo dan Djasmani, 1992).

Gambar 1
Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar



Penggunaan tenaga kerja dapat pula meningkatkan jumlah pendapatan pedagang pasar. Santayani (1996) dan Syahrudin (1987) membuktikan bahwa dengan tambahan jumlah tenaga kerja akan memungkinkan adanya pelayanan yang lebih baik kepada konsumen, baik dalam arti kualitas maupun kuantitas layanan Melalui cara ini maka akan dapat memikat jumlah pelanggan yang lebih banyak dan lebih memungkinkan terpeliharanya loyalitas pelanggan.

Pengaruh pengalaman berusaha terhadap tingkat pendapatan pedagang telah dibuktikan dalam penelitian Tjiptoroso (1993) maupun dalam studi yang dilakukan. Sri Edi Swasono et al (1986) lamanya seorang palaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi kemampuan profesionalnya Semakin lama menekunin bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Ketrampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring.

HIPOTESIS PENELITIAN

Kesimpulan sementara yang akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional dipengaruhi oleh faktor modal usaha, jam kerja, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha.
2. Masing-masing fikir verseit memiliki derajat pengaruhi yang berbeda.
3. Salah satu dari faktor-faktor tersebut mempunyai tingkat pengaruh yang lebih besar dibandingkan faktor-faktor lainnya.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang pasar tradisonal yang beroperasi di dalam pasar tradisonal yang ada di Kota Yogyakarta. Adapun unit analisisnya adalah unit usaha (the interprises) dan bukan perorangan maupun keluarga.

Responden penelitian ditrntuakan dengan purposive sampling. Sampel diambil berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan terlebih dulu (Cooper dan Emory, 1995; Babbie, 1995). Penentuan kriteria sampel dimaksudkan agar lebih tinggi tingkat homogenitasnya. Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

- a. Pedagang pasar yang beroperasi di dalam pasar dan bukannya di emperan pasar.
- b. Jenis mata dagangannya ditentukan di dalam kelompok sebagai berikut: (1) Sembilan bahan pokok: (2) pakaian dan (3) kelontong.

Jumlah responden ditentukan dengan tingkat presisi melalui error maksimum sebesar 0,20 dengan tingkat keyakinan 95%, sehingga jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut (Djarwanto dan Subgyo, 1994):

$$n = \left| \frac{1,96}{t} \right|^2$$

$$n = \left| \frac{1,96}{0,20} \right|^2$$

$$n = 100$$

Lokasi penelitian dilakukan di empat pasar tradisional yang berada di Kota Yoyakarta yaitu: (1) Pasar Demangan berlokasi di Jalan Demangan mewakili daerah Kota Yogyakarta bagian utara, (2) Pasar Kranggan berlokasi di Jalan Diponogoro yang mewakili daerah Kota Yogyakarta bagian barat, (3) Pasar Sentul berlokasi di Jalan Sultan Agung mewakili daerah Kota Yogyakarta Bagian tengah, dan Pasar Prawirotaman berlokasi di Jalan Parangtritis yang mewakili daerah Kota Yogyakarta bagian selatan. Keempatnya dipilih karena dipandang cukup mewakili fenomena pasar tradisional di Kota Yogyakarta bila dilihat dari variasi jenis mata dagangan dan skala besarnya pasar. Sedangkan pasar yang ada di Kota Yogyakarta berjumlah 13 pasar.

Berdasarkan jumlah 125 kuesioner yang dibagikan kepada para pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta, temyata responden yang mengembalikan kuesioner sebanyak 100 pedagang. Dengan demikian, tingkat pengembaliannya (respon rate-nya) sebesar 80%. Adapun perincian pengembalian kuesioner dapat disajikan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 1
Perincian Pengembalian kuesioner

Pasar	Jumlah (orang)	Persentase
Demangan	25	25%
Kranggan	25	25%
Sentul	25	25%
Prawirotaman	25	25%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer

Metode Pengumpulan Data

Data primer untuk penelitian ini dikumpulkan melalui daftar pertanyaan yang diajukan kepada pedagang pasar. Data primer digunakan untuk menghitung variabel penelitian. Data primer yang dikumpulkan meliputi pendapatan usaha, modal usana, jam kerja, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha.

Data primer yang telah diproses diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS. Sementara itu data Sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan yang digali baik dari buku, jurnal ilmiah, maupun hasil-hasil penelitian. Sumber data sekunder lainnya adalah kantor-kantor instansi pemerintah seperti Kantor Kelurahan, Kantor Kecamatan, kantor Departemen Koperasi, Pengusaha kecil dan Menengah, dan Dinas Pasar.

Identifikasi Variabel dan Skala Pengukuran

Untuk menguji hipotesis penelitian variabel yang digunakan terdiri dari:

a. Variabel Terikat

Variabel terikat dari penelitian ini adalah tingkat pendapatan, yaitu hasil yang diterima dari jumlah seluruh penerimaan selama satu hari setelah dikurangi pengeluaran biaya operasi. Tingkat pendapatan ini dihitung dalam waktu seminggu atau mingguan.

b. Variabel Bebas

Dalam penelitian variabel bebasnya meliputi:

- 1) Modal Usaha, yaitu jumlah uang yang digunakan untuk mengusahakan unit usaha dan dinyatakan dalam rupiah.
- 2) Jam Kerja, yaitu lamanya waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha. Di mulai sejak persiapan sampai pasar tutup. Jam kerja dihitung dalam waktu seminggu.
- 3) Jumlah Tenaga Kerja, yaitu banyaknya tenaga kerja yang digunakan untuk mengoperasikan usaha. Dalam hal ini tidak dibedakan antara pekerja upahan dengan pekerja keluarga.
- 4) Lama Usaha, yaitu lamanya berkarya pada usaha perdagangan pasar yang sedang dijalani saat ini.

Metode Analisis

Untuk melakukan pembuktian hipotesis, penelitian ini menggunakan metode analisis statistik. Analisis statistik digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh dari modal, jam kerja, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil biasa yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e_i$$

Dimana:

- Y = Tingkat Pendapatan
- X1 = Jumlah Modal Usaha
- X2 = Jam kerja
- X3 = Jumlah Tenaga Kerja
- X4 = Lama Usaha
- ei = Kesalahan pengganggu
- b0 = Intersep
- b1, b2, b3, b4 = Koefisien Regresi X1, X2, X3, X4

Untuk menguji hipotesis yang dikemukakan, maka digunakan uji t dan uji Fujit dimaksudkan untuk mengetahui variabel bebas yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tidak bebas terikat) secara individual. Sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara Bersama-sama variabelvariabel bebas tersebut dapat menjelaskan variabel terikat.

Model regresi berganda dapat digunakan apabila tidak terjadi penyimpangan asumsi-asumsi klasik. Guna mengetahui ada tidak nya penyimpangan atau pelanggaran asumsi klasik model regresi berganda ini akan diuji dengan tiga asumsi klasik yaitu: uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi (Gujarati, 1995: Sumodiningrat, 1995).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Variabel Analisis

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta digunakan variabel analisis yang terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Dalam penelitian ini tingkat pendapatan digunakan sebagai variabel terikat, sedangkan jumlah modal usaha, jumlah jam kerja, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha digunakan sebagai variabel bebas.

Untuk mengetahui seberapa jauh tingkat pendapatan pedagang pasar dapat dicari dengan cara menghitung rata-rata tingkat pendapatan dari ketiga kelompok pedagang pasar di Kota Yogyakarta yang meliputi: Pasar Demangan, Pasar Kranggan, Pasar Sentul, dan Pasar Prawirotaman. Demikian pula untuk mengetahui seberapa jauh jumlah modal usaha yang digunakan, jam kerja yang dijalankan, jumlah tenaga kerja yang digunakan, serta lama usaha yang telah ditekuni pedagang pasar. Hal ini dapat dicari dengan cara menghitung rata-rata dari masing-masing variabel.

Adapun hasil perhitungan masing-masing variabel analisis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar

Berdasarkan data yang dikumpulkan sebanyak 100 responden, maka hasil perhitungan dari tingkat pendapatan rata-rata dari pedagang pasar di Pasar Demangan, Pasar Kranggan, Pasar Sentul, dan Pasar Prawirotaman rata-rata sebesar Rp479.000,00 per minggu. Hal ini berarti bahwa rata-rata tingkat pendapatan pedagang pasar di Kota Yogyakarta memperoleh pendapatan bersih rata-rata sebesar Rp68.428,57 per-hari.

2. Modal Usaha

Modal usaha yang digunakan pedagang pasar merupakan jumlah uang yang digunakan untuk mengusahakan unit usaha. Jumlah modal usaha yang digunakan dapat dicari dari rata-rata jumlah modal usaha yang digunakan pedagang pasar di Pasar Demangan, Pasar Kranggan, Pasar Sentul, dan Pasar Prawirotaman. Hasil perhitungan rata-rata jumlah modal usaha yang digunakan pedaganga pasar di Kota Yogyakarta sebesar

Rp3.583.000,00. Hal ini berarti bahwa rata-rata jumlah uang yang digunakan untuk mengusahakan unit usaha di Kota Yogyakarta rata-rata sebesar Rp3.583.000.00.

3. Jam Kerja

Jam kerja merupakan lama waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha, yang dimulai sejak persiapan sampai pasar tutup. Hasil perhitungan dari rata-rata jam kerja yang dijalankan oleh pedagang pasar di Kota Yogyakarta selama 46 jam per-minggu. Hal ini berarti bahwa rata-rata jam kerja pedagang pasar di Kota Yogyakarta selama 6,5 jam per-hari.

4. Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja merupakan banyaknya tenaga kerja yang dipekerjakan untuk mengoperasikan usaha. Dalam hal ini tidak dibedakan antara pekerja upahan dengan pekerja keluarga. Hasil perhitungan rata-rata jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan oleh pedagang pasar di Kota Yogyakarta berjumlah 2 orang. Hal ini berarti banyaknya tenaga kerja yang digunakan untuk mengoperasikan usaha pedagang pasar di Kota Yogyakarta rata-rata berjumlah 2 orang.

5. Lama Usaha

Lama usaha merupakan lamanya pedagang pasar berkarya pada usaha perdagangan pasar yang sedang dijalani saat ini. Hasil perhitungan dari rata-rata lama usaha yang ditekuni pedagang pasar di Kota Yogyakarta selama 6 bulan. Hal ini berarti bahwa pedagang pasar di Kota Yogyakarta telah mempunyai pengalaman usaha dengan berkarya pada perdagangan pasar selama 6 tahun.

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar di Kota Yogyakarta digunakan variabel modal usaha (X_1), variabel jam kerja (x_2), variabel jumlah tenaga kerja (X_3), dan variabel lama usaha (x_4) sebagai variabel-variabel bebas. Sedangkan tingkat pendapatan pedagang pasar.

Dalam penelitian ini, responden yang diambil sebagai sampel berjumlah 100 orang pedagang pasar di Kota Yogyakarta yang meliputi Pasar Demangan, Pasar Kranggan, Pasar Sentul, dan Pasar Prawirocaman. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan hasil perhitungan dengan komputer, maka dapat disajikan hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien	Nilai T	Probabilitas
Konstanta	-112.531,4	-1,146	0,255
Modal Usaha (x_1)	0,084	7,96	0,00
Jam Kerja (x_2)	1.009,57	0,51	0,609
Jumlah Tenaga Kerja (x_3)	79.302,76	3,35	0,001
Lama Usaha (x_4)	13.017,40	2,37	0,020

R= 0,835; R² = 67,7%; F =54,645; Sig. F= 0,000

Sumber: Data Primer, diolah.

Berdasarkan tabel yang telah disajikan, maka dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian koefisien regresi secara individual dengan uji t menunjukkan bahwa variabel modal usaha (X_1), Variabel jumlah tenaga kerja (X_2) dan variabel lama usaha (X_3) secara signifikan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar di Kota Yogyakarta ($P < 0,05$). Sedangkan variabel jam kerja (X_4) tidak signifikan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar di Kota Yogyakarta ($P > 0,05$).

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, maka dapat dijelaskan bahwa di antara beberapa variabel yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta, maka variabel modal usaha merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel tingkat pendapatan pedagang pasar.

Hasil pengujian koefisien regresi secara serempak dengan uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 54.645. Sedangkan dengan $\alpha 5\%$ nilai F Tabel sebesar 2.46. Nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel-variabel besar secara serempak atau Bersama-sama mempengaruhi variabel terikat. Hal ini berarti variabel modal usaha, variabel jam kerja, variabel jumlah tenaga kerja, dan variabel lama usaha secara Bersama-sama mampu menjelaskan variabel tingkat pendapatan pedagang pasar.

Nilai R^2 sebesar 0,697 menunjukkan bahwa variabel modal usaha, variabel jam kerja, variabel jumlah tenaga kerja, dan variabel lama usaha dapat menjelaskan variabel tingkat pendapatan pedagang pasar sebesar 69,7%, sedangkan sisanya yang sebesar 30,3% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian

Berdasarkan hasil pengujian ini, dapat diketahui bahwa variabel modal usaha mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar di Kota Yogyakarta. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu (Tjiptoroso, 1993; dan Jafar, 1994; Santayani, 1996). Dengan modal yang relatif besar, maka akan memungkinkan pedagang pasar untuk menambah variasi komoditas dagangannya, sehingga memungkinkan para pedagang memperoleh pendapatan yang lebih besar.

Variabel jam kerja tidak signifikan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar. Hal ini berarti lamanya waktu operasi pedagang pasar tidak mempengaruhi besarnya tingkat pendapatan pedagang pasar yang diperoleh. Hal ini disebabkan para pembeli yang berbelanja di pasar hanya dalam jam tertentu saja, sehingga bertambahnya waktu operasi pedagang tidak meningkatkan pendapatan pedagang pasar.

Variabel lama usaha secara signifikan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Edi Swasono et al (1986). Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama pedagang pasar menekuni bidang usahanya semakin banyak pengalaman dalam berdagang. Oleh karena itu, semakin banyak pengalaman dalam berdagang semakin besar tingkat pendapatan yang diperoleh

Variabel jumlah tenaga kerja secara signifikan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santayani (1996). Hal ini menunjukkan bahwa tambahan jumlah tenaga kerja memungkinkan pemberian pelayanan yang lebih baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Dengan kualitas pelayanan yang meningkat akan memuaskan pelanggan. Tercapainya kepuasan pelanggan akan meningkatkan pendapatan pedagang pasar.

Uji Asumsi Klasik

Model regresi berganda dapat digunakan apabila tidak terjadi penyimpangan asumsi-asumsi klasik. Guna mengetahui ada tidaknya penyimpangan atau pelanggaran terhadap asumsi klasik, maka

model regresi berganda ini diuji dengan tiga asumsi klasik, yaitu : uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dengan analisis korelasi person, maka dapat diketahui bahwa korelasi antarvariabel bebas X1, X2, X3 dan X4 menghasilkan koefisien korelasi dibawah 0,8. Dengan demikian pada model regresi yang digunakan tidak terjadi masalah multikolinearitas yang serius untuk semua variabel bebas.

Hasil uji heteroskedastisitas dengan analisis korelasi Rank Spearman menunjukkan bahwa baik uniuik X1, X2, X3, dan X4 menghasiikan probabilitas $> 0,05$. Hal ini berarti bahwa pada data pengamatan tidak terdapat heteroskedastisitas. Sedangkan hasil uji autokorelasi dengan metode Durbin Watson Test Disturbance menghasilkan nilai Durbin Watson hitung sebesar 1.829. Nilai hitung tersebut merupakan daerah bebas autokorelasi. Dengan demikian, tidak ada autokorelasi dalam sampel pengamatan tersebut.

Berdasarkan uji asumsi klasik dapat diketahui bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas, menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antar variabel bebas yang digunakan. Selain itu, tidak adanya gejala heteroskedastisitas menunjukkan varians gangguan dari suatu observasi ke observasi lainnya tidak berbeda, sedangkan tidak adanya gejala autokorelasi menunjukkan bahwa gangguan pada suatu observasi tidak berkorelasi dengan gangguan observasi yang lain.

SIMPULAN

Tingkat pendapatan yang diperoleh pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta rata-rata sebesar Rp. 479.000,00 per-minggu. Sedangkan jumlah modal usaha yang digunakan rata-rata sebesar Rp. 479.000,00 per-minggu. Sedangkan jumlah modal yang digunakan rata-rata sebesar Rp. 3.583.000,00 Pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta beroperasi atau menjalankan usaha yang dimulai sejak persiapan sampai pasar tutup rata-rata selama 46,02 jam per-minggu atau rata-rata selama 6.57 jam per-hari. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata waktu operasi pedagang pasar tradisional sudah cukup wajar bila dikaitkan dnegan tingkat pendapatan yang diperoleh.

Sedangkan jumlah tenaga kerja yang digunakan pedagang pasar rata-rata berjumlah 2 orang. Hal ini menggambarkan bahwa usaha perdagangan di pasar tradisional cukup memberi kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja. Pedagang tradisional di Kota Yogyakarta telah menekuni usahanya rata-rata selama 6 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa perdagangan pasar cukup prospektif sebagai sumber penghidupan yang memungkinkan pelakuknya memperoleh pendapatan yang layak, sehingga merasa betah untuk menekuni usahanya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang tradisional di Kota Yogyakarta adalah jumlah modal usaha yang digunakan, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha yang dijalankan. Diantara ketiga faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar, maka modal usaha merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, J. (1987). "Batas Minimum Kredit Untuk Pedagang Kecil" Prisma, No. 7 Th.XVI, H.49-81.
- Ali. T.H. (1994). "Katerpaduan Pembangunan Pasar dengan Penataan Kota di Indonesia." dalam Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusahaan Kecil, Pola Pikir Penataan Pasar dan Pedagang Kaki Lima, Jakarta.

- Arjana, IG. B. (1997). Faktor-faktor yang Menentukan Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Disertai Program Pasca Sarjana IKIP Jakarta (tidak dipublikasikan).
- Babbie, E. (1995) *The Practice of Social Research*, th. Id. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Chandler, G. (1995), "Wanita Pedagang di Pasar Desa di Jawa," *Prisma* No. 10 Th. XIV. H.50-58.
- Cooper, D.R. dan C.W.Emory (1995) *Business Research Methodes*. 5th. Ed.Chicago: Irwin.
- D'Aveni, R.A. dan R. Gunther (1994), *Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Mancuvering*, New York: The Free Press.
- Departemen Koperasi. (1996). *Pola Pembinaan dan Pengembangan Usaha Koperasi Pedagang Pasar. Koperasi Serba Usaha, dan Koperasi Unit Desa Yang Mengelola Toko/Waserda*, Jakarta.
- Djarwanto, dan P. Subagyo (1994). *Statistik Induktif*, Yogyakarta: BPFE. Goni, R. (1996). "Store Layout Strategy" *Usahawan*, No. 40, Th XXV, Oktober, h.36-39.
- Gujarati, D. (1995). *Ekonometrika Dasar*, a.b. Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.
- Hidayat (1978) "Peranan dan Profil serta Prospek Perdagangan Eceran," *Prisma*, No.4, Desember, h.415-445.
- Muhammad, F. (1994), "Pasar Masa Depan dan Peranan Koperasi", dalam Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil, *Pola Pikir Penataan Pasar dan Pedagang Kaki Lima*, Jakarta.
- Jafar, M.I. (1991), *Implikasi Program Keluarga Berencana terhadap Partisipasi Wanita pada Sektor Informal di Kecamatan Soreang Kotamadya Pare-pare*, Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Ujung Pandang (tidak dipublikasikan).
- Kedaulatan Rakyat, 18 Agustus 1997.
- Kontan, No.2, Th 1, 3 Maret 1997.
- Parawangsa, H.M. (1994). "Manajemen Pembangunan Pasar". Dalam Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil, *Pola Pikir Penataan Pasar dan Pedagang Kaki Lima*, Jakarta, Prospek, 11 Maret 1997.
- Santayani (1996), *Peranan Pendidikan dan Pengalaman Berusaha pada Sektor Informal: Studi Kasus PKL Makanan dan Minuman di Kotamadya Yogyakarta*. Skripsi Fakultas Ekonomi UGM Yogyakarta (tidak dipublikasikan).

Sinungan, J.A. (1987). "Kelemahan dan Kekuatan Retail Business". Prisma. No.7. Th. XVI, Juli, h.19. 22.

Sumodiningrat, H. (1995). Ekonometrika Pengantar, Yogyakarta: Erlangga.

Swasono, S.E., et al. (1987), Laporan Penelitian Studi Kebijakan Pengembangan Sektor Informal, Jakarta: PPPP dan LSP.

Syahrudin, et. al. (1987), Laporan Penelitian Pengembangan Sektor Informal: Beberapa Alternatif Kebijaksanaan, Padang: PSK Universitas Andalas.