

**ANALISIS DAMPAK PASAR MODERN TERHADAP
PASAR TRADISIONALDI KECAMATAN
BIRINGKANAYA MAKASSAR**

Skripsi

Untuk memenuhi salah satu persyaratan
mencapai derajat sarjana S-1
Program Studi Manajemen



Oleh:

AHMAD AINUL YAQIN

2017212224

**BISNIS DAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
NOBEL INDONESIA
MAKASSAR
2020**

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

**ANALISIS DAMPAK PASAR MODERN TERHADAP PASAR
TRADISIONAL DI KECAMATAN BIRINGKANAYA
MAKASSAR**

Diajukan oleh

Nama Mahasiswa : Ahmad Ainul Yaqin

NIM : 2017212224

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji Tugas Akhir/Skripsi **STIE Nobel
Indonesia** pada tanggal 17 Maret 2021
dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Akademik

Sarjana Manajemen - SM

Makassar, 08 Juni 2021

Tim Panguji

Katua : Ridwan, S.E.,M.Si 1.

Sekretaris : Nurani, S.Kom., M.T 2.

Anggota : Yuswari Nur, S.E.,M.Si 3.

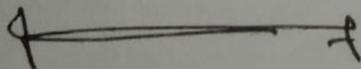
Anggota : Ali Murdhani Ngandoh, S.E., M.Si 4.

Mengesahkan

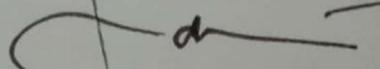
School Of Business

Ketua Jurusan

Wakil Ketua 1
Bidang Akademik



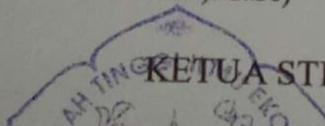
(Dr. Ahmad Firman SE.,M.Si)



(Yuswari Nur SE.,M.Si)

Mengetahui

KETUA STIE Nobel Indonesia Makassar



SURAT PERNYATAAN

Nama : Ahmad Ainul Yaqin
NIM : 2017212224
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Bisnis dan Perdagangan Internasional
Judul : Analisis Dampak Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Di
Kecamatan Biringkinaya Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Makassar, Maret 2021

Yang menyatakan



ABSTRAK

Ahmad Ainul Yaqin. 2021. Analisis Dampak Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional di Kecamatan Biringkanaya, dibimbing oleh Ridwan dan Nurani.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pasar modern terhadap pasar tradisional di kecamatan Biringkanaya.

Penelitian ini diperoleh dari wawancara serta kuisioner dan beberapa wawancara dengan mengambil 60 responden dari pedagang pasar tradisional dan 20 responden dari konsumen yang berkaitan dengan jumlah pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja sebelum dan setelah adanya pasar modern. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS yang mana menggunakan Uji Chi Square.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja sebelum dan setelah adanya pasar modern. Jumlah pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja pada pedagang pasar tradisional mengalami penurunan setelah adanya pasar modern

Kata Kunci: Pasar, Perbedaan Pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja



ABSTRACT

Ahmad Ainul Yaqin. 2021. *Analysis of the Impact of Modern Markets toward Traditional Markets in Biringkanaya District, supervised by Ridwan and Nurani.*

This study aims to analyze the impact of modern markets on traditional markets in Biringkanaya sub-district.

This research was obtained from interviews as well as questionnaires and several interviews by taking 60 respondents from traditional market traders and 20 respondents from consumers related to the amount of income, the number of customers, and the number of workers before and after the existence of modern markets. Analysis of the data in this study using SPSS which uses the Chi Square Test.

The results of this study indicate that there are differences in income, the number of customers, and the number of workers before and after the existence of a modern market. The amount of income, the number of customers, and the number of workers in traditional market traders have decreased after the existence of modern markets

Keywords: *Market, Income Difference, number of customers, and number of workers*



ABSTRAK

Ahmad Ainul Yaqin. 2021. Analisis Dampak Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional di Kecamatan Biringkanaya, dibimbing oleh Ridwan dan Nurani.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pasar modern terhadap pasar tradisional di kecamatan Biringkanaya. Penelitian ini diperoleh dari wawancara serta kuisioner dan beberapa wawancara dengan mengambil 60 responden dari pedagang pasar tradisional dan 20 responden dari konsumen yang berkaitan dengan jumlah pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja sebelum dan setelah adanya pasar modern. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS yang mana menggunakan Uji Chi Square. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja sebelum dan setelah adanya pasar modern.

Jumlah pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja pada pedagang pasar tradisional mengalami penurunan setelah adanya pasar modern

Kata Kunci : Pasar, Perbedaan Pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja

ABSTRACT

Ahmad Ainul Yaqin. 2021. Analysis of the Impact of Modern Markets toward Traditional Markets in Biringkanaya District, supervised by Ridwan and Nurani.

This study aims to analyze the impact of modern markets on traditional markets in Biringkanaya sub-district. This research was obtained from interviews as well as questionnaires and several interviews by taking 60 respondents from traditional market traders and 20 respondents from consumers related to the amount of income, the number of customers, and the number of workers before and after the existence of modern markets. Analysis of the data in this study using SPSS which uses the Chi Square Test. The results of this study indicate that there are differences in income, the number of customers, and the number of workers before and after the existence of a modern market.

The amount of income, the number of customers, and the number of workers in traditional market traders have decreased after the existence of modern markets

Keywords: Market, Income Difference, number of customers, and number of workers

MOTTO

Allah akan meninggikan
orang-orang yang beriman
diantaramu dan orang-orang
yang diberi ilmu pengetahuan
beberapa derajat.

(Q.S. Al-Mujadalah ayat 11)

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunianya maka skripsi ini dapat selesai dan atas dukungan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan rasa syukur tiada henti, skripsi ini kupersembahkan untuk:

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Zaeni

Rukiah

Adik-adikku tersayang

Afif Ahyadi

Aslam Haidar

Aiman Hafidz

Dewi Putri Abbas

Sahabat dan Teman-teman Terbaikku

Kelompok KKN Malakaji

Irda

Rahmat

Ade

Sirma

Seluruh dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmunya dengan tulus

Almamater yang kubanggakan

STIE NOBEL INDONESIA MAKASSAR

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Dampak Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Di Kecamatan Biringkanaya”** ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan shalawat serta salam, semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk kepada umatnya. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar sarjana manajemen (S.M) pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menemui banyak kendala. Oleh karena itu melalui kesempatan ini, penulis ingin menghaturkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mashur Razak, SE.,M.Si selaku Ketua STIE Nobel Indonesia yang telah memberikan persetujuan untuk mengadakan penelitian
2. Bapak Dr. Ahmad Firman, SE.,M.Si selaku Wakil Ketua Satu Bidang Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan bagi penulis
3. Bapak Yuswari Nur, SE.,Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah membantu mempercepat legitimasi penelitian ini
4. Bapak Ridwan, SE.,Msi selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Nurani, S.Kom.,M.T selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan masukan

dan arahan serta perhatian yang khusus sehingga peneliti lebih terarah dalam menyelesaikan skripsi.

5. Bapak Yuswari Nur, SE.,Msi dan Bapak Ali Murdhani Ngandoh, SE., M.Si selaku penguji
6. Bapak/Ibu dosen yang telah begitu tulus membekali penulis dengan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga selama proses perkuliahan dari awal hingga akhir.
7. Ayahanda tercinta Zaeni dan Ibunda tersayang Rukiah, serta saudara-saudaraku Afif Ahyadi, Aslam Haidar, dan Aiman Hafidz.

Penulis Menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Makassar, Maret 2021

DAFTAR ISI

Halaman Judul	1
Halaman Pengesahan	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II	8
2.1 Pasar	8
2.2 Pasar modern.....	10
2.3 Jenis-jenis Pasar Modern	12
2.4 Pasar tradisional	14
2.7 Tenaga Kerja.....	22
2.8 Penelitian terdahulu	22
2.9 Hipotesis	27
BAB III	29
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30

3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.5 Metode Analisis Data	32
3.6 Uji Statistik	32
3.7 Batasan Variabel dan Definisi	34
BAB IV Hasil Dan Pembahasan	35
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	36
4.2 Dampak Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional	38
4.3 Analisis Statistik	43
4.4 Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Pasar Modern.....	47
BAB V Penutup	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR GAMBAR

No Uraian

2.1 Kerangka Pikir29

DAFTAR TABEL

No Uraian

2.1	Perbedaan Karakteristik Anantara Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern	17
2.1	Penelitian Terdahulu	24
4.1	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Di Kecamatan Biringkanaya Dirinci Dalam Tiap Kelurahan Tahun 2017-2018.....	37
4.2	Perbedaan Jumlah Pendapatan, Pelanggan, Tenaga Kerja Dari Pedagang Pasar Tradisional Sebelum Dan Setelah Adanya Pasar Modern	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak abad yang lalu persaingan dalam industri ritel telah melanda negara-negara maju seperti, Amerika Serikat dan Eropa Barat. Persaingan terjadi terutama antara usaha ritel tradisional dan usaha ritel modern. Namun dalam beberapa dekade terakhir persaingan tersebut telah meluas ke negara-negara berkembang seperti korea selatan, taiwan, meksiko, dan hongaria. Di Indonesia sendiri pasar modern sudah ada sejak 1970-an namun masih terbatas di kota-kota besar. Sementara untuk di kota makassar sendiri yang merupakan salah satu pusat perdagangan pribumi yang ada di pulau sulawesi juga tidak dapat terhindarkan oleh kemodernan. Pada awal abad 20, kota makassar mengalami transformasi kemodernan sama halnya yang terjadi di kota-kota besar yang ada di Indonesia. Dengan adanya pengaruh dari luar tersebut membuat pasar modern berkembang dengan pesat dan menjadi saingan pasar tradisional.

Pasar merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang juga ikut menunjang kelangsungan hidup manusia. Bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya pembeli dan penjual tetapi juga tempat berinteraksi sosial.

Pada dasarnya masyarakat mengenal dua jenis pasar, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang di tandai dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung. Pasar tradisional biasanya menjual keebutuhan pokok

sehari-hari seperti bahan-bahan makanan pokok berupa beras, ikan, sayur, buah-buahan, telur, daging, pakaian, elektronik, dan jasa dan lain-lain. Pasar tradisional masih banyak ditemukan di Indonesia dan umumnya terletak dekat dari pemukiman warga agar mudah dijangkau oleh masyarakat. Pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern. Umumnya terletak di perkotaan sebagai penyedia barang dan jasa yang mutu dan pelayanan yang baik ke konsumen. Pasar modern menyediakan beragam variasi barang. Selain barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang-barang impor. Barang-barang yang dijual oleh pasar modern merupakan barang yang mempunyai kualitas relatif lebih terjamin dan bermutu. Secara kuantitas, pasar modern mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern mempunyai label harga yang tercantum pada produk yang dijual. Pasar modern juga menawarkan layanan yang sangat baik, dengan fokus pada keramahan, kerapian, dan fasilitas termasuk AC. (Fadhilah, 2011).

Contoh keberadaan pasar konvensional dan baru sebagai bagian dari perekonomian yang terbuka sempurna dapat diambil dari penjelasan pasar. Pasar tradisional berangsur-angsur tergantikan dengan keberadaan pasar baru seiring dengan perkembangan zaman. Konsumen di suatu daerah, misalnya, memiliki dua pilihan untuk membeli barang yang mereka butuhkan: pasar tradisional atau pasar modern. Kedua pasar hanya terpisah jarak yang cukup dekat. Layanan yang ditawarkan sama. (Prasetyo, 2013).

Intinya, pasar tradisional dan pasar modern masing-masing memiliki keunggulan tersendiri dalam hal segmentasi pasar. Pasar tradisional juga memiliki

mekanisme negosiasi antara penjual dan pembeli, yang sulit dilakukan di pasar modern karena harga ditetapkan dengan price tag. Salah satu keunggulan pasar baru dibandingkan pasar konvensional adalah peluang untuk bekerja dengan pemasok besar yang dapat meningkatkan produktivitas melalui skala ekonomi..

Keberadaan pasar modern lebih banyak dicari dan dikunjungi oleh konsumen dibandingkan dengan pasar tradisional karena lebih unggul dari segi marketing mix, yaitu product, price, place, dan promotion.

Pertama, dalam hal barang, pasar konvensional dan modern menyediakan produk yang hampir identik; akan tetapi, pasar produk modern menyediakan pilihan produk yang lebih banyak, struktur produk yang lebih teratur, dan, tentu saja, memudahkan pelanggan untuk memperoleh informasi dan membeli barang yang mereka butuhkan. Kualitas produk pasar modern bahkan lebih terjamin daripada pasar konvensional karena pasar modern akan sering meningkatkan kualitas produk untuk menjaga citra merek konsumennya.

Pasar modern lebih mahal dari pasar konvensional dalam hal harga. Meskipun demikian, pelanggan tetap berbelanja di pasar modern karena mereka memberikan harga yang lebih menarik, potongan harga / diskon reguler, dan berbagai perkembangan unik lainnya yang tidak ditemukan di pasar konvensional..

Kemudian dalam segi tempat, pasar modern memberikan kondisi dan fasilitas yang benar-benar maksimal kepada para konsumen. Tempat yang digunakan pasar modern seringkali berada di tengah-tengah perkotaan yang sangat strategis dalam kehidupan masyarakat. Bangunan yang dibuat dibangun dengan sangat

baik, kondisinya bersih dan fasilitasnya juga sangat lengkap yang menunjang konsumen untuk berbelanja, misalnya: troly, tas berbelanja, keranjang belanja, pendingin udara serta tempat parkir yang luas, dll.

Sementara dari segi promosi, pasar modern lebih unggul dibanding pasar tradisional. Brosur merek, promosi berhadiah, diskon, kemasan yang menarik, dan dukungan ramah serta fasilitas di tempat hanyalah sebagian dari taktik yang digunakan. Konsumen di pasar modern benar-benar dibawa dan dimanjakan dengan segala hal demi kenyamanan dan kepuasan berbelanja..

Walaupun begitu tidak semua konsumen berpindah ke pasar modern. Masih ada konsumen yang tetap setia berbelanja di pasar tradisional. Memang harus diakui bahwa pasar tradisional sangat susah jika harus bersaing dengan pasar modern. Namun bagi sebagian konsumen, pasar tradisional masih memiliki daya pikat tersendiri yang membuat mereka masih berbelanja di pasar tradisional.

Konsumen masih dapat bernegosiasi di pasar konvensional, menunjukkan hubungan yang jelas antara penjual dan pembeli saat membeli suatu barang. Dibandingkan dengan pasar modern yang harga barangnya ditetapkan dan tidak ada kontak antara penjual dan pembeli, pasar tradisional tidak memiliki batasan seperti itu..

Keberadaan pasar modern menimbulkan dampak ekonomi secara langsung kepada para pedagang pasar tradisional dikarenakan jarak antara pasar modern dan pasar tradisional bisa dikatakan tidak terlalu jauh yang membuat pengunjung lebih sering berbelanja di pasar modern.

Sama yang terjadi di kota makassar khususnya di kecamatan biringkanaya, terdapat beberapa pasar modern yang berdiri sangat dekat dengan pasar tradisional, serta perubahan pola berbelanja masyarakat tentu akan berpengaruh terhadap pendapatan, jumlah pelanggan dan jumlah tenaga kerja pedagang pasar tradisional terutama yang menjual barang sejenis dengan yang ada di pasar modern.

Berdasarkan fenomena yang telah terjadi di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Dampak Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional di Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang peneliti diatas, permasalahan yang diangkat adalah:

1. Apakah ada perbedaan pendapatan pedagang tradisional kecamatan biringkanaya kota makassar setelah muncul nya pasar modern?
2. Apakah ada perbedaan jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional kecamatan biringkanaya kota makassar setelah munculnya pasar modern?
3. Apakah ada perbedaan jumlah tenaga tenaga kerja pedagang pasar tradisional kecamatan biringkanaya kota makassar setelah munculnya pasar modern?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidak perbedaan pendapatan, jumlah pelanggan, jumlah tenaga kerja pedagang tradisional setelah munculnya pasar modern.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat di peroleh dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memprediksi pengaruh pertumbuhan pasar modern di Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar, serta menjadi faktor dalam perkembangan pasar tradisional di wilayah tersebut. Kecamatan Biringkanaya kota Makassar.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemerintah kecamatan biringkanaya kota makassar setempat maupun pihak-pihak yang terikat untuk menentukan kebijakan pengembangan pasar tradisional
3. Diharapkan penelitian ini menjadi referensi bagi masyarakat agar lebih bijaksana dalam memilih atau melakukan perbelanjaan. Karena pasar tradisional tidak akan bertahan tanpa adanya dukungan dari masyarakat dengan cara berbelanja di pasar tradisional.
4. sebagai cara untuk mempraktikkan berbagai ide yang dipelajari di perguruan tinggi hingga memasuki dunia kerja yang nyata, memperoleh pengetahuan dan pelatihan dalam memecahkan masalah yang muncul di masyarakat.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan berisi tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka terdiri dari teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan tempat dan waktu penelitian, metode pengambilan data, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode analisis data dan definisi operasional.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, dan menjelaskan temuan penelitian, termasuk definisi, variabel penelitian, dan pembahasan temuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan penutup dimana penulis memberikan beberapa kesimpulan dan saran sebagai sumbangan pemikiran sebatas kemampuan dari penulis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pasar

Pasar yang juga dikenal sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mal, plaza, pusat perdagangan, atau sebutan lainnya, merupakan tempat di mana produk dijual dan dibeli dalam jumlah banyak. Pasar tradisional adalah yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah, serta kerjasama dengan pihak swasta dengan tempat usaha berupa pertokoan, kios, kios. , dan tenda yang dimiliki / dikelola oleh pedagang kecil, menengah, lembaga swadaya masyarakat, atau koperasi usaha kecil. (Peraturan Presiden RI, 2007:112)

Pasar, dalam arti luas, adalah tempat berkumpulnya pembeli dan penjual tempat barang, jasa, atau barang diperdagangkan. Tingkat harga barang dan jasa yang diperdagangkan biasanya akan muncul sebagai indikator kemauan dalam berdagang. Dalam konteks perekonomian pasar menurut W.J Stanton (dalam Waluyo, 2011) adalah sekelompok orang yang memiliki kesempatan dan kemampuan mengeluarkan uang untuk memenuhi kebutuhan belanja (disposable income). Penjual, konsumen, dan produk adalah tiga item yang tidak dapat dibedakan di pasar. Transaksi jual beli terjadi saat penjual dan pembeli bertemu. Namun, ini tidak berarti bahwa setiap orang yang bergabung dengan pasar membeli barang; beberapa orang datang hanya untuk bersenang-senang atau untuk bertemu seseorang untuk detail tertentu. Pendekatan ini merupakan pertemuan sosial dan metode. Hasilnya, pasar

berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi, sekaligus tempat hiburan, acara sosial, dan pertukaran pengetahuan.

Pasar merupakan hub ekonomi, pusat penjualan hasil pertanian, dan pusat pemukiman penduduk dataran tinggi dalam radius 5 juta jiwa atau lebih, tergantung lokasi desa yang ada. Pasar adalah mekanisme yang dapat menyerap dan memasok semua hasil dan kebutuhan masyarakat. Jika Anda perhatikan, Anda akan melihat bahwa kehadiran pedagang dan petani di pasar semata-mata untuk tujuan menerima saran guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Bagi pedagang, selisih antara harga jual setiap unit produk dan harga surplus adalah keuntungan yang didapat dari perdagangan. Pasar sebagai tempat rekreasi. Kebutuhan individu tidak terbatas pada mereka yang tinggal di kota; mereka bisa ada dimana saja. Suasana hati, tindakan, dan perilaku orang-orang di pasar mengungkapkan bahwa satu-satunya tujuan pasar adalah untuk bersantai. Tujuan tersebut terkait dengan pasar harian dan pasar mingguan, yang terjadi hanya sekali seminggu. Pasar adalah salah satu yang menjadi incaran kawasan rekreasi di pedesaan karena jarang dikunjungi oleh banyak orang. Orang-orang pergi ke pasar untuk bersantai karena berbagai alasan, termasuk fakta bahwa mereka didorong untuk bekerja di desa dan bahwa hanya ada sedikit waktu luang untuk istirahat kecuali pada acara-acara khusus seperti pernikahan dan perayaan lainnya. (Waluyo, 2011). Pasar adalah mekanisme yang dapat menyerap dan memasok semua hasil dan kebutuhan masyarakat.

Pasar merupakan tempat bertemunya masyarakat untuk bersosialisasi dan berbagi ilmu. Informasi dapat dipertukarkan di antara pengunjung. Pengunjung pasar datang dari berbagai kalangan. Bertemu wisatawan berdampak positif, di balik

berbagai aspirasi mereka, mereka bisa bertemu dengan seseorang dari desa tetangga, baik yang memiliki ikatan kekeluargaan maupun yang tidak ada sama sekali. Pedagang dalam kelompok bertukar informasi tentang fluktuasi harga, masalah kredit bank, penjualan pertanian, dan kebijakan perdagangan pemerintah. Akibatnya, tidak mengherankan jika pasar berfungsi sebagai pertemuan sosial serta platform yang berguna untuk menyebarkan informasi. Selain hal di atas juga terdapat poster, baik tentang kegiatan sesuatu, baik reklame film, dan lain sebagainya. (Waluyo, 2011).

2.2 Pasar modern

Di Indonesia, pasar modern muncul pada tahun 1970-an, tetapi tetap terkonsentrasi di kota-kota besar. Namun, sejak tahun 1998, pertumbuhan pasar modern meningkat seiring dengan masuknya modal internasional ke sektor ritel. Untuk mencari konsumen, pasar modern berkembang menjadi kota-kota kecil. Karena sektor konsumen baru adalah industri ritel, maka dapat juga disebut sebagai ritel modern atau toko modern.

Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Toko modern diartikan sebagai toko dengan sistem pelayanan mandiri yang menjual berbagai jenis produk secara eceran berupa Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket, atau grosir dalam bentuk pemukiman, sesuai dengan Pedoman Penataan dan Pembinaan. Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

Barang yang dijual di pasar saat ini tersedia dalam berbagai variasi. Pasar modern juga menjual produk manufaktur selain barang lokal. Barang yang dijual memiliki tingkat jaminan kualitas yang lebih tinggi karena melalui proses pemeriksaan yang ketat sebelum dijual, sehingga produk yang tidak memenuhi kriteria akan ditolak. Pasar industri memiliki persediaan komoditas yang dapat diukur di gudang dalam hal kuantitas. Pasar modern memiliki label harga yang pasti dalam hal harga (terdaftar sebelum dan sesudah pajak).

Sedangkan menurut Dewi Sukmaberpendapat bahwa Pembeli melihat label harga yang tertera pada produk (barcode), berada di dalam gedung, dan pengoperasiannya dilakukan secara terpisah atau dilayani oleh pramuniaga di pasar modern.

Dari kedua uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pasar modern adalah tempat dimana aktivitas jual beli terjadi tanpa adanya kegiatan tawar-menawar. Yang ditandai dengan barang yang sudah diberi label harga dan barcode.

Adapun ciri-ciri yang dimiliki oleh pasar modern sebagai berikut:

1. Tidak ada transaksi tatap muka antara penjual dan pembeli.
2. Harga sudah ditetapkan, jadi tidak ada tempat untuk tawar-menawar.
3. Pasar modern biasanya rapi, luas, dan nyaman, dengan berbagai pilihan.
4. Layanan yang ditawarkan sopan dan efisien agar tidak mengecewakan pelanggan.

5. Gunakan antarmuka yang bersih dan terorganisir dengan baik untuk memudahkan pelanggan menemukan hal-hal yang mereka cari berdasarkan kategori.
6. Ada staf yang tersedia untuk membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan dengan produk yang mereka butuhkan.
7. Transaksi diselesaikan di meja kasir.

2.3 Jenis-jenis Pasar Modern

Menurut Sopiah (2008:50) Pasar modern sudah berkembang begitu pesat, berikut ini jenis-jenis pasar modern:

1. Department store

Department store, juga dikenal sebagai toko serba ada, adalah toko eceran yang menjual berbagai macam produk dan diatur ke dalam kategori produk seperti furnitur, mainan, barang rumah, dan barang olahraga.

2. Supermarket

Supermarket merupakan bentuk figur retail dengan operasi yang cukup luas, biaya rendah, margin rendah, volume penjualan tinggi, jalur produksi yang dikelompokkan, dan tempat tidur swalayan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

3. Minimarket

Minimarket adalah supermarket yang lebih kecil dari supermarket dan hypermarket dalam hal ukuran toko dan jumlah produk yang dijual, dengan minimarket menjual antara 3000-5000 item yang berbeda.

4. Hypermarket

Hypermarket adalah pasar swalayan terbesar baik dari ukuran fisik bangunan maupun jumlah barang yang dijual. Barang yang dijual di atas 15000 macam barang dagangan yang dijual.

Perbedaan karakteristik minimarket, supermarket, hypermarket, departement store dan perkulakan menurut Perpres No. 112 tahun 2007 juga disebutkan batasan luas bangunan:

1. Minimarket, luas lantai kurang dari 400 m²
2. Supermarket, 400 m² sampai dengan 5.000 m²
3. Hypermarket, lebih lantai dari 5.000 m²
4. Departement store, luas lantai lebih dari 400 m² .

Menurut Sopiah (2008:53) Keunggulan dan kelemahan pasar modern antara lain sebagai berikut:

1. Keunggulan pasar modern

Keunggulan pasar modern sebagai berikut:

- 1.) Pasar modern memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan aman dengan jam operasi yang lebih lama, serta berbagai pilihan pembayaran seperti uang tunai dan kartu kredit.
- 2.) Barang yang dijual beragam; Selain menjual produk lokal, pasar modern juga menjual barang-barang manufaktur.
- 3.) Produk yang dijual memiliki tingkat jaminan kualitas yang lebih tinggi karena melalui proses seleksi yang ketat sehingga menghilangkan barang yang tidak memenuhi spesifikasi.

4.) Perekonomian modern memiliki pasokan komoditas yang terukur dari segi kuantitas.

5.) Praktisi dengan teknik strategi pemasaran yang kuat sering menavigasi pasar modern.

2. Kelemahan pasar modern

Kelemahan pasar modern antara lain sebagai berikut:

1.) Proses jual beli dimana pelanggan tidak dapat melakukan tawar-menawar atas harga barang yang ingin mereka beli karena harga sudah ditentukan.

2.) Di pasar modern, penjual dan pelanggan tidak berinteraksi secara langsung; sebagai gantinya, pembeli melihat label harga yang ditampilkan pada kode batang, ada di gedung, dan layanan tersebut dapat disediakan sendiri atau disediakan oleh karyawan toko.

2.4 Pasar tradisional

Pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 Pasar tradisional menurut definisi adalah pasar yang dikembangkan dan dioperasikan oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan badan usaha milik daerah, serta kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha seperti toko, kios, warung, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil. lembaga swadaya masyarakat atau koperasi menengah dengan usaha kecil, sumber daya terbatas, dan mekanisme negosiasi jual beli barang.

Berdasarkan uraian diatas, pasar tradisional adalah suatu pasar yang didalamnya terjadi sebuah transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli seperti proses tawar menawar serta bangunan yang seadanya yang telah disediakan oleh pemerintah, tidak sama dengan pasar modern yang didirikan oleh orang-orang yang memiliki saham dan modal yang besar sehingga dapat membangun pasar modern dengan fasilitas yang lengkap dan baik. Pasar tradisional sering dijumpai di setiap daerah, tidak memandang apakah itu daerah perkotaan ataupun daerah pedesaan. Pasar tradisional menjual berbagai macam kebutuhan, mulai dari makanan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, elektronik, dan lain sebagainya.

Menurut Sopiah (2008:123) Ciri-ciri pasar tradisional antara lain sebagai berikut:

1. Memperjualbelikan barang/jasa kebutuhan sehari-hari secara eceran
2. Melibatkan banyak pedagang eceran berskala kecil
3. Bangunan dan fasilitas pasarnya relatif sederhana
4. Pemilikan dan pengelolaan umumnya dilakukan oleh pemerintah daerah.

Pasar tradisional juga memiliki keunggulan dan kelemahan, diantaranya adalah sebagai berikut:

Keunggulan pasar tradisional antara lain sebagai berikut:

1. Banyak pembeli datang untuk membeli kebutuhan sehari-hari seperti daging, sayur-sayuran, ikan dan lain sebagainya
2. Untuk kualitas barang tidak kalah dengan pasar modern

3. Harganya lebih murah jika dibandingkan dengan pasar modern
4. Memungkinkan pembeli untuk dapat menawar harga barang sehingga mencapai kesepakatan dengan pedagang.

Kelemahan pasar tradisional antara lain sebagai berikut:

1. Tempat yang kurang teratur dan kurang bersih
2. Bau yang tak sedap
3. Pembagian wilayah kategori barang dagangan yang kurang jelas
4. Banyak tokoh yang menaruh barang dagangan sampai keluar toko sehingga membuat gang yang menjadi lalu lalang para pembeli menjadi lebih sempit dan lain sebagainya.

Tabel 2.1 Perbedaan karakteristik antara pasar tradisional dengan pasar modern

No	Aspek	Pasar tradisional	Pasar modern
1	Histori	Evolusi panjang	Fenomena baru
2	Fisik	Kurang baik, sebagian baik	Baik dan mewah
3	Pemilikan / kelembagaan	Milik masyarakat/desa, pemda, sedikit swasta	Umumnya perorang/swasta
4	Modal	Modal lemah/subsidi/swadya masyarakat/inpres	Modal kuat/digerakkan oleh swasta
5	konsumen	Golongan menengah kebawah	Umumnya golongan menengah ke atas

6	Metode pembayaran	Ciri dilayani, tawar-menawar	Ada ciri swalayan, pasti
7	Status tanah	Tanah negara, sedikit sekali swasta	Tanah swasta/perorangan
8	Pembiayaan	Kadang-kadang ada subsidi	Tidak ada subsidi
9	Pembangunan	Umumnya pembangunan dilakukan oleh pemda/desa/masyarakat	Pembangunan fisik umumnya dilakukan oleh swasta
10	Pedagang yang masuk	Beragam, massal, dari sektor informal sampai pedagang menengah dan besar	Pemilik modal juga pedagangnya(tunggal) atau beberapa pedagang formal skala menengah dan besar
11	Partisipasi	Bersifat massal(pedagang kecil, menengah, dan bahkan besar)	Terbatas, umumnya pedagang tunggal, dan menengah keatas
12	Jaringan	Pasar regional, pasar kota, pasar kawasan	Sistem rantai korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luar negeri(manajemen tersentralisasi

Sumber: CESS (1998)

2.5 Pendapatan

1. Pengertian pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja(usaha dan sebagainya). Jumlah kebutuhan dan keinginan tidak terbatas; namun, jumlah pendapatan yang diterima seseorang membatasi kebutuhan dan keinginan ini. Karena berbagai bentuk pekerjaan yang dilakukan, pendapatan masyarakat sangat bervariasi. Tingkat pendidikan, keahlian, dan pengalaman kerja semuanya berkontribusi pada perbedaan gaji. Uang yang mereka peroleh dapat digunakan untuk menghitung indikator kesejahteraan masyarakat.

Menurut Soemarso S.R (2015:54) Kenaikan modal karena penjualan barang perusahaan disebut pendapatan. Pengirim, penyedia layanan, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau inti perusahaan menghasilkan arus masuk aset atau perubahan lain dalam penyelesaian aset atau liabilitas entitas (atau kombinasi keduanya).

Salah satu faktor yang menentukan terbentuk atau tidaknya suatu daerah adalah jumlah pendapatannya. Jika pendapatan suatu daerah rendah, dapat diasumsikan bahwa kemajuan dan perawatan kesehatan juga akan rendah. Konsumsi berlebih akan disimpan di bank dengan tujuan disiapkan jika kemajuan di bidang pendidikan, manufaktur, dan bidang lain berdampak pada jumlah tabungan masyarakat. Begitu pula jika rata-rata pendapatan rumah tangga di suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut juga relatif tinggi.

Berdasarkan uraian di atas, pendapatan dapat digambarkan sebagai arus kas masuk yang dihasilkan oleh operasi normal perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa, yang mengakibatkan peningkatan aset dan penurunan kewajiban.

2. Karakteristik pendapatan

Meskipun jenis pendapatan setiap perusahaan berbeda-beda, namun dari sudut pandang akuntansi, semua pendapatan diawali dengan kelompok pendapatan yang berasal dari penjualan produk jadi dan diakhiri dengan kelompok pendapatan yang berasal dari penjualan jasa, yang memiliki karakter yang sama dalam usahanya. rekaman. Karakteristik pendapatan mengacu pada pendapatan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan atau kegiatan utama perusahaan dalam mengejar keuntungan. Pendapatan berulang atau berkelanjutan, dan operasi ini berada di bawah kendali manajemen. Ada dua tipe orang dalam kategori pendapatan:

- 1.) Setiap perubahan saldo harus diperhatikan di sisi kredit. Entri terkait kredit apa pun akan ditambahkan ke saldo pendapatan.
- 2.) Setiap pengurangan saldo harus diperhatikan di sisi debit. Pencatatan apa pun di sisi debit mengurangi saldo pendapatan.

3. Jenis-jenis pendapatan

Faktanya, unsur-unsur laporan laba rugi terbagi menjadi dua kategori: pendapatan atau pendapatan yang diperoleh dari bisnis utama perusahaan (bisnis utama) dan pendapatan atau pendapatan yang berasal dari sumber selain bisnis utama perusahaan (bisnis sampingan). (Kasmir,2012:46)

4. Sumber pendapatan

Karena penghasilan seseorang dapat digunakan untuk menentukan tingkat dukungannya, penghasilan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara rutin, serta jumlah yang telah dihitung, keduanya merupakan sumber pendapatan masyarakat. Sektor informal terdiri dari orang-orang yang mendapatkan uang selain pekerjaan tetapnya, seperti pedagang, pengrajin, buruh, dan lain-lain. Sektor subsisten digambarkan sebagai pendapatan yang diperoleh dari hasil suatu perusahaan, seperti tanaman, ternak, pengiriman, dan pemberian dari orang lain.

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan

Menurut Mulyadi (2010:4) Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan perusahaan:

- a. Kondisi dan kemampuan menjual
- b. Kondisi pasar
- c. Modal
- d. Kondisi operasional perusahaan

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan:

- a. Produk

Salah satu tanggung jawab utama manajemen penjualan adalah desain produk, yang memerlukan rekomendasi untuk perubahan desain produk sebagai akibat dari keluhan konsumen.

b. Harga

Jumlah uang yang akan dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan produk sebagai akibat dari keluhan pelanggan.

c. Distribusi

Perantara barang dari produsen ke konsumen, semakin luas pendistribusiannya maka akan mempengaruhi penjualan.

d. Promosi

Promosi aktivitas perusahaan dengan tujuan utama mendidik, membujuk, dan mengingatkan pelanggan untuk memilih program perusahaan.

2.6 Pelanggan

Pelanggan adalah seseorang yang membeli produk dari pedagang yang sama beberapa kali.

Sedangkan menurut Gasperz dalam Laksana (2008:10) Ada tiga cara untuk memahami pelanggan:

1. Klien internal

Adalah orang yang bekerja dalam bisnis dan berdampak pada pekerjaan kita atau kesuksesan perusahaan.

2. Konsumen di tengah

Apakah mereka yang bekerja atau bertindak sebagai perantara produk bukan pengguna akhir?

3. Pelanggan dari luar perusahaan

Pembeli atau pengguna akhir produk sering disebut sebagai "konsumen sejati".

2.7 Tenaga Kerja

Seseorang yang dapat melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan penjualan barang dari pedagang, baik dalam melayani pelanggan maupun mengatur barang, disebut sebagai tenaga kerja.

Menurut Mulyadi (2003: 59) tenaga kerja diartikan sebagai penduduk usia kerja (15-65 tahun) atau jumlah penduduk suatu negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada kebutuhan akan tenaga kerja dan bila mereka mau. lakukan itu..

2.8 Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil
1	Fatmawati (2014)	Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar	Sebelum dan sesudah ekonomi modern, terdapat variasi dalam jumlah konsumen, upah, dan tenaga

		Tradisional Di Kabupaten Maros	kerja. Kecuali untuk pedagang campuran / grosir dan pedagang sandal / sepatu, jumlah pembeli, pengupahan, dan tenaga kerja untuk semua jenis pedagang mengalami penurunan sejak munculnya pasar modern.
2	Endi Sarwoko (2009)	Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional	Output pasar tradisional menunjukkan bahwa omset pedagang meningkat dalam beberapa tahun terakhir (setelah berdirinya peritel modern), sedangkan keuntungan menurun. Hal ini mengindikasikan bahwa kehadiran peritel modern berdampak pada meningkatnya persaingan untuk mendapatkan pelanggan sehingga menyebabkan pedagang

			<p>pasar tradisional berusaha untuk meminimalisir margin.</p> <p>Keuntungan dari proses negosiasi. Akibatnya, meski terjadi peningkatan omset riil, keuntungan dan penurunan secara keseluruhan. Hasil uji beda menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan omzet dan keuntungan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern.</p>
3	Morley Saragih (2017)	Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Ritel Pasar Tradisional Di Condong Catur Kecamatan Depok Sleman	<p>Para pedagang Pasar Tradisional Condong Catur di Kecamatan Depok, Sleman, terimbas dengan hadirnya pasar modern. Seperti yang bisa dicermati, sebelum dan sesudah adanya ekonomi modern, terjadi penurunan pendapatan, penjualan, dan rata-rata jumlah pelanggan</p>

			<p>setiap hari. Karena adanya pasar modern, pedagang tidak memiliki rencana yang jelas dalam merespon penurunan pendapatan, penjualan, dan jumlah pelanggan. Karena masalah pasar internal seperti kotoran, permukiman kumuh, dan lumpur, pengaruh pasar modern terhadap pasar konvensional tampak seperti catur. Situasi ritel yang tidak menguntungkan ini menguntungkan pasar modern yang menawarkan kemudahan berbelanja.</p>
4	Lukman Abdul Rahman (2019)	Analisis Pengaruh Pasar Modern Terhadap Omzet Pedagang Pasar Tradisional	Variabel penjualan pasar modern berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet pedagang tradisional, sedangkan variabel lokasi pasar modern berpengaruh

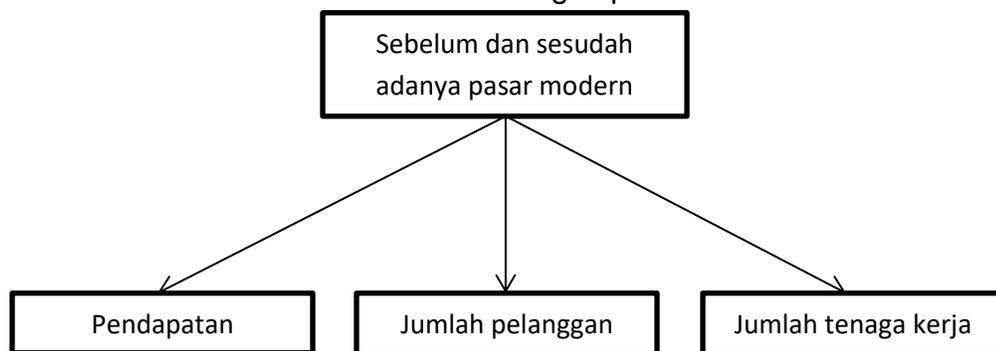
			positif signifikan terhadap omzet pedagang tradisional dan variabel kualitas produk pasar modern berpengaruh positif signifikan terhadap omzet pedagan tradisional
5	Eka Yuliasih (2013)	Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Waserda Dan Pedagang Pasar Tradisional Di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen	Undang-undang pemerintah yang mengatur ekonomi modern tidak dilaksanakan dengan baik. Peritel Waserda dan pedagang pasar tradisional memiliki perasaan negatif yang kuat terhadap kehidupan pasar modern. Kemunculan pasar modern berdampak negatif terhadap penjualan usaha retail waserda, keuntungan, dan jumlah pelanggan, serta pedagang pasar tradisional. Upaya para pedagang pasar tradisional dan pedagang waserda agar usahanya tetap

			bertahan. usahanya sangat minim, misalnya hanya dengan menurunkan harga jual beberapa jenis barang
--	--	--	--

2.8 Kerangka pikir

Dalam penelitian ini, penulis mencoba mengklarifikasikan dampak pasar modern terhadap pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar modern.

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran



2.9 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah hipotesis yang dikemukakan oleh penulis adalah:

H1: Diduga bahwa keberadaan pasar modern berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di kecamatan Biringkanaya kota Makassar

H2: Diduga bahwa keberadaan pasar modern berpengaruh terhadap jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional di kecamatan Biringkanaya kota Makassar

H3: Diduga bahwa keberadaan pasar modern berpengaruh terhadap jumlah tenaga kerja pedagang pasar tradisional di kecamatan Biringkanaya kota Makassar

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pasar-pasar tradisional yang berada di kecamatan Biringkanaya kota Makassar yaitu pasar daya dan pasar mandai, dengan perencanaan waktu selama satu bulan masa penelitian.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar-pasar tradisional di Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar.

b. Sampel

Dalam analisis ini, sampel diperoleh melalui proses pengambilan sampel accidental sampling yaitu pengambilan sampel secara acak. Terdapat 60 responden dari pedagang pasar tradisional yaitu pedagang yang menjual produk serupa dan terkait dengan pasar modern di sekitar Pasar Daya, Pasar Mandai, serta 20 responden dari konsumen yang tinggal di sekitar pasar modern dan pasar tradisional.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data primer dan data sekunder merupakan jenis dan sumber data yang diperlukan untuk analisis ini.

- a. Sebuah Data primer penulis untuk analisis ini berasal dari wawancara langsung dan kuesioner dengan pedagang di pasar konvensional, dan penulis melakukan transaksi langsung untuk mengumpulkan data yang dapat dipercaya.
- b. Catatan resmi, pembukuan, hasil analisis, dan data pasar dari koperasi, perdagangan, dan kantor bisnis digunakan sebagai data sekunder dalam laporan ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

1. Proses observasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan observasi langsung terhadap objek yang diteliti.
2. Proses wawancara, yaitu melakukan wawancara langsung dengan sekelompok pedagang pasar konvensional dengan menggunakan daftar pertanyaan / kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya.
3. Proses pendokumentasian adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pencatatan dari semua sumber penelitian.

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif untuk mendeskripsikan dampak keberadaan pasar modern terhadap setiap produk yang ditawarkan baik di pasar tradisional maupun modern, serta strategi harga, produk, dan layanan yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional dalam menghadapi pasar modern. persaingan, dan jumlah konsumen yang lebih memilih pasar modern.

3.6 Uji Statistik

Uji Chi Square digunakan untuk menghitung selisih jumlah keuntungan, pembeli, dan tenaga kerja pedagang pasar konvensional sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Uji Chi Square digunakan untuk menentukan apakah sampel sesuai dan ada atau tidaknya perbedaan yang substansial.

Untuk uji Chi Square, protokol yang harus diikuti adalah sebagai berikut::

1. Menentukan formulasi hipotesis

Pasangan hipotesis yang akan diuji berdasarkan data di atas adalah

H_0 : Tidak ada perbedaan jumlah pendapatan, pelanggan, dan tenaga kerja sebelum dan setelah adanya pasar modern

H_1 : Ada perbedaan jumlah pendapatan, pelanggan, dan tenaga kerja sebelum dan setelah adanya pasar modern

2. Menentukan taraf nyata (α)

- Taraf nyata yang digunakan adalah 1% (0.01).

- Nilai taraf nyata ini digunakan sebagai nilai pembanding (nilai kritis)

3. Menentukan kriteria pengujian

H0 diterima (H1 ditolak) apabila uji statistik > taraf nyata

H0 ditolak (H1 diterima) apabila uji statistik ≤ taraf nyata

4. Menentukan nilai uji statistik

Rumus dari uji Chi Square adalah:
$$x^2 = \sum \left[\frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e} \right]$$

Dimana:

X^2 = Chi Square

F_0 = Frekuensi yang diobservasi (setelah adanya pasar modern)

F_e = Frekuensi yang diharapkan

5. Membuat kesimpulan

Menerima atau menolak H0, dengan pengertian jika H0 disetujui maka H1 akan ditolak dan ditolak. Jika H0 diakui, tidak ada perbedaan jumlah pendapatan, pelanggan, atau tenaga kerja sebelum dan sesudah pasar modern ada. Ada perbedaan jumlah upah, konsumen, dan tenaga kerja sebelum dan sesudah kehidupan ekonomi modern jika H0 ditolak.

3.7 Batasan Variabel dan Definisi Operasional

Penulis menyertakan batasan variabel untuk membantu mengarahkan penelitian ini termasuk:

1. Pengaruh keberadaan pasar modern merupakan pengaruh negatif dan positif yang dimiliki pasar modern terhadap pedagang di pasar konvensional. Ada efek menguntungkan, seperti memotivasi pedagang pasar tradisional untuk menjual produk yang lebih baik dan menjaga kebersihan, dan pedagang pasar tradisional memanfaatkan potongan harga dan harga yang lebih murah di pasar modern dengan cara membeli dan menjualnya kembali. Konsekuensi negatif, seperti keuntungan yang lebih rendah bagi pedagang pasar tradisional.
2. Pasar modern adalah pasar di mana penjual dan pelanggan tidak bertransaksi secara eksplisit, tetapi pembeli melihat label harga yang tertera pada barang (barcode), ada di dalam gedung, dan layanannya bisa dilayani sendiri atau dilayani oleh karyawan. Pasar modern juga menjual produk manufaktur selain barang lokal. Kualitas produk yang dijual cukup terjamin karena melalui proses penyaringan yang ketat sebelum dijual, dengan barang yang tidak memenuhi kriteria klasifikasi akan ditolak. Pasar industri memiliki persediaan komoditas yang dapat diukur di gudang dalam hal kuantitas. Pasar modern memiliki label harga yang pasti dalam hal harga. Pasar modern juga menawarkan layanan prima, yang didasarkan pada keramahan, kerapian, dan fasilitas seperti AC. Hypermarket, minimarket, dan toko fashion menjadi pasar baru di Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar.
3. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, yang bercirikan transaksi langsung antara penjual dan pembeli, serta fase negosiasi. Strukturnya biasanya terdiri dari warung atau gerai, serta pangkalan

terbuka yang dibuka oleh penjual atau pengelola pasar. Pedagang pasar tradisional yang menjual produk identik dan berada dalam radius 3 kilometer dari pasar modern akan menjadi fokus kajian. Pasar Daya dan Pasar Mandai merupakan dua pasar konvensional yang akan dijadikan lokasi uji coba.

4. Pelanggan adalah individu yang melakukan beberapa pembelian dari pedagang yang sama.
5. Jumlah uang yang diperoleh pengecer dari penjualan barang disebut sebagai pendapatan. Dalam hal ini, harga satuan dikalikan dengan jumlah produk yang terjual.
6. Tenaga kerja adalah individu yang dapat melakukan tugas-tugas yang berkaitan dengan penjualan barang pedagang, seperti melayani pelanggan dan mengatur barang dagangan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Kondisi Geografis

Kecamatan biringkanaya merupakan salah satu dari 15 Kecamatan di Kota Makassar yang berbatasan dengan Kabupaten Maros di sebelah utara, Kabupaten Maros di sebelah timur, Kecamatan Tamalanrea di sebelah selatan dan Kecamatan Tallo di sebelah barat.

Kecamatan Biringkanaya merupakan daerah bukan Pantai dengan ketinggian dari permukaan laut lebih kecil dari 500 meter. Menurut jaraknya, letak masing-masing kelurahan ke ibukota Kecamatan berkisar 1 km sampai dengan jarak 5-10 km.

Kecamatan Biringkanaya terdiri dari 11 kelurahan dengan luas wilayah 48,22 km². Kelurahan Sudiang memiliki wilayah terluas yaitu 13,49 km², terluas kedua adalah kelurahan Sudiang Raya dengan luas wilayah 8,79 km², sedangkan yang paling kecil luas wilayahnya adalah kelurahan Untia yaitu 2,89 km².

4.1.2 Kependudukan

Penduduk Kecamatan Biringkanaya berdasarkan Sensus Penduduk Tahun 2018 berjumlah 214.432 jiwa, yang tersebar di 11 Kelurahan, dengan jumlah penduduk terbesar yakni 61.039 jiwa yang mendiami Kelurahan Paccerakkang. Secara umum, keterbandingan antara penduduk laki-laki dengan perempuan (sex ratio), perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki dengan perbandingan 99 laki-laki dibanding dengan 100 perempuan. Namun di kelurahan Paccerakkang, Sufiang Raya, dan Untia, rasio jenis kelamin laki-laki lebih besar dari 100, hal ini menunjukkan jumlah penduduk laki-laki di kelurahan tersebut lebih besar dari penduduk perempuan. Tingkat kepadatan penduduk tertinggi ditemukan di kelurahan Paccerakkang, 7.390 jiwa/km². Sedangkan yang terendah di kelurahan Untia, 843 jiwa/km².

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Di Kecamatan Biringkanaya Dirinci Dalam Tiap Kelurahan Tahun 2017-2018

No	Kelurahan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Paccerakkang	30.897	30.142	61.039
2	Daya	7.567	7.890	15.457
3	Pai	12.077	12.553	24.630
4	Sufiang Raya	27.696	27.084	54.780
5	Sufiang	20.941	21.720	42.661
6	Bulurokeng	6.545	6.738	13.283
7	Untia	1.377	1.205	2.582

8	Berua	-	-	-
9	Katimbang	-	-	-
10	Bakung	-	-	-
11	Laikang	-	-	-
Jumlah Total		107.100	107.332	214.432

Sumber: Badan Pusat Statistik Makassar Dalam Angka 2019

4.1.3 Pasar Tradisional Kecamatan Biringkanaya

Kebanyakan pasar tradisional merupakan milik pemda. Pemda di Indonesia pada umumnya memiliki dinas pasar yang mengelolah dan menangani pasar tradisional, termasuk di Kecamatan Biringkanaya.

Pasar tradisional milik pemerintah di Kecamatan Biringkanaya sebanyak 3 yang masih aktif, namun hanya 2 pasar yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu pasar Daya dan pasar Mandai. Yang masing-masing terletak di Kelurahan Daya dan Kelurahan Sudiang.

4.2 Dampak Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional

Keberadaan ekonomi modern, seperti perkembangan zaman dan kecenderungan pola pikir dan perilaku konsumsi masyarakat, tidak dapat dicegah. Namun demikian, dikhawatirkan kehadirannya yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan pelayanan yang lebih baik, terkelola dengan baik dan terkelola secara profesional, serta harga yang lebih murah akan berdampak pada posisi pasar konvensional di masyarakat. Di satu sisi,

pasar konvensional memiliki sejumlah kekurangan, seperti lokasinya yang dapat menyebabkan kemacetan lalu lintas, kumuh, tidak terorganisir dengan baik, dan sebagainya. Pasar tradisional, di sisi lain, tidak bisa dianggap sebagai sumber penopang perekonomian kelas menengah ke bawah. Namun pada akhirnya, keberadaan pasar baru berdampak pada pendapatan pedagang pasar tradisional. Pendapatan para pedagang menurun setelah terbentuknya ekonomi modern.

Hal ini terbukti setelah dilakukan wawancara langsung dengan para pedagang di Pasar Daya dan Pasar Mandai yang barangnya juga terdapat di pasar modern. Secara umum para pedagang di pasar tradisional berpendapat bahwa hadirnya pasar modern memberikan dampak negatif bagi para pedagang pasar tradisional terhadap pendapatan mereka karena pasar modern yang semakin banyak dan berdekatan juga dengan pasar tradisional. Namun ada beberapa pedagang berpendapat bahwa pasar modern tidak mempengaruhi pendapatan mereka karena masyarakat masih tertarik untuk berbelanja di pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya karena harga yang lebih murah. Tapi pada dasarnya lebih banyak dari pedagang tersebut yang berpendapat bahwa pasar modern dapat menurunkan pendapatan mereka. Mereka mengklaim bahwa pendapatan mereka menurun sebagai akibat dari semakin banyaknya pasar modern, seperti supermarket, minimarket, dan toko pakaian, yang menawarkan keragaman produk yang lebih banyak kepada konsumen, harga yang lebih rendah, dan kenyamanan berbelanja, sehingga konsumen lebih memilih berbelanja di pasar modern.

Faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi konsumen untuk beralih ke pasar modern dapat dilihat. Dari dalam, biaya lebih rendah, rangkaian produk yang lebih luas, keakuratan terjamin, dan tata letak yang lebih baik merupakan keunggulan. Kemudian ada faktor eksternal seperti tingkat pelayanan, keramahan, kebersihan, dan fasilitas yang nyaman.

4.2.1 Pedagang Pasar Tradisional

Berdasarkan penelitian dari 60 responden pedagang pasar tradisional, maka terdapat 8 responden pedagang yang menganggap jumlah pendapatannya tidak menurun setelah adanya pasar modern, sementara untuk jumlah pelanggan terdapat 4 pedagang yang merasakan jumlah pelanggannya tidak menurun. Sedangkan untuk tenaga kerja berbanding terbalik dengan pendapatan dan jumlah pelanggan. Berdasarkan dari responden pedagang mereka menganggap bahwa pasar modern tidak membawa dampak ke jumlah tenaga kerjanya karena hanya 5 pedagang pasar tradisional yang mengalami berkurangnya tenaga kerja dan sisanya tenaga kerja mereka tetap sama seperti sebelum dan sesudah munculnya pasar modern.

Diasumsikan: X_1 = Jumlah pendapatan sebelum adanya pasar modern

X_2 = Jumlah pendapatan setelah adanya pasar modern

X_3 = Jumlah pelanggan sebelum adanya pasar modern

X_4 = Jumlah pelanggan setelah adanya pasar modern

X_5 = Jumlah tenaga kerja sebelum adanya pasar modern

X_6 = Jumlah tenaga kerja setelah adanya pasar modern

Dari tabel 4.2 hal 41, dapat dilihat jumlah X_1 yang paling sedikit sebesar Rp. 245.000 dan yang paling banyak sebesar Rp. 50.000.000, sehingga rata-ratanya Rp. 6.951.667. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pendapatan paling sedikit sebelum adanya pasar modern paling rendah sebesar Rp. 245.000 dan yang paling banyak Rp. 50.000.000. Jadi rata-rata pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum adanya pasar modern sebanyak Rp. 6.951.667. Jumlah X_2 paling rendah sebesar Rp. 245.000 dan paling tinggi Rp. 35.000.000, jadi rata-ratanya Rp. 5.457.417. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pendapatan paling rendah setelah adanya pasar modern sebesar Rp. 245.000 dan yang paling tinggi sebesar Rp. 35.000.000. Jadi rata-rata pendapatan pedagang pasar tradisional setelah adanya pasar modern sebesar Rp. 5.457.417. jumlah X_3 paling sedikit sebanyak 11 dan yang paling banyak 350, sehingga rata-ratanya 108,68. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pelanggan paling sedikit sebelum adanya pasar modern sebanyak 11 orang dan paling banyak 350 orang. Jadi rata-rata pelanggan sebelum adanya pasar modern sebanyak 109 orang. Jumlah X_4 paling sedikit sebanyak 3 dan yang paling banyak 300, jadi rata-ratanya 85,11. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pelanggan setelah adanya pasar modern paling sedikit sebanyak 3 orang dan yang paling banyak 300 orang, sehingga rata-rata jumlah pelanggan setelah adanya pasar modern sebanyak 85 orang.

Tabel 4.2 Perbedaan Jumlah Pendapatan, Pelanggan, Tenaga Kerja Dari Pedagang Pasar Tradisional Sebelum Dan Setelah Adanya Pasar Modern

	N	Minimum	Maximum	Mean
X ₁	60	350.000	50.000.000	6.951.667
X ₂	60	245.000	35.000.000	5.457.417
X ₃	60	11	350	108,68
X ₄	60	3	300	85,11
X ₅	60	1	7	2,6
X ₆	60	1	7	2,5

Sumber: Data Primer (Diolah)2021

Jumlah X₅ paling sedikit adalah 1 dan yang paling banyak adalah 7, sehingga rata-ratanya 2,6. Hal ini menunjukkan bahwa tenaga kerja sebelum adanya pasar modern paling sedikit 1 dan yang paling banyak 7, sehingga rata-ratanya sebanyak 3 orang. Sedangkan jumlah X₆ yang paling sedikit adalah 1 dan yang paling banyak adalah 7, jadi rata-ratanya 2,5. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja setelah adanya pasar modern paling sedikit 1 orang dan yang paling banyak adalah 7, jadi rata-ratanya 2 orang.

4.2.2 Dampak Pasar Modern Yang Dapat Dilihat Dari Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen mengacu pada aktivitas yang terlibat dalam memperoleh, mengonsumsi, dan membelanjakan barang dan jasa, serta proses

pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan sesudah tindakan tersebut (James, 1994). Masalah terbesar bagi pelanggan adalah mereka mampu memberikan tingkat nilai tertinggi dengan biaya terendah.

Konsumen menjadi lebih sadar akan hak mereka, tetapi mereka juga menemukan bahwa mereka memiliki lebih sedikit waktu dan kesempatan untuk berbelanja. Perubahan perilaku konsumen, dengan mengutamakan kenyamanan saat berbelanja, menyebabkan pergeseran ke pasar baru. Arsitektur pasar modern rapi, ringan, lapang, dan sejuk. Pengalaman berbelanja tidak lagi dirusak oleh lingkungan yang kotor dan terik.

Dari hasil wawancara yang dilakukan pada konsumen yang berada di sekitar pasar modern dan pasar tradisional, 12 dari 20 responden lebih sering berbelanja di pasar modern dibandingkan pasar tradisional. Namun 6 dari 20 responden konsumen beranggapan bahwa pasar modern tidak meurunkan pendapatan pedagang pasar tradisional, karena terdapat barang-barang tertentu yang tidak dijual di pasar modern, serta memiliki keunggulan dari segi harga. Hal inilah yang membuat pasar tradisional yang sampai sekarang masih dapat bertahan karena hal ini tidak bisa di jumpai di pasar modern. Bahkan terdapat beberapa pedagang pasar tradisional yang memiliki rasa kepercayaan yang tinggi terhadap pelanggannya sehingga sistem pembayarannya pun bisa dilakukan dengan berhutang terlebih dahulu.

4.3 Analisis Statistik

Peneliti menggunakan perangkat lunak aplikasi SPSS untuk menguji model dan menemukan koefisien untuk setiap variabel dalam analisis ini. Uji Chi Square digunakan dalam penelitian ini untuk membandingkan jumlah pendapatan, jumlah pembeli, dan jumlah karyawan pada pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah diperkenalkannya pasar modern..

4.3.1 Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum Dan Setelah Adanya Pasar Modern

Para pedagang mengeluhkan keberadaan pasar modern yang jaraknya sangat berdekatan dengan pasar tradisional. Pendapatan mereka semakin menurun yang diakibatkan oleh konsumen yang lebih memilih berbelanja di pasar modern. Namun ada pedagang yang berpendapat bahwa kehadiran pasar modern tidak menurunkan pendapatan mereka karena pasar tradisional memiliki pelanggan tetap dan konsumen pun bisa mendapatkan potongan harga ketika membeli dalam jumlah banyak sehingga konsumen lebih memilih berbelanja di pasar tradisional.

Berdasarkan hasil uji Chi Square, dari 60 responden pedagang pasar tradisional.

Hipotesis yang akan diuji berdasarkan data di atas adalah

H_0 : Tidak ada perbedaan pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern

H_1 : Ada perbedaan pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern

Nilai asymptotic significance (2 sided) menunjukkan p-value. Karena p-value yang diperoleh sebesar $0.00 < a=0.01$ atau ($p < 0.01$), maka H_0 ditolak yang berarti bahwa ada perbedaan jumlah pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern pada taraf nyata 1%

4.3.2 Jumlah Pelanggan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum Dan Setelah Adanya Pasar Modern

Jumlah pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan seorang trader. Pedagang pasar tradisional merasa dirugikan akibat kehadirannya di pasar modern, karena banyak pelanggannya yang pindah ke pasar modern. Menurut survei terhadap 60 pedagang, mereka yakin jumlah pelanggan mereka menurun akibat keberadaan pasar modern, tetapi empat pedagang percaya bahwa pasar modern memiliki pengaruh yang kecil terhadap jumlah pelanggan mereka karena mereka sudah sering memiliki pelanggan dan percaya bahwa mereka menawarkan harga yang lebih rendah.

Berdasarkan hasil uji Chi Square dengan menggunakan aplikasi SPSS, dari 60 responden pedagang pasar tradisional.

Hipotesis yang akan diuji berdasarkan data di atas adalah

H_0 : Tidak ada perbedaan jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern

H_1 : Ada perbedaan jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern

Nilai asymptotic significance (2 sided) menunjukkan p-value. Karena p-value yang diperoleh sebesar $0.00 < \alpha = 0.01$ atau ($p < 0.01$), maka tolak H_0 yang berarti bahwa ada perbedaan jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern pada taraf nyata 1%.

4.3.3 Tenaga Kerja Pedagang Pasar Tradisional Sebelum Dan Setelah Adanya Pasar Modern

Pedagang pasar tradisional membutuhkan tenaga untuk membantu mereka dalam melayani pembeli dan mengangkat serta mengatur barang dagangan.

Karena ada pasar modern, pedagang yang memiliki tenaga kerja tambahan harus mengurangi jumlah tenaga kerja atau tidak menambah tenaga kerja. Akibatnya pendapatan mereka menurun. Namun, beberapa pedagang percaya bahwa ekonomi baru berdampak kecil pada jumlah pekerjaan karena mereka masih membutuhkan tenaga kerja tambahan meskipun pendapatan mereka lebih rendah..

Berdasarkan hasil uji Chi Square, dari 60 responden pedagang pasar tradisional.

Hipotesis yang akan diuji berdasarkan data di atas adalah

H_0 : Tidak ada perbedaan tenaga kerja pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern

H_1 : Ada perbedaan tenaga kerja pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern

Nilai asymptotic significance (2 sided) menunjukkan p-value. Karena p-value yang diperoleh sebesar $0.00 < \alpha = 0.01$ atau ($p < 0.01$), maka tolak H_0 yang berarti bahwa ada perbedaan tenaga kerja pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern pada taraf nyata 1%.

4.4 Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Pasar Modern

Dalam persaingan bisnis dibutuhkan strategi. Modal terpenting untuk bertahan hidup adalah strategi. Menurut Swastha (2002), segmentasi pasar dapat digunakan oleh usaha kecil dan usaha yang ingin meningkatkan produksinya. Mereka mungkin memusatkan upaya pemasaran pada segmen konsumen tertentu. Jika target pasar telah diidentifikasi melalui analisis pasar, bisnis harus mengembangkan strategi yang solid untuk memasuki segmen tersebut.

Pasar konvensional memiliki sejumlah kekurangan yang telah menjadi sifat yang sudah mendarah daging yang sulit diubah. Kerugian terbesar pasar tradisional dalam bersaing dengan pasar modern adalah faktor-faktor seperti arsitektur dan penampilan konsumen, tata letak, variasi dan kualitas produk,

promosi penjualan, jam operasional yang terbatas, dan optimalisasi penggunaan ruang ritel.

Pedagang dengan pemahaman yang lebih baik tentang pelanggan dan subjek mereka akan menyusun rencana untuk memasarkan (menjual) produk yang sesuai agar pelanggan mereka tetap kompetitif. Informasi mereka berasal dari membandingkan diri mereka dengan pedagang lain, termasuk saingan.

Para pedagang pasar tradisional harus berusaha menjual dengan harga yang lebih rendah dalam waktu terbatas untuk memaksimalkan keuntungan, seperti yang biasa terjadi di pasar modern. Pedagang pasar tradisional kerap bereaksi keliru terhadap kurangnya pemahaman akses lokasi dengan melanggar peraturan perdagangan, seperti berusaha berdagang di dekat pintu masuk pasar atau halaman depan, meski sudah memiliki warung di sana. Untuk mencegahnya, pelaku pasar harus memberlakukan peraturan posisi perdagangan yang ketat.

Kebersihan, lantai kering, tidak berlumpur, pengaturan posisi sesuai dengan jenis produk yang dijual, lorong yang lapang bagi pelanggan atau konsumen agar mudah dilewati antar pembeli, lingkungan penerangan dan udara, pusat informasi, dan pelatihan harian bagi pedagang tentang cara memadamkan kebakaran dan menyelamatkan diri jika terjadi kebakaran adalah semua hal yang harus diatasi. Alhasil, pengelola pasar diharapkan dapat mempertahankan pasar konvensional agar tetap dapat bertahan, serta menangannya secara aman, indah, dan sehat secara berkelanjutan. Tidak perlu

khawatir menghadapi pasar modern jika pasar dikelola dengan baik dan menarik, karena ini adalah lokasi di mana penjual dan pembeli bertransaksi.

Menurut survei terhadap 60 pedagang pasar tradisional di Kecamatan Biringkanaya, strategi mereka antara lain menawarkan tarif yang lebih murah, variasi produk yang lebih banyak, jaminan konsistensi, tata letak yang lebih baik, melayani dengan cepat, sopan kepada pelanggan, dan menerima pembayaran dengan mencicil.

Pasar tradisional memiliki banyak kekurangan, namun banyak juga manfaatnya yang patut kita pertimbangkan. Salah satunya adalah harga produk yang kita inginkan dapat dinegosiasikan agar lebih murah. Alhasil, kita harus bisa mengubah pasar konvensional menjadi pasar yang nyaman dengan tetap menjaga kebersihan. Karena pasar tradisional dan modern mewakili segmen konsumen yang berbeda, maka keberadaan pasar modern tidak akan merusak pasar tradisional selama fokusnya pada masing-masing segmen pasar. Pasar tradisional, di sisi lain, memiliki sejumlah keunggulan yang akan membantu mereka sejahtera.

Menurut berbagai pernyataan konsumen, sebagian besar konsumen enggan mengunjungi atau berbelanja di pasar tradisional karena berbagai faktor, antara lain jalan yang kotor, tempat parkir yang terbatas, dan kebersihan yang kurang, semuanya luput dari perhatian para pelaku pasar tradisional. sejauh ini. Dengan lebih menekankan pada persoalan tersebut, diharapkan minat konsumen semakin tergoyahkan sehingga menghasilkan jalur ritel

konvensional yang lebih panjang yang tidak kalah bersaing dengan persaingan pasar baru. Agar pasar konvensional maju, berkembang, dan berkembang dalam menghadapi persaingan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan studi tentang Dampak Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional (Analisis Dampak Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional), dapat disimpulkan bahwa kehadiran pasar modern membawa dampak neegatif terhadap pedagang pasar tradisional. Dampak yang ditimbulkan setelah hadirnya pasar modern adalah penurunan pendapatan, jumlah pelanggan, serta tenaga kerja hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil dari spss yang telah dilakukan dengan menggunakan uji chi square. Hadirnya pasar modern yang menjadi salah satu pesaing pedagang pasar tradisional, pasar modern yang berdekatan dengan pasar tradisional telah menarik minat konsumen untuk berbelanja di pasar modern, sehingga membuat eksistensi dan keberadaan pasar tradisional menjadi kurang diminati.

5.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diungkapkan sehubungan dengan penelitian ini:

1. Pedagang pasar tradisional di Kecamatan Biringkanaya harus meningkatkan kualitas produknya, menjaga kebersihan, dan tetap sopan agar pelanggan tetap terlibat dan senang.

2. Pedagang pasar tradisional di Kecamatan Biringkanaya harus menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen. Pedagang juga disarankan untuk jujur saat menjual barangnya dan mengungkapkan kondisi produk jika terjadi kerugian.
3. Pengelola pasar tradisional atau pemerintah hendaknya meningkatkan pasar tradisional dengan menjaga kebersihan lantai dan tidak kotor, menata lokasi sesuai jenis produk yang dijual, menyediakan lorong yang lapang bagi pelanggan untuk berbelanja, penataan penerangan dan udara, perlindungan, dan penyediaan tempat parkir yang luas. Tidak perlu khawatir pasar modern menjadi ancaman jika pasar konvensional dikelola dengan baik dan menarik.
4. Disarankan agar Pemerintah Kecamatan Biringkanaya lebih tegas dalam menghadapi pedagang pasar konvensional yang melanggar aturan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. 2019 **Makassar Dalam Angka**. Makassar
- CESS, 1998. *Dampak Krisis Ekonomi dan Liberalisasi Perdagangan terhadap Strategi dan Arah Pengembangan Pedagang Eceran Kecil-Menengah di Indonesia*, Jakarta: TAF dan USAID.
- Dewi, D. S. (2020). *Dampak keberadaan Pasar Modern terhadap pendapatan para Pedagang Pasar Tradisional (Studi kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Pungur)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Fatmawati. (2014). *Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Kabupaten Maros*.
- Hari Waluyo, *Sosialisasi Pasar Tradisional Sebagai Aset Wisata Budaya di Lampung*. WWW.budpar.go.id
- James F. Angel, dkk. 1994. **Perilaku Konsumen**, Alih bahasa Budiyanto, Edisi ke-6. Jakarta : Binarupa Aksara
- Kasmir, 2012. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Pertama Cetakan Kelima (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mulyadi, S. 2003. *Ekonomi Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Pembangunan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi, 2010. *Sistem Akuntansi*, Edisi ke-3, Cetakan ke-5. (Penerbit Salemba. Empat)
- Nur Fadhilah, A. 2011. *Dampak Minimarket Terhadap Pasar Tradisional (Studi Kasus di Ngaliyan)*. Semarang: Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo.
- Prasetyo, A. 2013. *Beralihnya Konsumen ke Pasar Modern*. <http://andriprast.wordpress.com/2013/09/28/beralihnya-konsumen-ke-pasar-modern/>.
- Peraturan presiden RI.112. 2007. Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. WWW.bpkp.go.id
- Peraturan Menteri Perdagangan. 53. 2008. Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. www.kemendag.go.id

- Rahman, Lukman Abdul. *Analisis pengaruh pasar modern terhadap omzet pedagang tradisional (Studi Kasus: Binjai supermall Hypermart terhadap Perekonomian Pasar Tradisional Tavip Kota binjai)*. Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.
- Saragih, Morley, and Y. Sri Susilo. "DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG RITEL PASAR TRADISIONAL (KASUS PASAR TRADISIONAL CONDONG CATUR, DEPOK, SLEMAN, DIY)." *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Akuntansi*. Vol. 2.No. 1. 2017.
- Sarwoko, Endi. "Dampak keberadaan pasar modern terhadap kinerja pedagang pasar tradisional di wilayah Kabupaten Malang." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 4.2 (2008): 97-115.
- Sopiah, 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Soemarso S.R. *Akuntansi Suatu Pengantar*. (Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat).
- Swastha, Basu. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Yuliasih, Eka. "Studi eksplorasi dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel waserda dan pedagang pasar tradisional di kecamatan klirong kabupaten kebumen." *Universitas Negeri Yogyakarta* (2013).

Lampiran 1

HASIL REKAP DATA RESPONDEN

X1= Pendapatan sebelum adanya pasar modern

X2= Pendapatan setelah adanya pasar modern

X3= Jumlah pelanggan sebelum adanya pasar modern

X4= Jumlah pelanggan setelah adanya pasar modern

X5= Jumlah tenaga kerja sebelum adanya pasar modern

X6= Jumlah tenaga kerja setelah adanya pasar modern

		X1	X2	X3	X4	X5	X6
1		3.000.000	2.500.000	30	20	3	3
2		3.000.000	2.500.000	40	35	2	2
3		4.000.000	3.500.000	30	30	4	4
4		4.500.000	4.500.000	300	240	3	3
5		3.000.000	3.000.000	210	200	3	3
6		1.000.000	1.000.000	25	20	2	2
7		3.000.000	2.500.000	100	90	3	3
8		1.000.000	1.000.000	100	90	2	2
9		3.000.000	2.000.000	200	150	2	2
10		4.000.000	4.000.000	35	30	2	2
11		10.000.000	8.500.000	250	200	3	2
12		15.000.000	10.000.000	210	180	4	4
13		8.000.000	7.000.000	200	150	2	2
14		4.000.000	3.000.000	200	150	3	3

15		8.000.000	6.000.000	200	150	2	2
16		6.000.000	5.000.000	350	300	5	5
17		5.000.000	4.000.000	300	200	2	2
18		15.000.000	10.000.000	180	150	4	3
19		5.000.000	4.000.000	150	130	3	2
20		25.000.000	20.000.000	100	70	7	7
21		3.000.000	2.000.000	80	60	2	2
22		4.000.000	2.000.000	15	11	3	3
23		7.000.000	4.000.000	30	20	2	2
24		3.000.000	2.000.000	100	80	1	1
25		5.000.000	4.500.000	50	40	2	2
26		8.000.000	6.000.000	80	60	3	3
27		10.000.000	9.000.000	150	120	2	2
28		6.000.000	3.500.000	200	150	4	4
29		6.000.000	5.000.000	90	70	2	2
30		5.000.000	4.000.000	80	60	3	3
31		6.000.000	5.000.000	85	70	2	2
32		2.000.000	1.500.000	80	70	2	2
33		15.000.000	13.000.000	150	120	4	4
34		5.000.000	3.500.000	150	110	2	2
35		50.000.000	35.000.000	210	120	7	5

36		350.000	245.000	55	50	1	1
37		10.000.000	8.000.000	70	45	6	6
38		2.000.000	1.800.000	70	50	5	5
39		6.000.000	5.000.000	150	100	1	1
40		750.000	600.000	50	30	1	1
41		5.000.000	3.000.000	50	30	1	1
42		7.000.000	5.000.000	50	45	2	2
43		4.000.000	3.000.000	20	20	2	2
44		7.000.000	5.000.000	35	28	2	2
45		1.000.000	1.000.000	20	20	1	1
46		2.000.000	1.500.000	30	25	2	2
47		5.000.000	4.000.000	20	15	2	2
48		20.000.000	18.000.000	150	120	3	3
49		2.500.000	2.000.000	150	110	2	2
50		13.000.000	13.000.000	250	200	2	2
51		2.500.000	1.000.000	50	35	1	1
52		5.000.000	5.000.000	100	100	1	1
53		15.000.000	10.000.000	50	30	2	2
54		500.000	300.000	11	3	1	1
55		5.000.000	4.000.000	20	15	2	2
56		10.000.000	8.000.000	100	80	4	3
57		10.000.000	8.000.000	50	40	3	3

58		5.000.000	4.500.000	70	50	2	2
59		7.000.000	6.500.000	40	35	2	2
60		6.000.000	5.000.000	100	85	3	3

HASIL UJI CHI SQUARE

1. Pendapatan pedagang pasar tradisional

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Pendapatan Sebelum * Pendapatan Sesudah	60	100.0%	0	0.0%	60	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	797.305 ^a	414	.000
Likelihood Ratio	258.554	414	1.000
Linear-by-Linear Association	57.347	1	.000
N of Valid Cases	60		

a. 456 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

2. Jumlah pelanggan pasar tradisional

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent

Pelanggan Sebelum * Pelanggan Sesudah	60	100.0%	0	0.0%	60	100.0%
--	----	--------	---	------	----	--------

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	711.202 ^a	480	.000
Likelihood Ratio	273.405	480	1.000
Linear-by-Linear Association	57.143	1	.000
N of Valid Cases	60		

a. 525 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

3. Jumlah tenaga kerja pedagang pasar tradisional

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Tenaga Kerja Sebelum * Tena Kerja Sesudah	60	100.0%	0	0.0%	60	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	282.534 ^a	36	.000
Likelihood Ratio	150.524	36	.000
Linear-by-Linear Association	55.122	1	.000

N of Valid Cases	60
------------------	----

a. 46 cells (93.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

Lampiran 3
Kuesioner penelitian

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS DAMPAK PASAR MODERN TERHADAP PASAR TRADISIONAL DI KECAMATAN BIRINGKANAYA MAKASSAR

A. IDENTITAS PEDAGANG PASAR TRADISIONAL

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Status :
5. Tingkat pendidikan :
6. Asal kelurahan/desa :
7. Jumlah tanggungan :orang
8. Pekerjaan utama :
9. Pekerjaan sampingan :
10. Pengalaman berdagang :tahun

B. AKTIVITAS USAHA

1. Pada tahun berapa bapak/ibu berdagang di pasar ini?
.....
2. Darimana bapak/ibu dapatkan barang untuk dagangan? Bagaimana sistem pembayarannya?
.....
3. Darimana bapak/ibu dapatkan modal untuk berdagang?
 - a. Sendiri c. Saudara f. Tukang riba/rentenir
 - b. Bank d. Teman
4. Berapa jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam usaha ini?
 - a. Sebelum ada pasar modern :
 - b. Setelah ada pasar modern :

5. Berapa modal bapak/ibu per minggu dalam usaha ini?
 - a. Sebelum ada pasar modern :
 - b. Setelah ada pasar modern :
6. Berapa harga jual barang yang bapak/ibu jual?
 - a. Sebelum ada pasar modern :
 - b. Setelah ada pasar modern :
7. Berapa jumlah barang yang terjual per minggu?
 - a. Sebelum ada pasar modern :
 - b. Setelah ada pasar modern :
8. Apakah yang mempengaruhi besar kecilnya keuntungan bapak/ibu?
 - a. Harga yang lebih murah
 - b. Produk yang berkualitas
 - c. Pelayanan yang baik
9. Berapa jumlah pelanggan bapak/ibu per minggu?
 - a. Sebelum ada pasar modern :
 - b. Setelah ada pasar modern :
10. Berapa retribusi yang bapak/ibu keluarkan per minggu?
.....
11. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern?
 - a. Harga lebih murah
 - b. Barang beragam dan lengkap
 - c. Kualitas barang terjamin
 - d. Tata letak yang lebih baik
 - e. Kecepatan layanan
 - f. Keramahan layanan
 - g. Menjaga kebersihan
 - h. Menerima pembayaran dalam bentuk cicilan
12. Harapan bapak/ibu kepada pemda setempat/pengelola pasar untuk pengembangan pasar kedepannya
.....

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS DAMPAK PASAR MODERN TERHADAP PASAR TRADISIONAL DI KECAMATAN BIRINGKANAYA MAKASSAR

A. IDENTITAS KONSUMEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Status :
5. Tingkat pendidikan :
6. Asal kelurahan/desa :
7. Pekerjaan utama :
8. Pekerjaan sampingan :

B. PENDAPAT KONSUMEN

1. Dimana anda sering berbelanja, pasar tradisional atau pasar modern?
.....
2. Produk apa saja yang anda beli di pasar modern?
 - a. Campuran/kelontong
 - b. Pakaian
 - c. Sandal/sepatu
 - d. Tas
 - e. Kosmetik
 - f. Elektronik
3. Produk apa saja yang anda beli di pasar tradisional?
 - a. Campuran/kelontong
 - b. Pakaian
 - c. Sandal/sepatu
 - d. Tas
 - e. Kosmetik
 - f. Elektronik
4. Apa yang mempengaruhi anda berbelanja di pasar modern?
 1. Internal
 - a. Harga lebih murah
 - b. Barang beragam dan lengkap

- c. Kualitas barang terjamin
 - d. Tata letak yang lbih baik
2. Eksternal
- a. Kecepatan layanan
 - b. Keramahan layanan
 - c. Menjaga kebersihan
 - d. Fasilitas yang nyaman
5. Apa yang mempengaruhi anda berbelanja di pasar tradisional?
1. Internal
- a. Harga lebih murah
 - b. Barang beragam dan lengkap
 - c. Kualitas barang terjamin
 - d. Tata letak yang lebih baik
2. Eksternal
- a. Kecepatan layanan
 - b. Keramahan layanan
 - c. Menjaga kebersihan
 - d. Fasilitas yang nyaman
 - e. Menerima pembayaran dalam bentuk cicilan
6. Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang isu yang mengatakan bahwa kehadiran pasar modern dapat menurunkan pendapatan pedagang pasar tradisional?

.....

Skripsi Ahmad Ainul Yaqin

ORIGINALITY REPORT

39%	39%	10%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unhas.ac.id Internet Source	24%
2	anzdoc.com Internet Source	3%
3	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	2%
4	repository.uinsu.ac.id Internet Source	2%
5	adoc.tips Internet Source	1%
6	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
7	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Padjadjaran University Student Paper	1%
9	digilib.iain-jember.ac.id Internet Source	1%

10	pasar-dunia.blogspot.com Internet Source	<1%
11	Submitted to University of Leeds Student Paper	<1%
12	repository.usu.ac.id Internet Source	<1%
13	elitasuratmi.wordpress.com Internet Source	<1%
14	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1%
15	Ikhsan Hernanda, Riadhi Fairuz, Eko Adhi Setiawan. "Techno Economic Analysis Photovoltaic On-Grid System Java Bali to Optimize PLN Energy Consumption", E3S Web of Conferences, 2018 Publication	<1%
16	core.ac.uk Internet Source	<1%
17	ojs.unm.ac.id Internet Source	<1%
18	www.scribd.com Internet Source	<1%
19	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1%

20	Submitted to iGroup Student Paper	<1%
21	www.e-ir.info Internet Source	<1%
22	123dok.com Internet Source	<1%
23	digilib.umm.ac.id Internet Source	<1%
24	ocs.unud.ac.id Internet Source	<1%
25	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off