ANALISIS PENGARUH REVITALISASI TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PEDAGANG DAN MINAT MASYARAKAT BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL (STUDI KASUS PADA PASAR BANTUL)

Anung Pramudyo
Akademi Manajemen Administrasi YPK
Jl. Ringroad Timur No. 43 Wonocatur Banguntapan Bantul Yogyakarta.
email: anungpramudyo@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk untuk menguji dan mengukur pengaruh revitalisasi terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang pasar tradisional dan minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional. Penelitian ini dilakukan di Pasar Bantul dengan responden yang berupa pedagang dan masyarakat yang berbelanja di Pasar Bantul yang masing-masing berjumlah 50 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode non-probability sampling dengan teknik convinience sampling. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa revitalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang yang dapat dilihat dari t hitung sebesar 16,453 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Revitalisasi juga berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan minat berbelanja masyarakat yang diperlihatkan oleh nilai t hitung sebesar 7,426 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa sekitar 84,9 % peningkatan kesejahteraan pedagang dan 53,5 % peningkatan minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional dapat dijelaskan oleh variabel revitalisasi.

Abstract

This study attempts to examine and measure the impact revitalization of improving the welfare of the traditional and interest of the community shop at traditional markets. The study is done in the Bantul market with respondents of traders and communities that shopping at a Bantul market that each total 50 people. The sample collection in the study is done with the non-probability sampling methods to convinience sampling technique. Instrument the analysis used is simple linear regression.

This research result indicates that revitalization influential significantly on increased welfare traders that can be seen from t count of 16,453 with a significance of 0,000. Revitalization also affected significantly on increased interest shopping people shown by value t count of 7,426 with a significance of 0,000. From the test the coefficients of determination it can be seen that about 84,9 % rise welfare traders and 53,5 % greater community interest shop at traditional markets can be explained by variable revitalization.

Pendahuluan

Dewasa ini, secara berangsur-angsur pasar tradisional mengalami penyusutan sehingga berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi lokal baik pendapatan pedagang maupun penerimaan pemerintah daerah. Penyusutan terjadi karena berubahnya preferensi masyarakat berbelanja dari pasar tradisional ke pasar semimodern dan modern. Pasar tradisional dianggap tidak mampu bersaing dengan pasar modern, sehingga hal ini dikhawatirkan akan menggeser posisi pasar tradisional. Pasar tradisional identik dengan

kondisi lingkungan yang kotor, kumuh, becek dan bau berbeda halnya dengan pasar *modern* yang menawarkan fasilitas lebih menarik dan dengan suasana yang lebih nyaman. Kenyamanan berbelanja biasanya menjadi alasan bagi konsumen untuk lebih memilih pasar *modern* dibandingkan dengan pasar tradisional.

Pola pikir masyarakat terhadap ketidaknyamanan berbelanja di pasar tradisional sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk berkunjung ke pasar tradisional. Hal ini berakibat pada penurunan jumlah pembeli di pasar tradisional, dimana dengan menurunnya jumlah pembeli secara langsung akan mempengaruhi pendapatan para pedagang. Selain itu isu-isu yang menyudutkan pasar tradisional sangat mempengaruhi citra pasar tradisional.

Berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah untuk menjaga keberlangsungan pasar tradisional ini agar tidak ditinggalkan oleh pelanggan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan revitaliasi pasar tradisional. Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran/degradasi (Martokusumo, 2008). Jadi revitalisasi pasar tradisional adalah upaya yang dilakukan untuk memvitalkan kembali atau memajukan kembali pasar tradisional yang dulu pernah ramai dikunjungi pelanggan sebagai pusat belanja.

Program revitalisasi pasar tradisional ini juga dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada tahun 2014 telah dilakukan perbaikan terhadap delapan pasar tradisional diantaranya adalah Pasar Bantul, Pasar Jlagran, Pasar Sungapan, Pasar Janten, Pasar Dlingo, Pasar Unggas Bantul, dan Pasar Imogiri dengan total anggaran mencapai 39 Milyar Rupiah. Pada tahun 2015 direncanakan akan direnovasi lagi sebanyak 16 pasar tradisional dengan dana diperkirakan sekitar 30 Milyar. Diharapkan pada tahun 2018 seluruh pasar di Kabupaten Bantul dalam kondisi baik (www.jogja.antaranews.com).

Pemerintah Kabupaten Bantul memang termasuk salah satu yang konsen dalam melindungi keberadaan pasar tradisional. Hal ini terlihat dari tidak dibangunnya mall di Kabupaten Bantul. Mengingat selama ini pasar tradisional menjadi andalan hajat hidup orang banyak atau sekitar 14 persen dari warga Bantul. Selain pelarangan pendirian mall, pada tahun 2008 Pemerintah Kabupaten Bantul sempat menunda pemberian ijin pendirian pembangunan pasar *modern* berbentuk *minimarket*, toko swalayan, dan sejenisnya. Kebijakan itu ditempuh mengingat saat ini pertumbuhan *minimarket*, toko swalayan dan sejenisnya di Kabupaten Bantul sudah cukup banyak sehingga diperlukan pengaturan lebih lanjut agar tidak merugikan pedagang pasar tradisional. Kebijakan itu dituangkan dalam Surat Edaran Bupati Bantul No. 503/5439 tanggal 27 September 2008 (Wijayanti, 2014 dalam www.kompasiana.com).

Peraturan yang dikeluarkan oleh Pemerintah berupa Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 17 tahun 2012 tentang Pengelolaan Pasar, jelas-jelas sangat berpihak pada pasar tradisional. Perda ini ditujukan untuk memberi perlindungan bagi pengelola pasar yang telah mampu meningkatkan perekonomian di Kabupaten Bantul dan juga menyesuaikan kebutuhan masyarakat akan pasar tradisional dan toko *modern* contohnya *minimarket*, supermarket, *department store*, *hypermarket*. Pada Perda tersebut dijelaskan secara rinci tentang aturan-aturan pendirian toko *modern* seperi lokasi, jam buka, hari buka, sampai jarak dengan pasar tradisional. Jika Perda ini dapat dijalankan dengan baik, maka untuk kedepannya, pasar tradisional dan toko *modern* akan dapat eksis secara bersama-sama dan tidak mematikan salah satunya.

Pasar Bantul adalah salah satu pasar yang direvitalisasi oleh Pemerintah Kabupaten Bantul. Pasar Bantul ini menempati lahan seluas 27.417 m^2 dan dihuni oleh 1718 pedagang. Revitalisasi ini dimulai tahun 2012 dan diresmikan oleh Gubernur daerah

Istimewa Yogyakarta yaitu Sri Sultan Hamengku Buwono X pada Hari Kamis tanggal 19 Maret 2015. Pasar Bantul sekarang terlihat lebih *modern* dan lebih lengkap fasilitasnya. Revitalisasi fisik dan penambahan fasilitas yang dilakukan diharapkan akan dapat membuat Pasar Bantul menjadi tempat yang nyaman bagi penjual dan pembeli. Revitalisasi ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang dan meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional, khususnya di Pasar Bantul.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengukur pengaruh revitalisasi terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang pasar tradisional dan minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa informasi bagi Pemerintah Kabupaten Bantul dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan revitalisasi pasar tradisional.

Tinjauan Pustaka

Revitalisasi Pasar Tradisional

Menurut Martokusumo (2008), revitalisasi lahir dari upaya untuk memberdayakan sebuah kawasan ketika kawasan tersebut mulai menurun karena ditinggalkan penduduknya sebagai akibat langsung dari perluasan aktivitas ekonomi, tekanan sosial dan/ atau dampak pembukaan daerah hunian baru di daerah pinggiran kota. Secara konseptual revitalisasi merupakan usaha meningkatkan vitalitas (kehidupan) kawasan kota melalui peningkatan dan pembaharuan kualitas lingkungan, dengan mempertimbangkan aspek sosial budaya dan karakteristik kawasan. Tujuan revitalisasi dapat dipastikan adalah untuk menciptakan kehidupan baru yang produktif serta mampu memberikan kontribusi positif pada kehidupan sosial budaya dan terutama kehidupan ekonomi kawasan. Artinya, pada hakekatnya revitalisasi merupakan salah satu bentuk mekanisme peremajaan. Revitalisasi akan membuat suatu kawasan menjadi baik dengan diukur dari:

a. Kualitas lingkungan dan kehidupan yang baik bagi komunitasnya.
b. Tersedianya fasilitas lingkungan dan proses atau kegiatan ekonomi.
c. Kapasitas pendukung dari sumberdaya memadai.

Dari pendapat Martokusumo tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa revitalisasi pasar tradisional dimaksudkan untuk meremajakan dan memberdayakan kembali pasar tradisional yang semakin terdesak oleh pasar *modern*. Revitalisasi pasar tradisional dilakukan dengan memperbaiki kualitas lingkungan pasar, menambah fasilitas pasar, dan meningkatkan kapasitas pendukung dari sisi sumber daya manusianya. Diharapkan revitalisasi dapat meningkatkan produktivitas pedagang dan meningkatkan kesejahteraan mereka.

Revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah sebaiknya tidak hanya memerhatikan kondisi pasar, *volume* perdagangan dalam pasar, ketersediaan lahan yang digunakan untuk perbaikan pasar, dan *desain* rencana perbaikan pasar, selain itu perlu membatasi pertumbuhan pasar *modern*. Tanpa regulasi pembatasan pasar *modern* ini maka revitalisasi yang dilakukan tidak akan berarti dalam meningkatkan kesejahteraan peadagang pasar tradisional (Adiyadnya, 2015).

Revitalisasi dapat dilaksanakan apabila semua pihak yang terkait saling mendukung, baik pihak pemerintah, pedagang hingga pembeli. Aspek fisik, aspek ekonomi serta aspek sosial menjadi perhatian yang utama dalam melaksanakan revitalisasi. Kenyamanan dalam aktivitas ekonomi merupakan target yang ingin dicapai, sehingga diharapkan akan memberi keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Tujuan akhir yang ingin dicapai dengan adanya revitalisasi adalah mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakat.

Kesejahteraan Pedagang Pasar Tradisional

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 1974, kesejahteraan sosial adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial, material maupun spiritual yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan, dan ketentraman lahir batin, yang memungkinkan bagi setiap warga negara untuk mengadakan usaha pemenuhan kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, keluarga, serta masyarakat, dengan menjunjung tinggi hak-hak asasi serta kewajiban manusia sesuai dengan Pancasila.

Suud (2006) menyatakan bahwa keadaan sejahtera secara sosial tersusun dari tiga unsur yaitu setinggi apa masalah-masalah sosial dikendalikan, seluas apa kebutuhan-kebutuhan dipenuhi, dan setinggi apa kesempatan-kesempatan untuk maju tersedia. Tiga unsur ini berlaku baik untuk individu, keluarga, komunitas, maupun seluruh masyarakat.

Menurut Setyowati dan Nurchayati (2013) kesejahteraan berarti hal atau keadaan sejahtera, aman, tentram, makmur, selamat, tidak kurang suatu apa. Faktor-faktor yang dapat menentukan kesejahteraan keluarga adalah:

a. Terpenuhinya kebutuhan fisik keluarga seperti kebutuhan pangan (makan), kebutuhan sandang (pakaian), dan kebutuhan papan (rumah).
b. Terpenuhinya kebutuhan psikis seperti kebutuhan akan pendidikan, kebutuhan akan rasa aman (tabungan untuk cadangan pengembangan usaha)
c. Terpenuhinya kebutuhan sosial keluarga seperti dapat menyumbang orang lain (famili yang kurang mampu), dan dapat mengikuti kegiatan gotong royong dilingkungannya.

Dari berbagai pendapat diatas maka yang dimaksud dengan pedagang pasar tradisional yang sejahtera adalah yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan yaitu kebutuhan fisik keluarganya, kebutuhan psikis, dan kebutuhan sosial keluarganya, adanya ketenteraman lahir dan batin, dan adanya kesempatan bagi mereka untuk memajukan usahanya.

Minat Berbelanja

Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk. Keputusan untuk mengadopsi atau menolak suatu produk timbul setelah konsumen mencoba suatu produk tersebut dan kemudian timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk tersebut. Rasa suka terhadap produk timbul bila konsumen mempunyai persepsi bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen. Dengan kata lain produk tersebut mempunyai nilai yang tinggi di mata konsumen (Thamrin, 2003 dalam Kurniawati, 2009). Minat beli ulang pada dasarnya adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespons positif terhadap kualitas produk/jasa dari suatu perusahaan dan berniat mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut (Cronin dkk., 1992 dalam Kurniawati, 2009).

Menurut Ferdinand (2002) dalam Kurniawati (2009), minat beli ulang dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

a. Minat transaksional: yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya.
b. Minat referensial: yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya.
c. Minat preferensial: yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
d. Minat eksploratif: minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi

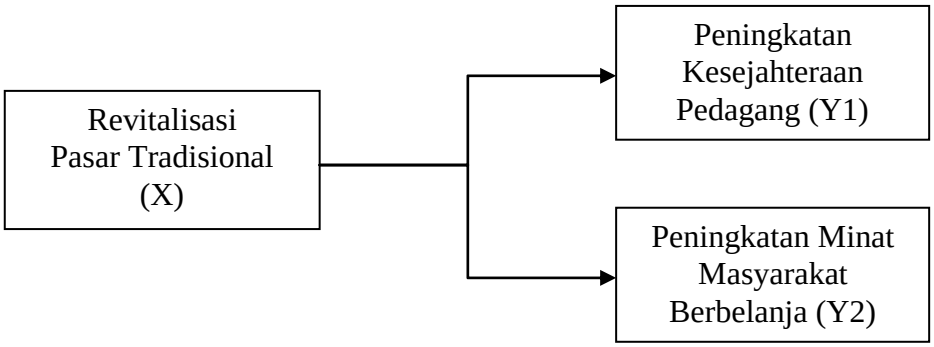
untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilangganannya.

Dari berbagai definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat berbelanja masyarakat di pasar tradisional merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Apabila mereka merasa suka ketika berbelanja di pasar tradisional misalnya karena tempatnya yang nyaman, produk yang beraneka ragam, produk yang berkualitas, lokasi yang strategis, pelayanan yang ramah, dan harga yang lebih murah serta dapat memenuhi kebutuhan mereka, maka minat mereka akan meningkat untuk berbelanja atau berkunjung lagi ke pasar tradisional.

Kerangka Pemikiran

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel independen yaitu revitalisasi, sedangkan variabel dependennya adalah peningkatan kesejahteraan pedagang dan minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional. Revitalisasi yang telah dilakukan seharusnya dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang dan meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional.

Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian.

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Diduga, revitalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang pasar tradisional.

H2 : Diduga, revitalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional.

Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dari penelitian ini adalah Pasar Bantul. Adapun yang menjadi subyek dari penelitian ini adalah pedagang dan konsumen pada Pasar Bantul. Penelitian dilakukan pada bulan Juli sampai dengan September 2015.

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian adalah data primer berupa jawaban responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan survei melalui kuesioner yang diberikan langsung kepada responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi yang berupa pedagang dan konsumen pada Pasar Bantul. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang, yaitu 50 orang pedagang dan 50 orang konsumen. Pengambilan sampel ini didasarkan pada pendapat Roscoe (1975) dalam Sekaran (2003) yang

menyatakan bahwa sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat/cocok untuk kebanyakan penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Oleh karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya maka teknik yang digunakan adalah dengan *convinience sampling*.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah revitalisasi pasar tradisional. Sedangkan variabel dependennya adalah peningkatan kesejahteraan pedagang dan minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional. Definisi operasional masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Revitalisasi Pasar Tradisional

Revitalisasi pasar tradisional adalah meremajakan dan memberdayakan kembali pasar tradisional. Revitalisasi diukur dengan indikator:

1) Perbaikan kualitas lingkungan pasar.
2) Penambahan fasilitas pasar.
3) Peningkatan kapasitas pendukung dari sisi sumber daya manusia.

b. Kesejahteraan Pedagang

Kesejahteraan adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial, material maupun spiritual yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan, dan ketentraman lahir batin, yang memungkinkan bagi setiap pedagang untuk mengadakan usaha pemenuhan kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, keluarga, serta masyarakat. Kesejahteraan pedagang akan diukur dengan menggunakan indikator:

1) Dapat memenuhi berbagai kebutuhan yaitu kebutuhan fisik keluarganya, kebutuhan psikis, dan kebutuhan sosial keluarganya.
2) Adanya ketenteraman lahir dan batin.
3) Adanya kesempatan bagi mereka untuk memajukan usahanya.

c. Minat Berbelanja

Minat berbelanja masyarakat di pasar tradisional merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Apabila mereka merasa suka ketika berbelanja di pasar tradisional misalnya karena tempatnya yang nyaman, produk yang beraneka ragam, produk yang berkualitas, lokasi yang strategis, pelayanan yang ramah, dan harga yang lebih murah serta dapat memenuhi kebutuhan mereka, maka minat mereka akan meningkat untuk berbelanja atau berkunjung lagi ke pasar tradisional. Minat berbelanja akan diukur dengan menggunakan indikator:

1) Minat transaksional: yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya.
2) Minat referensial: yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya.
3) Minat preferensial: yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4) Minat eksploratif: minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilangganinya.

Seluruh variabel diukur dengan lima skala Likert yang mempunyai bobot dari 1 sampai dengan 5, dengan alternatif jawaban dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Cukup Setuju (CS), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS).

Uji Kualitas Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur atau dengan kata lain apakah alat ukur tersebut telah tepat untuk mengukur objek yang diteliti (Kuncoro, 2003). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan Korelasi *Product Moment* dengan bantuan SPSS 20. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 5%.

Berdasarkan uji validitas untuk kuesioner yang dibagikan kepada pedagang, didapatkan nilai *pearson correllation* semua *item* pertanyaan lebih dari 0,3 (berkisar antara 0,337-0,896 untuk variabel revitalisasi dan 0,411-0,726 untuk variabel kesejahteraan) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga semua item pertanyaan dinyatakan *valid*. Demikian juga untuk kuesioner yang dibagikan kepada konsumen/pelanggan pasar Bantul, didapatkan nilai *pearson correllation* semua item pertanyaan lebih dari 0,3 (berkisar antara 0,320-0,784 untuk variabel revitalisasi dan 0,320-0,629 untuk variabel minat berbelanja) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga semua item pertanyaan dinyatakan *valid*.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Kuncoro, 2003). Bila alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama hasil yang diperoleh konsisten, maka alat ukur tersebut dapat dikatakan independen. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.5 (Azwar, 1997).

Berdasarkan uji reliabilitas untuk kuesioner yang dibagikan kepada pedagang, didapatkan nilai nilai cronbach alpha lebih dari 0,5 (0,832 untuk revitalisasi dan 0,774 untuk kesejahteraan) sehingga semua *item* reliabel atau konsisten sebagai alat ukur. Demikian juga untuk kuesioner yang dibagikan kepada konsumen/pelanggan pasar Bantul, didapatkan nilai nilai cronbach alpha lebih dari 0,5 (0,704 untuk revitalisasi dan 0,597 untuk minat berbelanja) sehingga semua item reliabel atau konsisten sebagai alat ukur.

Pengukuran instrumen penelitian diatas menunjukkan hasil yang *valid* dan reliabel, berarti data yang didapat mempunyai kualitas yang baik dan layak untuk digunakan.

Alat Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis kuantitatif dan uji statistik digunakan untuk membuktikan hipotesis dan mengukur pengaruh antara variabel bebas (revitalisasi) terhadap variabel tergantung (kesejahteraan pedagang dan minat berbelanja). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan alat analisis yang berupa regresi linier sederhana, dengan menggunakan program SPSS 21. Adapun model regresi linier sederhana yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah (Supranto, 2008):

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Keterangan:

Y = Kesejahteraan pedagang dan minat Berbelanja.
x = Revitalisasi.
a = *Intercept* (koefisien regresi).

Pengujian dengan regresi diatas akan digunakan untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian. Adapun pengujian hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Uji t

Uji t ini dipergunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen yaitu re-vitalisasi terhadap variabel dependen yaitu kesejahteraan pedagang dan minat masyarakat dalam berbelanja di pasar tradisional (Y). Dalam penelitian ini akan digunakan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung > dari t tabel atau –t hitung < -t tabel maka variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Dapat juga dilihat dari nilai signifikansinya, yaitu jika *asymp sig.* pada masing-masing variabel *independent* < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel

bebas terhadap variabel terikat secara parsial, namun, jika *asymp sig*. pada variabel *independent* > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dipergunakan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan variabel bebas secara bersama-sama (simultan). Dari *R square* (r^2) dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik Responden

a. Pedagang

Dari kuesioner yang disebar sebanyak 50 responden, didapatkan data tentang karakteristik responden yang berupa pedagang Pasar Bantul yaitu berdasarkan jenis kelamin responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 12 orang (24 %), sedangkan perempuan sebanyak 38 orang (76 %). Berdasarkan usia, responden paling banyak berusia antara 41 - 50 tahun yaitu sebanyak 26 orang (52 %), kemudian disusul usia lebih dari 50 tahun sebanyak 15 orang (30 %), antara 30 - 40 tahun sebanyak 7 orang (14 %), dan yang berusia kurang dari 30 tahun sebanyak 4 orang (2 %). Berdasarkan pendidikan, responden paling banyak berpendidikan setingkat SMA yaitu sebanyak 25 orang (50 %), kemudian diikuti SMP sebanyak 15 orang (30 %), SD sebanyak 8 orang (16 %), Perguruan Tinggi sebanyak 2 orang (4 %). Berdasarkan pendapatan, responden paling banyak berpendapatan kurang dari Rp. 1.000.000,- yaitu sebanyak 25 orang (50 %), kemudian diikuti Rp. 1.000.001 Rp. 2.000.000,- sebanyak 18 orang (36 %), dan Rp. 2.000.001 – 3.000.000 sebanyak 7 orang (14 %). Berdasarkan lama berdagang, responden paling banyak adalah yang telah berdagang di pasar Bantul selama 6 – 10 tahun yaitu sebanyak 22 orang (44 %), diikuti lebih dari 10 tahun sebanyak 19 orang (38%), dan 1 – 5 tahun sebanyak 9 orang (18 %).

b. Konsumen

Dari kuesioner yang disebar sebanyak 50 responden, didapatkan data tentang karakteristik responden yang berupa konsumen atau masyarakat yang berbelanja di Pasar Bantul yaitu berdasarkan jenis kelamin responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 11 orang (22 %), sedangkan perempuan sebanyak 39 orang (78 %). Berdasarkan usia, responden paling banyak berusia antara 41 – 50 tahun yaitu sebanyak 21 orang (42 %), kemudian disusul usia 30 – 40 tahun sebanyak 16 orang (32 %), kurang dari 30 tahun sebanyak 9 orang (18 %), dan yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 4 orang (8 %). Berdasarkan pendidikan, responden paling banyak berpendidikan setingkat SMA yaitu sebanyak 31 orang (62 %), kemudian diikuti SMP sebanyak 11 orang (22 %), PT sebanyak 5 orang (10 %), dan SD sebanyak 3 orang (6%). Berdasarkan pendapatan, responden paling banyak berpendapatan kurang dari Rp. 1.000.000,- yaitu sebanyak 28 orang (56 %), kemudian diikuti Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000,- sebanyak 14 orang (28 %), Rp. 2.000.001 – 3.000.000 sebanyak 5 orang (10 %), dan lebih dari Rp. 3.000.000,- sebanyak 3 orang (6 %).

Uji Hipotesis dan Pembahasan

a. Pengaruh Revitalisasi terhadap Kesejahteraan Pedagang

Berdasarkan olah data dengan menggunakan program SPSS 21 didapatkan model regresi linier sederhana yang digunakan untuk mengukur pengaruh revitalisasi terhadap peningkatan

kesejahteraan pedagang yang diformulasikan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 15{,}230 + 0{,}687\ X}$$

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t. Uji t ini dilakukan untuk menguji kemaknaan atau keberartian koefisien regresi. Pengujian melalui uji t adalah dengan melihat nilai *asymp sig.* (tingkat signifikansi). Apabila nilai *asymp sig.* (tingkat signifikansi) kurang dari 0,05 maka terdapat pengaruh dari revitalisasi terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang, sebaliknya jika nilai *asymp sig*. (tingkat signifikansi) lebih dari 0,05 maka tidak terdapat pengaruh dari revitalisasi terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang.

Dari uji t yang dilakukan didapatkan nilai t hitung sebesar 16,453 dengan nilai *asymp sig*. (tingkat signifikansi) sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05, dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa revitalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang pasar tradisional dapat diterima.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyowati dan Nurchayati (2013) yang menyatakan bahwa revitalisasi telah meningkatkan kesejahteraan pedagang yaitu terjadi peningkatan pendapatan, terjadi pemenuhan biaya pendidikan, pemenuhan pangan, pemenuhan sandang, pemenuhan papan, dan kemampuan menabung dari para pedagang.

Untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan variabel bebas digunakan Koefisien Determinasi. Dari *R Square* (R^2) dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Dari hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.849. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 84,9 % peningkatan kesejahteraan pedagang dapat dijelaskan oleh variabel revitalisasi sedangkan sisanya sebesar 15,1 % dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain.

Dari kuesioner yang disebarkan juga didapatkan data bahwa semua pedagang menyatakan mengalami peningkatan laba. Peningkatan ini berkisar antara 5% – 25 % perbulan, dan jika dirata-rata maka peningkatan laba para pedagang ini sebesar 14,6 % per bulan. Pedagang juga memberikan saran kepada Pemerintah Kabupaten Bantul yang diantaranya adalah:

1) Terus menjaga kebersihan, kerapian, dan keamanan Pasar Bantul sehingga diharapkan citra Pasar Bantul menjadi lebih baik dan konsumen yang berbelanja akan meningkat sehingga pendapatan mereka juga akan mengalami peningkatan.
2) Mempermudah akses permodalan yang dapat digunakan dalam meningkatkan usaha mereka.
3) Meningkatkan pengelolaan pasar Bantul menjadi lebih profesional sehingga tidak kalah bersaing dengan pasar modern yang banyak bermunculan di sekitar mereka.

b. Pengaruh Revitalisasi terhadap Minat Berbelanja Masyarakat

Berdasarkan olah data dengan menggunakan program SPSS 21 didapatkan model regresi linier sederhana yang digunakan untuk mengukur pengaruh revitalisasi terhadap peningkatan minat berbelanja masyarakat yang diformulasikan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 22{,}274 + 0{,}510\ X}$$

Seperti pada hipotesis 1, hipotesis 2 juga diuji dengan menggunakan uji t. Uji t ini dilakukan untuk menguji kemaknaan atau keberartian koefisien regresi. Pengujian melalui uji t adalah dengan

melihat nilai *asymp sig*. (tingkat signifikansi). Apabila nilai *asymp sig*. (tingkat signifikansi) kurang dari 0,05 maka terdapat pengaruh dari revitalisasi terhadap peningkatan minat berbelanja masyarakat, sebaliknya jika nilai *asymp sig*. (tingkat signifikansi) lebih dari 0,05 maka tidak terdapat pengaruh dari revitalisasi terhadap peningkatan minat berbelanja masyarakat.

Dari uji t yang dilakukan didapatkan nilai t hitung sebesar 7,426 dengan *asymp sig*. (tingkat signifikansi) sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05, dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa revitalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional dapat diterima.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adiyadnya (2015) yang menyatakan bahwa program revitalisasi sangat efektif dalam peningkatan daya saing pasar tradisional salah satunya dalam meningkatkan pangsa pasar. Penelitian ini juga relevan dengan penelitian dari Meldarianda dan Henky Lisan S. (2010) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *Store atmosphere* yang terdiri atas *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere* terhadap minat beli konsumen.

Untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan variabel bebas digunakan Koefisien Determinasi. Dari *R Square* (R^2) dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Dari uji koefisien determinasi didapatkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,535. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 53,5 % peningkatan minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional dapat dijelaskan oleh variabel revitalisasi sedangkan sisanya sebesar 46,5 % dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

a. Revitalisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang di Pasar Bantul.
b. Revitalisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan minat masyarakat berbelanja di Pasar Bantul.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diberikan saran sebagai berikut:

a. Bagi Pemerintah Kabupaten Bantul khususnya Dinas Pengelola Pasar diharapkan dapat terus menjaga kualitas pasar di Kabupaten Bantul sehingga diharapkan kesejahteraan pedagang dan minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional dapat terus ditingkatkan.
b. Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat melakukan penelitian secara lebih komprehensif dengan pengambilan sampel yang lebih banyak dan lokasi pasar yang lebih banyak yaitu pasar-pasar yang telah direvitalisasi di Kabupaten Bantul.

Daftar Pustaka

Adiyadnya, Made Santana Putra. 2015. *Analisis Tingkat Efektifitas dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan Desa Paguyangan Kangin.* Tesis pada Program Pasca Sarjana. Denpasar: Universitas Udayana

Azwar, S. (1997). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Sigma Alpha.

http://jogja.antaranews.com/berita/330305/sultan-apresiasi-pemkab-bantul-revitalisasi-pasar-tradisional.

http://jogja.antaranews.com/berita/328685/bantul-renovasi-empat-pasar-tradisional-pada-2015.

http://jogja.antaranews.com/berita/326848/bantul-usulkan-perbaikan-16-pasar-pada-2015.

http://lifestyle.kompasiana.com/urban/2014/12/20/revitalisasi-pasar-tradisional-untuk-kesejahteraan-bersama-698038.html.

Kuncoro, Mudradjat. 2003. Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: *Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga.

Kurniawati, Dyah. 2009. *Studi tentang Sikap terhadap Merek dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang (Kasus pada Produk Mi Instan Indomie di Kota Semarang).* Tesis. Semarang: Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.

Martokusumo, Widjaja. 2008. *Revitalisasi, Sebuah Pendekatan dalam Peremajaan Kawasan.* Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota. Vol. 19 No. 3, Desember 2008, Hal. 57-73.

Meldarianda, Resti dan Henky Lisan S. (2010). *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Cafe Atmosphere Bandung*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE). Vol. 17 No. 2, September 2010. Hal. 97-108.

Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 17 Tahun 2012 tentang *Pengelolaan Pasar.*

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 tentang *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.*

Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Researh Statistic for the Behavioral Sciences*. Second Edition. New York: Holt, Rinehart, and Winston.

Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Business, A Skill-Building Approach.* Fourth Edition. New York: John Wiley and Sons, Inc.

Setyowati, Nur Dewi dan Zulin Nurchayati. 2013. *Relokasi Pasar Bunga dan Kesejahteraan Pedagang (Studi Deskriptif Komunikasi Kelompok Pedagang Pasar Bunga Kota Madiun)*. Jurnal Sosial. Vol. 14 No. 1, Maret 2013.

Supranto, J. (2008). Statistik: *Teori dan Aplikasi*. Jilid 1. Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.

Suud, Muhammad. 2006. *Tiga Orientasi Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1974 tentang *Ketentuan-Ketentuan Pokok Kesejahteraan Sosial.*