

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIF TERHADAP MINAT BERDAGANG DI PASAR TRADISIONAL

(Studi Pada Pasar Pedan Klaten)

Septiana Nurlaili

Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

email: nurlailiseptiana07@gmail.com

ABSTRAC

The Objective of the study is to determine the motive factors, they are personality, skills and intentions of the interest in trading in Pedan traditional market of Klaten regency. Ther data were taken in the form of primary data obtained through questionnaires and respondents are traders of the Pedan Klaten Market. The Analytical method used consist of validity, reliability, multiple regression analysis, classic assumptions, t test and coeddicient of determination tests. From the results of the study it can be concluded that the results of the regression analysis obtained the following equation: $Y = 6,508 + -0,042X_1 + 0,356X_2 + 0,507X_3 + e$. Based on the results of the t test personality does not have an influence on trading interest and then skills have a positive and significant effect on trading interest and intention has a positive and significant effect on trading interest. The most dominant variable in this study is skills.

Keyword : Personality, Skills, Entrepreneurial intentions and interest in trading

PENDAHULUAN

Pasar merupakan tempat dimana sekelompok penjual bertemu dengan sekelompok pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa (Sunyoto, Sutjahjanti, & Yoserizal, n.d.). Pasar bisa dijadikan sebagai sarana untuk saling berinteraksi masyarakat dalam memasarkan hasil bumi seperti polowijo, padi, sayur mayur, buah-buahan, pakaian dan kebutuhan pokok lainnya. Pasar Pedan adalah pasar tradisional yang berlokasi di pusat keramaian kota kecamatan sebagai tempat berinteraksi dalam kegiatan

ekonomi jual beli dari hasil pertanian penduduk wilayah sekitar serta kebutuhan pokok masyarakat. Pasar juga termasuk kedalam tumbuh kembang nya masyarakat yang bisa di sesuaikan dengan kebiasaan di suatu wilayah tertentu, dengan kebiasaan tersebut pasar menjadi sarana perekonomian yang akan menopang ekonomi masyrarakat sekitar. Pasar juga diartikan sebagai suatu lembaga yang ada di bawah pemerintah, dengan begitu proses transaksi yang ada di pasar bisa terjalin dengan baik. Dijaman modern seperti ini pasar-pasar tradisional harus mampu bersaing dengan pasar-pasar modern, harus

ada strategi manajemen yang tepat sasaran, teknologi yang canggih agar pasar dapat bertumbuh dengan pesat kemajuannya, tetapi untuk pasar tradisional justru lambat pergerakannya. Di jaman modern seperti ini pasar-pasar tradisional harus mampu bersaing dengan pasar-pasar modern, harus ada strategi manajemen yang tepat sasaran, teknologi yang canggih agar pasar dapat bertumbuh dengan pesat kemajuannya, tetapi untuk pasar tradisional justru lambat pergerakannya.

Zaman sekarang banyak peneliti yang melakukan penelitian di suatu instansi atau perusahaan-perusahaan besar dan lalai bahwa masih ada pasar yang bisa di jadikan sebagai obyek penelitian. Pasar tradisional merupakan ekonomi kerakyatan yang setiap orang mampu dan bisa berada disana. Tetapi masih banyak orang yang enggan untuk berbelanja dipasar tradisional dengan banyak alasan. Padahal dengan kita berbelanja di pasar tradisional, kita bisa menghidupkan kembali ekonomi kerakyatan di tengah generasi milenial ini. Keanekaragaman pasar tradisional di suatu wilayah diharapkan bisa menjadi nilai tambah dalam upaya menarik para masyarakat untuk datang atau mengunjungi pasar tradisional. Waktu semakin berputar dan pasar tradisional semakin sedikit peminatnya. Apalagi sudah banyak supermarket yang berdiri di lingkungan pedesaan. Ditambah lagi makin banyak pedagang keliling yang masuk ke kampung kampung, dengan begitu pasar tradisional kini menjadi sepi karena masyarakat lebih memilih berbelanja di supermarket maupun di pedagang keliling. Dengan segala kemudahan yang telah diberikan di era sekarang ini, orang-orang semakin malas ke pasar dan pasar menjadi sepi atau peminatnya berkurang. Padahal para wirausaha yang berdagang disana juga butuh pendapatan yang digunakan untuk menghidupi keluarganya.

Pasar modern merupakan ancaman yang sanga tnyata bagi para pedagang pasar tradisonal. Pasar Pedan ini memiliki hal yang menarik jika dalam kalender jawa ada yang dinamakan "wage". Waktu wage banyak sekali pedagang-pedagang yang datang dan menggelar dagangannya di pinggir-pinggir jalan. Sehingga jika wage pengunjung sangat banyak karena barang yang dijual harga nya jauh lebih murah di banding hari biasa. Pedagang dadakan pun juga akan semakin banyak, mereka hanya berjualan di pinggir pinggir jalan dan tidak menyewa ruko yang telah di sediakan pihak pasar karena mereka datang hanya pada hari "wage" saja. Pasar Pedan ini merupakan pasar investor bukan murni pasar yang di bangun oleh pemerintah setempat. Banyak ruko yang masih kosong belum terpakai. Pasar ini sangat ramai mulai dari jam 09.00 pagi hingga jam 18.00 petang. Setelah ruko ruko ini tutup pasar ini menjadi tempat bermain anak anak yaitu ada odong-odong, komedi putar dan banyak mainan anak anak yang bisa di gunakan ketika pasar ini sudah tutup.

Pasar Pedan mempunyai keunikan sendiri yang tidak ada pada di pasar-pasar tradisional lainnya. Penjual dan pembeli bisa berinteraksi tawar menawar sehingga disitulah ada kepuasan tersendiri. Selain itu dengan konsep pasar tradisional semi modern ini juga bisa dijadikan sebagai tempat sarana refreasing bagi masyarakat, apalagi di pasar tradisional ini dilengkapi dengan sarana rest area akan menambah rasa nyaman bagi pengunjung. Lapangan kerja sektor formal sangat memberikan tekanan kepada orang yang memiliki latar belakang pendidikan yang bagus. Sebagian besar tenaga kerja yang datang memiliki pendidikan yang rendah dan membuat mereka terjun ke dunia kerja sektor informal, salah satunya menjadi pedagang (I Wayan Sastrawan, 2015). Dengan terbatasnya lapangan pekerjaan disebabkan karena harus adanya latar belakang pendidikan yang tinggi sedangkan para

pendatang memiliki pendidikan yang minim maka mereka beralih sebagai pedagang. Menjadi pedagang menjadi pilihan yang mudah bagi mereka untuk bisa bertahan hidup dikota dan menjadi pedagang pendidikan tidak menjadi masalah juga mudah dimasuki dengan bersifat fleksibel. Pedagang pasar tradisional memiliki motif dagang nya

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kepribadian

Kepribadian adalah karakter yang dimiliki oleh seseorang (Yusuf, Natsir, & Kornelius, 2017). Dalam kepribadian seorang individu terdapat rasa percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko, berjiwa pemimpin, keorisinilan dan berorientasi ke depan. Tanpa adanya rasa percaya diri tentu tidak ada minat dari seorang individu untuk memutuskan berwirausaha. Selain itu keberanian dalam mengambil risiko juga merupakan tantangan besar bagi seorang wirausaha dalam menjalankan bisnisnya. Faktor genetik dan lingkungan sama sama berpengaruh dalam menentukan perilaku manusia (Hambali & Jaenudin, 2013). Bukan hanya faktor keturunan atau faktor lingkungan yang menentukan terbentuknya keperibadian, melainkan melalui pengaruh resiprokal faktor keturunan dan lingkungan yang memunculkan karakteristik kepribadian. Hal ini bisa dibenarkan karena Wirausaha adalah mereka yang bisa melakukan usaha berkelanjutan unruk memenuhi tujuan utama secara tepat. Empat sisi potensial menurut Stephen Covey dalam bukunya *First Things First* dalam (Pujiastuti, 2013) yang dimiliki manusia, yaitu sebagai berikut ini :

sendiri. Tidak akan sama yang satu dengan yang lainnya. Karena mereka memiliki pemikiran dan sudut pandang mengenai berdagang ini sendiri sendiri. Faktor-faktor Motif menurut (Kirana & Purwanto, 2017) yaitu Kepribadian, Ketrampilan dan Niat Berwirausaha. Ketiga faktor tersebut yang akan menjadi variabel dalam penelitian ini.

1. Sikap *awareness* (sikap mawas diri)

Sikap *awareness* ini sikap yang selalu sadar akan kepribadian yang mereka miliki sendiri. Seperti pengetahuan yang dimiliki, pengalaman yang pernah di dapat dan bagaimana mental yang dimiliki oleh diri sendiri.

2. *Conscience*

Mempertajam suara hati supaya menjadi manusia berkehendak baik, serta memiliki misi dalam hidup ini.

3. *Independent Will*

Pandangan independen untuk bekal bertindak dan kekuatan untuk mentransendensi

4. *Creative imagination.*

Mereka berfikir diluar kesanggupan manusia dan mengarah ke depan/jangka panjang untuk memecahkan berbagai masalah dengan imajinasi, khayalan serta memacu adaptasi yang tepat.

Kepribadian adalah keseluruhan karakteristik diri seseorang, bisa berbentuk pikiran, perasaan, kata hati, temperamen dan watak (Buchari, 2013) Karakteristik yang tidak dimiliki oleh orang banyak dapat disebut dengan kelebihan, dan kelebihan itu biasanya di miliki oleh para wirausahawan. Dengan kepribadian yang dimiliki seseorang dapat memikat hati orang lain dan tertarik. Kepribadian adalah

seperangkat karakteristik dan kecenderungan yang stabil, yang menentukan keumuman dan perbedaan tingkah laku psikologik (berfikir, merasa, gerakan diri) dari seorang dalam waktu yang panjang dan tidak dapat dipahami secara sederhana sebagai hasil dari tekanan sosial dan tekanan biologik saat itu (Maddy And Burt dalam Hasanah, 2015). Menurut (Robbins & Judge, n.d.) faktor-faktor penentu kepribadian yaitu :

1. Faktor Keturunan (Gen)
Faktor keturunan disini adalah pada faktor genetik seorang individu misalnya tinggi badan, bentuk wajah, gender, emosional yang dapat dipengaruhi oleh komposisi biologis, psikologis dan psikologis bawaan.
2. Faktor Lingkungan
Faktor ini merupakan faktor tempat dimana kita hidup dan dibesarkan misalnya di dalam keluarga, teman-teman dan kelompok sosial yang dapat memberikan pengaruh yang baik maupun buruk bagi kepribadian.

Ketrampilan

Ketrampilan adalah kemampuan yang dimiliki oleh para wirausaha yang masing-masing individu memiliki ketrampilan yang berbeda-beda. Ketrampilan merupakan hal yang mendasar untuk para wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya agar bisnis

tersebut tetap berjalan efektif dan efisien. Ketrampilan adalah kemampuan seseorang untuk melakukan suatu aktivitas atau pekerjaan (Arcynthia, 2013). Bagi pedagang yang memiliki ketrampilan yang baik maka ia juga akan mendapatkan hasil yang maksimal juga, dengan ketrampilan yang baik juga maka bisa mempercepat dari tujuan/ hasil yang ingin di capai (target), dan juga untuk pedagang yang memiliki ketrampilan yang buruk maka ia juga akan mendapatkan hasil yang tidak maksimal, sesuai dengan ketrampilan berdagang nya. Pedagang yang memiliki ketrampilan buruk haruslah berbenah diri menyesuaikan dengan pedagang-pedagang yang memiliki kemampuan yang cukup baik. Keahlian seseorang tercermin dengan seberapa baik seseorang dalam melaksanakan suatu kegiatan yang spesifik, seperti mengoperasikan suatu peralatan, berkomunikasi secara efektif atau mengimplementasikan suatu strategi bisnis (P Blanchard, 2004).

Dijaman yang modern ini ketrampilan dalam melaksanakan kegiatan yang spesifik sangat lah di tuntutan. Sebab perubahan dari sistem yang dulu hingga sekarang sangat lah pesat, teknologi makin canggih. Jika para pedagang tidak mampu untuk merubah ketrampilan mereka, mereka akan di tinggalkan oleh para konsumennya. Menurut (Jane & Rieple, 2013) ada 4 dimensi ketrampilan wirausaha, yaitu :

1. *Technical Skills*

Yaitu sejumlah wirausaha sukses memiliki kompetensi dalam mengelola operasional, diluar dasar produksi produk atau layanan. Termasuk kemampuan mengelola rantai pasokan dan mempunyai pengetahuan tentang teknologi baru.

2. *Management Skills*

Yaitu Keterampilan ini meliputi perencanaan dan pengorganisasian, mengidentifikasi pelanggan dan saluran distribusi, mengelola sumber daya dan kemampuan mengatur di tempat yang tepat dan struktur system control. Keterampilan ini termasuk keterampilan tingkat tinggi, seperti mencari pemecahan masalah, kemampuan untuk membangun kemampuan inti dan kemampuan menangani karyawan secara efektif.

3. *Entrepreneurship Skills*

Yaitu Keterampilan ini meliputi perencanaan bisnis, peka terhadap peluang, analisis lingkungan bisnis dan kemampuan mengakses keahlian eksternal.

4. *Personal Maturity Skills*

Yaitu Keterampilan ini meliputi kesadaran diri, kemampuan merefleksikan apa yang terjadi, mengenali dan memperbaiki kelemahan, bertanggung jawab untuk memecahkan masalah dan kemampuan untuk menghasilkan solusi.

Niat Berwirausaha

Niat berwirausaha dapat diartikan sebagai langkah awal dari suatu proses pendirian suatu bisnis yang bersifat jangka panjang . Menurut (JR, Reily, & Carsrud, 2000) niat berwirausaha mencerminkan komitmen seseorang untuk memulai usaha baru dan merupakan isu sentral yang perlu diperhatikan dalam memahami proses kewirausahaan pendirian usaha baru. Ketika seseorang ingin membuka usaha tentu yang utama dan pertama harus ada niat. Sebab semua akan terlaksana jika niat berwirausaha itu sudah bulat. Saat seseorang telah memiliki niat maka semua hal yang akan dicapai pasti akan dilakukan dengan baik dan maksimal. Melakukan suatu hal secara maksimal maka hasilnya pun juga akan maksimal seperti apa yang telah diupayakan. Karena usaha tidak akan mengkhianati hasil.

Niat kewirausahaan akhir-akhir mendapatkan perhatian karena niat diyakini bahwa suatu niat yang berkaitan dengan perilaku terbukti dapat menjadi cerminan dari perilaku yang sesungguhnya (Suharti & Sirine, 2011). Adapun beberapa faktor dalam membentuk niat berwirausaha diantaranya :

1. *Entrepreneurial traits*

Yaitu kebutuhan akan prestasi, efikasi diri, *need for power* dan kesediaan mengambil risiko.

2. *Entrepreneurial Skills*

Yaitu *market awareness* dan *creativity*.

3. Faktor kontekstual

Yaitu dukungan lingkungan usaha dan *social support*.

Untuk mengukur variabel niat berwirausaha diperlukan indikator menurut (Sukmaningrum & Rahardjo, 2017), diantaranya:

1. Senang berwirausaha
2. Kesiapan untuk berwirausaha
3. Pertimbangan yang matang untuk berwirausaha
4. Memutuskan untuk berwirausaha.

Minat Berdagang

Minat (*interest*) menurut Setiawan dalam (Hanum Risfi Mahanani, 2014) merupakan suatu tingkat keinginan yang tinggi dari seseorang kepada suatu objek, peristiwa atau topik tertentu, minat juga sangat di pengaruhi oleh 2 variabel yaitu : Sikap dan Norma Subyektif. Gabungan dari dua variabel di atas akan secara langsung berpengaruh terhadap minat, dan juga akan berpengaruh terhadap perilaku, namun sebelum berpengaruh terhadap perilaku, ia akan beroperasi terhadap minat terlebih dahulu. Minat adalah rasa ketertarikan terhadap suatu hal tanpa ada yang menyuruh maupun yang memaksa. Ia akan bergerak sendiri sesuai dengan apa yang diinginkan oleh individu tersebut. Minat pada dasarnya adalah suatu penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang menjadi keinginan atau kesukaan. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka akan semakin besar pula minat tersebut (Haji Djali, 2008).

Minat merupakan aspek yang dimiliki oleh manusia yang berguna untuk mendorong untuk mendapatkan sesuatu atau untuk mencapai tujuan yang ingin di capai dalam hidup suatu individu dan tujuan itu dapat digunakan sebagai sesuatu yang diinginkannya sebagai bentuk kebutuhan. Minat dapat melekat pada diri seseorang yang dapat berperan untuk mengarahkan pada pilihan suatu tertentu bagi hidupnya (Febri dalam Hanum Risfi Mahanani 2014). Minat menimbulkan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari suatu objek tertentu dengan perasaan yang senang dan sangat memiliki niat tinggi untuk mewujudkan hal tersebut sebagai pilihan hidup.

Menurut Mahesa dalam (Hanum Risfi Mahanani, 2014) minat berwirausaha adalah kecenderungan dari hati dalam diri subyek untuk tertarik untuk menciptakan suatu usaha yang kemudia bisa mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang akan diciptakannya tersebut. Minat juga dapat diartikan dalam hal positif terhadap aspek aspek lingkungan. Selain berdampak positif terhadap lingkungan minat juga merupakan kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan menikmati suatu aktivitas dengan disertai rasa senang. Berikut adalah indikator dari minat menurut (Kirana & Purwanto, 2017) adalah :

1. Karakteristik Kepribadian
2. Karakteristik Demografis

3. Karakteristik Lingkungan

Hipotesis

Berdasarkan uraian teori diatas maka dapat dirumuskan hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

H₁ : Kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdagang

H₂: Ketrampilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdagang

H₃ : Niat berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdagang

H₄ : Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini

Metode Penelitian

Metode dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sensus, karena seluruh populasi digunakan sebagai responden. Peneliti menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data

data primer kepada para pedagang pasar yang berjumlah 40 pedagang yang berada di dalam ruko pasar tidak termasuk yang berada di pinggir-pinggir jalan.

Definisi Operasional

Kepribadian

Menurut (Hambali & Jaenudin, 2013) Kepribadian adalah suatu organisasi yang dinamis dari sistem psikofisik individu yang menuntukan tingkah laku dan pemikiran individu

secara khas. Kepribadian akan dijabarkan dalam 5 item pernyataan yang mengadopsi pada indikator dari Buchari, 2013.

Ketrampilan

Ketrampilan adalah kemampuan seseorang untuk melakukan suatu aktivitas atau pekerjaan (Arcynthia, 2013). Ketrampilan akan dijabarkan dalam 8 item pernyataan yang mengadopsi pada indikator dari Jane & Rieple, 2013.

Niat Berwirausaha

Menurut (JR et al., 2000) niat berwirausaha mencerminkan komitmen seseorang untuk memulai usaha baru dan merupakan isu sentral yang perlu diperhatikan dalam memahami proses kewirausahaan pendirian usaha baru. Ketika seseorang ingin membuka usaha tentu yang utama dan pertama harus ada niat. Niat Berwirausaha akan dijabarkan dalam 4 item pernyataan yang mengadopsi pada indikator dari Sukmaningrum & Rahardjo, 2017.

Minat Berdagang

Minat adalah rasa ketertarikan terhadap suatu hal tanpa ada yang menyuruh maupun yang memaksa. Ia akan bergerak sendiri sesuai dengan apa yang di inginkan oleh individu tersebut. Minat pada dasarnya adalah suatu penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang menjadi keinginan atau kesukaan. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka akan semakin besar pula minat tersebut Haji Djali, 2008.

Analisis Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Kuesioner yang digunakan sebelumnya akan di uji validitas dan reliabilitasnya. Sementara uji asumsi klasik dilakukan sebelum menguji hipotesis dengan teknik regresi berganda

Hasil Dan Pembahasan

Kuesioner disebarakan kepada seluruh pedagang pasar pedan. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 40 lembar dan yang berhasil terkumpulkan berjumlah 40 lembar.

Tabel 1. Deskripsi Usia Responden

USIA			
		Frequency	Percent
Valid	20TAHUN-30TAHUN	14	35,0
	31TAHUN-40TAHUN	16	40,0
	41TAHUN-50TAHUN	7	17,5
	DIATAS 50TAHUN	3	7,5
	Total	40	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 1 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden penelitian ini berumur 31-40 tahun dengan presentase 40,0%

Tabel 2. Deskripsi Jenis Kelamin Responden

JENISKELAMIN

		Frequency	Percent
Valid	LAKI-LAKI	31	77,5
	PEREMPUAN	9	22,5
	Total	40	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 2 sangat nampak bahwa responden berjenis kelamin pria berjumlah 31 dan responden berjenis kelamin wanita berjumlah 9, sehingga jumlah responden sebanyak 40 orang.

Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	SD	2	5,0	5,0
	SLTP	8	20,0	20,0
	SLTA	24	60,0	60,0
	D3	1	2,5	2,5
	S1	5	12,5	12,5
	Total	40	100,0	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 3 sangat nampak bahwa seebagian besar responden penelitian mempunyai pendidikan tertinggi SMA yang berjumlah 24 dengan presentase 60%

Tabel 4. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6,508	3,533	
	KP	-,042	,082	-,060
	KT	,356	,105	,485
	N	,507	,197	,366

a. Dependent Variable: M

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Tabel 4 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Pengujian hipotesis 1
Variabel kepribadian memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,615 dan t hitung sebesar -0,507. Berarti tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,615 > 0,05$) dan t hitung lebih kecil dari t tabel ($-0,507 < 2,028094$). Hal ini membuktikan bahwa H_a di tolak dan H_o diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepribadian tidak berpengaruh terhadap minat berdagang. Hal ini tidak mendukung perumusan Hipotesis (H1) bahwa variabel kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdagang.
- 2) Variabel Ketrampilan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,002 dan t hitung 3,381. Berarti tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) dan t hitung lebih besar dari t tabel ($3,381 > 2,028094$). Hal ini membuktikan bahwa H_a

- diterima dan H_o di tolak. Hal ini mendukung perumusan hipotesis (H2) bahwa variabel ketrampilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdagang.
- 3) Variabel Niat Berwirausaha memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,015 dan t hitung 2,567. Berarti tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,015 < 0,05$) dan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,567 > 2,028094$). Hal ini membuktikan bahwa H_a di terima dan H_o ditolak. Hal ini juga mendukung perumusan hipotesis (H3) bahwa variabel niat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdagang.
 - 4) Hipotesis 4 (H4) adalah mencari variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat berdagang, dilihat dalam tabel 4.13 variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat berdagang adalah ketrampilan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 dan t hitung sebesar 3,381.

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjusted R
1	,574	,538

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Dari tabel 5 diketahui bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 0,538

dilihat dari kolom *Adjusted R Square*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen X1 Kepribadian, X2 Ketrampilan dan X3 Niat yang berpengaruh terhadap variabel dependen Y Minat Berdagang sebesar 53,8% dan sisanya 46,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Penutup

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kepribadian tidak berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar (-0,507) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,651 > 0,05$. Sedangkan ketrampilan berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar (3,381) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,02 > 0,05$ dan Niat berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar (2,567) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat berdagang adalah ketrampilan dengan tingkat signifikansi $0,02 < 0,05$ dan memiliki t hitung 3,381 yang lebih besar dari t tabel 2,028094 ($3,381 > 2,028094$).

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengukur lain agar hasil penelitian lebih luas. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada pasar tradisional yang lain agar memiliki populasi dan sampel yang berbeda.

Daftar Pustaka

Arcynthia, M. L. (2013). *Analisis Pengaruh Kompetensi Terhadap*

Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Bukopin. Universitas Hasanuddin.

Buchari, A. (2013). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Haji Djali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksar.

Hambali, A., & Jaenudin, U. (2013). *Psikologi Kepribadian Lanjutan (Studi atas teori dan tokoh psikologi kepribadian)*. Bandung: Pustaka Setia.

Hanum Risfi Mahanani. (2014). *Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Lingkungan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha*. Universitas Diponegoro Semarang.

Hasanah, M. (2015). Dinamika Kepribadian Menurut Psikologi Islam. *Jurnal Umum Qura*, 6(2), 110–124.

I Wayan Sastrawan. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pantai Penimbangan Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng*. 5(1).

Jane, C., & Rieple, A. (2013). *Assesing Students' Entrepreneurial Skills Development In Live Project*. *Journal Of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 225–241.

- JR, N. F. K., Reily, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models Of Entrepreneurial Intentions. *Journal Of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
- Kirana, K. C., & Purwanto, M. I. (2017). Analisis Faktor Intensi Kewirausahaan Tenaga Kerja Wanita Purna Gunung Kidul Untuk Kemandirian. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(1), 303–324. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2017.v1.i3.2404>
- P Blanchard. (2004). *Effective Training: System, Strategy and Practices*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Pujiastuti, E. E. (2013). Pengaruh Kepribadian dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Usia Dewasa Awal. *Buletin Ekonomi*, 11(1), 1–86.
- Purnamawati, Z. (2009). Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Eprints Undip*.
- Robbins, S., & Judge, T. (n.d.). *Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2011). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention) (Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana , Salatiga). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(2), 124–134.
- Sukmaningrum, S., & Rahardjo, M. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory Of Planned Behavior. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(3), 1–12.
- Sunyoto, Sutjahjanti, A., & Yoserizal, Y. (n.d.). Prospek Pengembangan Pasar Tradisional Di Kecamatan Tumpang Malang. *Jurnal Ilmiah-Vidya*, 25(2), 116–124.
- Yusuf, M., Natsir, S., & Kornelius, Y. (2017). Pengaruh Kepribadian dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tadulako. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 3(3), 299–308.