

**ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG PASAR IMOIRI
KABUPATEN BANTUL**

Laporan Akhir



Peneliti

Dr. Sri Suharsih, SE, M.Si

Astuti Rahayu, SE, M.Si

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UPN "VETERAN" YOGYAKARTA**

Mei 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Imogiri Kabupaten Bantul

Ketua Peneliti

- a. Nama Lengkap : Dr. Sri Suharsih, SE, MSi
- b. Jenis Kelamin : Perempuan
- c. NIK : 2 6912 95 0005 1
- d. NIDN : 05 1912 6901
- e. Jabatan Fungsional : Lektor
- f. Jabatan Struktural : Penata / III C
- g. Fakultas/ Jurusan : FEB/ Ilmu Ekonomi
- h. Nomor HP : 08122735788
- i. Alamat Email : asiheko@yahoo.com

Anggota Peneliti

- a. Nama Lengkap : Astuti Rahayu, SE, MSi
- b. NIK : 2 7209 97 0173
- c. Jabatan Fungsional : Lektor
- d. Jabatan Struktural : Penata/ III C
- e. Fakultas/ Jurusan : FEB/ Ilmu Ekonomi

Biaya : Rp. 20.000.000,00
Sumber Biaya : Dinas Perdagangan Kabupaten Bantul

Yogyakarta, 31 Mei 2019

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



DEAS Winarno, MM
NIP. 196206211991031001



Ketua Peneliti



Dr. Sri Suharsih, SE, MSi
NIK. 2 6912 95 0005 1

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul "Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Imogiri Kabupaten Bantul"

Dalam penyusunan laporan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan semua pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Winarno, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional " Veteran" Yogyakarta.
2. Bapak Lurah Pasar Imogiri beserta staf yang telah memberi kemudahan akses survei untuk mendapatkan data primer maupun data sekunder penelitian ini.
3. Semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan laporan penelitian ini.

Selanjutnya peneliti menyadari, bahwa laporan penelitian ini masih jauh dari sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan. Akhirnya peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait dalam upaya peningkatan kesejahteraan pedagang Pasar Imogori.

Yogyakarta, 31 Mei 2019

Peneliti,

Dr. Sri.Suharsih, SE, MSi
Astuti Rahayu, SE, MSi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
BAB I : PENDAHULUAN	1
BAB II : TINJAUAN TEORI	7
BAB III : METODE PENELITIAN	13
BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	16
BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	50
Daftar Pustaka	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi suatu daerah sangat bergantung dari aktivitas masyarakat. Eksistensi pasar merupakan salah satu fenomena yang menentukan dinamika perekonomian rakyat. Pasar sebagai tempat transaksi serta bertemunya antara penjual dan pembeli yang berlangsung sesuai kebutuhan. Pasar merupakan media yang sangat strategis fungsinya, khususnya di dalam sistem perekonomian daerah karena memiliki kontribusi utama dalam memajukan kesejahteraan rakyat. Untuk itulah setiap daerah perlu mengembangkan pasar sebagai penopang fungsi ekonomi rakyat. Jika aktivitas pasar memiliki gairah dalam mendistribusikan barang kebutuhan rakyat dan dapat berlangsung secara efektif maka akan terbentuk kemakmuran di sekelilingnya.

Tingkat kesejahteraan masyarakat DIY juga sangat beragam terutama dalam hal tingkat perekonomiannya, secara umum dapat dibedakan menjadi golongan masyarakat menengah bawah dan masyarakat menengah atas. Dengan tingkat kesejahteraan ekonomi yang berbeda tentunya dapat membedakan perilaku ekonomi dan gaya hidup. Namun fenomena yang dapat dilihat dari perilaku ekonomi masyarakat, khususnya dalam menentukan tempat belanja masih menjadikan pasar rakyat sebagai institusi penting dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat.

Secara umum dapat diasumsikan ketika masyarakat mengalami mobiltas ekonomi secara vertikal, dengan peningkatan pendapatan, status pekerjaan yang lebih mapan akan diikuti dengan gaya berbelanja dan tujuan tempat berbelanja yang berbeda. Asumsi tersebut tidak terlalu signifikan di Kabupaten Imogiri. Meskipun tingkat ekonomi masyarakat yang berbeda tidak membuat masyarakat meninggalkan pasar rakyat, karena pasar rakyat sudah menjadi bagian penting dari masyarakat. Semangat berbelanja di pasar rakyat telah berkontribusi pada bertahannya aktivitas pasar rakyat.

Aktivitas perdagangan sangat marak di Kabupaten Imogiri karena letaknya yang strategis di jalur perdagangan Jawa bagian selatan dan juga tumbuhnya banyak kampus perguruan tinggi yang menjadi pemicu pertumbuhan ekonomi di kabupaten ini, semakin memperkuat eksistensi pasar. Secara fungsional pasar merupakan pola perekonomian mikro yang dibutuhkan masyarakat di suatu daerah, minimal diharapkan mampu memfasilitasi dinamika lokal. Betapapun kecilnya ukuran pasar, namun akan tetap memainkan peranan strategis dalam sistem perekonomian rakyat. Untuk itulah perlu menjadikan pasar sebagai sebuah prioritas dalam pembangunan wilayah. Secara nyata keinginan suatu daerah untuk berkembang tentunya perlu didukung oleh pasar dengan kapasitas yang memadai.

Dewasa ini telah banyak berkembang baik pasar rakyat maupun pasar moderen. Pasar rakyat adalah yang berada pada suatu kawasan tertentu dengan fasilitas yang amat terbatas. Sementara itu pasar rakyat merupakan tempat bertumpu perekonomian rakyat pada kelas menengah ke bawah. Kualitas barang dan kapasitas tempat secara umum pada pasar rakyat sepadan, yaitu pada katagori yang kurang baik. Apabila diperoleh barang yang berkualitas, tetap saja imej pasar rakyat itu kurang baik, sehingga barang yang bagus dan berkualitas akan tetap dihargai murah.

Pasar rakyat merupakan media perekonomian rakyat perlu diperhatikan omsetnya. Seringkali pedagang pasar rakyat yang memiliki kebiasaan yang kurang memperhatikan aliran barang yang diperdagangkan, menjadikan kurang termonitor besarnya omset tersebut. Pedagang pasar yang jumlahnya besar dengan komoditas yang diperdagangkan perlu dimonitor, sehingga tahu perkembangan omset dari waktu ke waktu. Pasar rakyat mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat. Peranan tersebut selain menempatkan pasar sebagai tempat transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli, juga pada petani yang ingin menjual hasil bumi dari hasil pertaniannya. Keunggulan pasar rakyat adalah adanya interaksi antara penjual dan pembeli dan adanya proses tawar-menawar dari keduanya. Pasar rakyat juga memiliki potensi untuk menjadi “gerai” bagi produk-produk usaha mikro kecil dan menengah setempat.

Jumlah pasar rakyat dalam kondisi baik di Kabupaten Bantul ada 14 pasar yang tersebar di beberapa kecamatan seperti yang ditunjukkan oleh tabel 1.1. sebagai berikut:

Tabel 1.1. Pasar Kondisi Baik di Kabupaten Bantul

No	Nama Pasar	Lokasi	Luas Lahan	Jumlah Pedagang	Hari Operasional
1	Niten	Tirtonirmolo, Kasihan	32.635	926	Harian
2	Imogiri	Imogiri	48.00	1.587	Harian
3	Piyungan	Jl. Wonosari, Piyungan	23.500	67	Kliwon, Paing
4	Klithikan, Niten	Tirtonirmolo, Kasihan	4.000	167	Harian
5	Barongan	Sumberagung, Jetis	10.345	316	Harian
6	Jejeran	Wonokromo, Pleret	4.000	711	Wage, Legi, Paing
7	Dlingo	Dlingo	40.000	195	Kliwon, Paing
8	Pleret	Pleret, Pleret	6.150	411	Kliwon, Pon
9	Janten	Ngestiharjo, Kasihan	1.000	79	Harian
10	Bantul	Bantul, Bantul	27.714	1.718	Harian
11	Celep	Srigading, Sanden	1.409	154	Kliwon, Pon
12	PSH. Imogiri	Kebonagung, Imogiri	12.000	120	Legi
13	Sungapan	Argodadi, Sedayu	967	104	Kliwon, Pon
14	Jagran	Sanden	-	-	

Sumber : Kantor Pengelolaan Pasar, 2018

Selain pasar dalam kondisi baik, keseluruhan pasar rakyat di Kabupaten Bantul berjumlah 31 pasar. Selain pasar rakyat, berkembang pula pasar modern, pasar modern merupakan jenis pasar dengan gaya baru, sistem tertutup dengan gedung yang megah. Berbeda dengan pasar rakyat yang kumuh, dengan sistem los pasar terbuka yang dapat ditembus hujan dan sinar matahari, tanpa dilengkapi dengan fasilitas yang memadai. Pasar modern memiliki penataan yang sistematis, menarik dan bagus. Efisiensi tempat dapat dilakukan sehingga daya tampung dapat berlipat-lipat. Dengan demikian menjadikan sebuah fakta yang kontras antara pasar rakyat dengan pasar moderen.

Pasar modern yang sudah banyak bermunculan tetap belum menggoyahkan posisi pasar rakyat walaupun hal tersebut merupakan tantangan yang sangat besar untuk pasar rakyat. Meskipun demikian pertumbuhan pasar modern, khususnya dalam bentuk mini market yang kini kian marak harus

menjadi perhatian utama. Seperti diketahui, mini market khususnya yang memiliki jaringan nasional bahkan internasional bukanlah pesaing yang seimbang bagi pasar rakyat. Keberadaan pasar rakyat sempat terancam dengan agresifnya penetrasi pasar modern di tengah masyarakat.

Keunggulan yang dimiliki pasar modern membuat pasar rakyat harus memutar otak dan melakukan transformasi. Untuk dapat bersaing dengan pasar modern tentulah pasar rakyat harus berbenah diri dari berbagai aspek manajerial mulai dari perencanaan hingga pengawasan. Khususnya adalah aspek sumber daya manusia, baik SDM pengelola pasar maupun SDM pedagang yang beraktivitas di pasar rakyat. Dominasi pasar modern di Bantul, pertama tercermin dari sisi jumlah. dibandingkan dengan pasar rakyat, pasar modern di sana bisa mencapai 100 unit. Sedangkan pasar rakyat hanya sekitar 32. Dari 32 pasar tersebut, hanya terdapat empat pasar besar yang dikelola oleh Pemerintah Daerah (Pemda) setempat. Salah satunya adalah Pasar Imogiri. Meski masih tergolong baru, pasar Imogiri sudah memperoleh berbagai penghargaan sebagai pasar sehat terbaik di Bantul bahkan tingkat provinsi Yogyakarta. Pasar yang merupakan relokasi ini dibangun pasca bencana gempa sekitar tahun 2010.

Dalam pengelolaannya, Pemda Bantul dibantu oleh APSI (Asosiasi Pedagang di Seluruh Indonesia) dan juga didukung oleh mitra. Menampung sekitar 1.500 pedagang dan memiliki luas hingga lima hektare, Pasar Imogiri memiliki berbagai fasilitas unggul yang menjadi andalan dalam menggaet masyarakat agar berbelanja di pasar rakyat. Pasar Imogiri juga menawarkan pengalaman berbelanja yang nyaman dan aman bersih dan tidak becek. Dalam pengelolaannya pasar Imogiri dengan pendampingan mitra melakukan pelatihan seputar manajemen pasar, mengelola keuangan, layanan yang andal, hingga tata letak yang andal melalui kelas manajemen Sekolah Pasar dan product display. Kebersamaan dan rasa memiliki yang telah tertanam kuat di antara para pedagang juga menjadi kunci sukses terwujudnya pasar sehat ini. Hasil dari upaya ini pun cukup baik. Selain mendapatkan berbagai penghargaan, Pasar Imogiri juga mampu mengumpulkan omset sekitar Rp 35 juta per bulan.

Keberhasilan pasar Imogiri tidak lepas dari peran pedagang pasar, pedagang merupakan pelaku utama di pasar yang perlu mendapatkan perhatian. Pendapatan pedagang merupakan pembentuk kesejahteraan. Semangat pedagang menjadi kekuatan utama yang menentukan dinamika pasar. Guna memperhitungkan kekuatan dan potensi pedagang pasar Imogiri maka perlu dilakukan survei omset / pendapatan pedagang pasar “Pasar Imogiri”. Pendapatan/ omset pasar selain menentukan kelangsungan hidup dan kesejahteraan pedagang juga dapat digunakan pengelola pasar/ Pemda dalam membuat kebijakan dalam pengelolaan Pasar Imogiri yang akan dijadikan Pasar andalan di Kabupaten Bantul dan salah satu pasar yang mempunyai Sertifikat Nasional Indonesia (SNI)

1.2. Permasalahan

Sejumlah pasar rakyat yang relatif besar di Kabupaten Bantul namun belum pernah dilakukan survei omset pedagang. Untuk kepentingan administrasi data di satu sisi, serta untuk kepentingan pertimbangan kebijakan publik diperlukan data mengenai omset pedagang pasar. Untuk itulah penting dan mendesak perlunya memenuhi kebutuhan data mengenai omset pedagang pasar Imogiri yang merupakan pasar andalan di Kabupaten Bantul. Pasar Imogiri perlu dilakukan survei omset atau pendapatan pedagang sehingga diketahui jumlah omset, asal barang, domisili pedagang, maupun sirkulasi barang. Rumusan permasalahan dalam studi ini adalah:

1. Bagaimana gambaran omset pedagang pasar di Pasar Imogiri berdasarkan jenis komoditas dan bentuk dasarnya ?
2. Dari mana sumber barang dagangan yang diperoleh pada pedagang dalam proses kulakan ?
3. Bagaimana rantai perdagangan barang berdasarkan jenis komoditas di Pasar Imogiri?

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data/ deskripsi pedagang dan komoditas pedagang dan tingkat pendapatan pedagang di Pasar Imogiri.

Adapun tujuan penelitian ini adalah

1. Mengetahui tingkat pendapatan pedagang Pasar Imogiri.
2. Menyediakan data sebagai bahan pengambilan kebijakan Pasar Imogiri untuk menjadi pasar andalan
3. Rekomendasi terkait upaya peningkatan pedagang di Pasar Imogiri

BAB II

KERANGKA TEORI

Semangat membangun bangsa yang mandiri, pasar-pasar rakyat perlu disesuaikan dengan perkembangan zaman. Fasilitas yang bersih dan terawat, akses yang mudah dengan bentuk transaksi yang sama dengan pasar moderen, akan memberikan pesona dan nilai tambah yang lebih. Pasar-pasar rakyat akan serasa kembali dalam aktivitas perekonomian yang sesuai dengan karakteristik masyarakatnya. Hal seperti melakukan perawatan fasilitas-fasilitas secara berkala, tentu akan menarik minat konsumen untuk kembali lebih memilih pasar rakyat sebagai tujuan utama.

Dilihat dari fungsi strategis pasar, maka hendaknya pasar memenuhi harapan bagi para konsumen, dan pemakainya. Dengan pemenuhan fasilitas baik yang bersifat fisik yaitu infrastruktur, bangunan los, maupun fasilitas jaringan komunikasi dan informasi, kawasan parkir, fasilitas toilet dan tempat ibadah, pengolahan sampah serta fasilitas layanan transportasi, hal tersebut tentu akan menjadi memiliki daya tarik untuk semua pihak.

Kemajuan perekonomian secara realitas tidak dapat hanya diukur pada perkembangan sektor-sektor makro, namun sebaiknya juga memperhatikan sektor mikro secara sepadan. Para pelaku di sektor mikro, justru lebih banyak daripada sektor makro, karena di sinilah letak perekonomian Indonesia yang sebenarnya. Akan sangat bermanfaat ketika sektor-sektor mikro ini terus didorong untuk berkembang, karena sektor mikro menyerap tenaga-tenaga kerja yang terampil dan bisa mengembangkan diri.

2.1. Pengertian Pasar

Pasar pada masyarakat mempunyai peranan penting yaitu sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pusat kebudayaan. Sebagai pusat kegiatan ekonomi, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Melalui pasar, masyarakat dapat memperoleh kebutuhan produksinya seperti modal, peralatan, dan tenaga. Di bidang distribusi pasar mempunyai peranan dalam menyebarluaskan barang-

barang hasil produksi yang dibutuhkan masyarakat. Sedangkan di bidang konsumsi, pasar menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan tambahan lainnya (Depdikbud, 1990:159).

Menurut Koentjaraningrat dalam Siwarini (2009:3) pengertian pasar adalah pranata yang mengatur komunikasi dan interaksi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengadakan transaksi pertukaran benda-benda, jasa ekonomi dan uang, dan tempat hasil transaksi yang dapat disampaikan pada waktu yang akan datang berdasarkan harga yang ditetapkan.

2.2. Pengertian Pasar rakyat

Menurut pengertiannya, pasar merupakan suatu tempat bagi manusia dalam mencari keperluan sehari-harinya (Trisnawati, 1988 dalam Siwarini 2009). Sedangkan menurut Belshaw (1981) Pasar adalah tempat yang mempunyai unsur-unsur social, ekonomis, kebudayaan, politis dan lain-lain, tempat pembeli dan penjual (atau penukar tipe lain) saling bertemu untuk mengadakan tukar-menukar. Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat dipahami bahwa di dalam institusi yang bernama pasar dijumpai banyak kelembagaan informal lain. Kelembagaan tersebut ikut menopang keberadaan pasar, agar interaksi penjual dan pembeli dapat berlangsung lebih intensif. Seperti lembaga penyuntik dana termasuk di dalamnya lembaga informal dan nonformal, seperti koperasi resmi dan tidak resmi, pendana perorangan/rentenir, preman dsb. Semua kelembagaan ini melekat pada beroperasinya sebuah pasar rakyat.

Tidak seperti pasar modern yang lebih bersifat tertutup, maka pasar rakyat tidak dapat lepas dari intervensi beberapa kekuatan informal dan nonformal. Kekuatan kelembagaan informal dan nonformal yang tertanam ini sulit untuk dihilangkan, karena hubungan yang bersifat subyektif yang terbentuk antara kelembagaan ini dengan para pedagang, sehingga terbentuk sebuah ketergantungan. Perbedaan lebih lanjut akibat struktur pasar modern dan pasar rakyat sehingga masing-masing memiliki komunitas, segmen pasar yang berbeda, karena adanya perbedaan antara pasar rakyat dan pasar moderen yang menjadikan keduanya memiliki daya tarik kepada segmen konsumen yang berbeda pula, yaitu:

1. Pasar rakyat

Pasar rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar (Perpres No.112 Tahun 2007).

2. Pasar Modern

Pasar Modern adalah pasar atau toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Adapun ritel modern yang diatur keberadaan lokasinya bahwa minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/ perkotaan. Berdasarkan luas lantai toko minimarket memiliki luas lantai < 400 m²(Perpres No.112 Tahun 2007).

Ciri pasar rakyat memperlihatkan hubungan pedagang dengan pembeli relatif dekat. Terjadi transaksi dengan cara dialog secara langsung. Harga menjadi kurang pasti, karena harga selalu melalui tawar menawar, dan kesepakatan berdasarkan kemampuan pembeli untuk menawar secara gigih, dan penjual untuk mematok berdasarkan pertimbangan keuntungan atau margin yang bervariasi akibat transaksi. Fokus pasar rakyat yang memberikan persediaan keperluan hidup sehari-hari dengan didominasi penyediaan sembako, sayur mayur, bahan bumbu, lauk-pauk dan buah-buahan dengan jumlah pedagang yang relatif besar.

2.3. Omset Penjualan

Omset merupakan jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual. Kata omset berarti jumlah, sedang penjualan berarti kegiatan menjual barang yang bertujuan untuk mencari laba/pendapatan. Jadi omset penjualan berarti jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil

menjual barang ataupun jasa. Menurut A. Chaniago dalam Siwarini (2009), omset penjualan adalah keseluruhan pendapatan yang di dapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Berdasarkan dengan beberapa definisi tersebut, maka selanjutnya dapat diperinci menjadi omset pedagang dan omset pasar.

Titik tekan analisis omset dapat mencakup dua hal yaitu omset pedagang dan omset pasar. Omset pedagang adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) yang diterima pedagang selama suatu masa jual yang dilakukan pedagang. Dari pemahaman ini maka yang penting untuk digarisbawahi adalah akumulasi hasil penjualan yang dilakukan oleh pedagang pada satuan waktu tertentu. Berbeda dengan pemaknaan omset penjualan, maka yang dimaksud sebagai omset pasar adalah jumlah seluruh uang atau perputaran uang yang dari hasil penjualan barang (dagangan) di suatu wilayah pasar selama masa jual tertentu. Pengertian ini memberikan perhatian kepada variabel tempat/wilayah dan variabel waktu.

2.4. Pedagang Pasar Rakyat

Pedagang adalah orang yang melakukan usaha dengan modal relatif sedikit, berusaha di bidang produksi dan penjualan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok tertentu dan dilaksanakan pada tempat-tempat strategis dalam suasana lingkungan yang informal di dalam masyarakat (Deddy dalam Aryati Siwarini, 2009:20). Secara umum pedagang pasar rakyat adalah sejumlah orang yang melakukan usaha penjualan barang dan jasa yang berada di kawasan pasar rakyat, dengan cara menyajikan barang dagangan secara terbuka, sehingga memungkinkan terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli secara inetraktif.

Di pasar rakyat seringkali dijumpai adanya variasi pedagang dilihat dari barang yang didasarkan, dan tempat untuk menata barang pada bentuk dasaran tertentu. Bertolak dari kondisi yang dihadapi oleh pedagang, maka selanjutnya dilakukan pendekatan yang tepat untuk melakukan klasifikasi pedagang tersebut. Pedagang dapat diklasifikasikan dengan didasarkan pada : tempat/lokasi/omset

penjualan serta komoditas, adapun klasifikasi tersebut menurut Perda Kabupaten Imogiri No.12 tahun 2012 adalah:

1. Pedagang Kios
2. Pedagang Los
3. Pedagann Los Sementara
4. Pedagang Tlasaran

Bentuk dasaran dapat menjadi pembeda dalam mencapai omset penjualan. Untuk itu perlu diperhatikan jenis dasaran yang memiliki potensi untuk menarik pembeli lebih besar, sehingga pedagang memiliki omset penjualan yang lebih besar. Demikian pula jenis dagangan juga menjadi penentu besarnya omset penjualan. Klasifikasi pedagang berdasar komoditas yang dijual menjadi sangat penting guna mengidentifikasi besar kecilnya atau tinggi rendahnya omset penjualan. Berdasarkan jenis dagangan, maka pedagang pasar rakyat dapat dibedakan menjadi tujuh kelompok sebagai berikut.

1. Pedagang Sayur
2. Pedagang Beras
3. Pedagang Daging
4. Pedagang Ikan
5. Pedagang Bumbu Dapur
6. Pedagang Pakaian
7. Pedagang Makanan/Minuman

Dengan adanya daftar pedagang didasarkan pada jenis dagangan maka dapat mempermudah untuk mengetahui jenis dagangan yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat secara rutin, berkala, periodik maupun insidental. Tentu saja jenis dagangan yang dikonsumsi setiap hari seperti sembako akan memiliki intensitas dan daya laku yang relatif paling tinggi, namun demikian dengan tingkat keuntungan yang sangat rendah. Sedangkan jenis dagangan yang secara periodik ada atau berkala diperlukan, maka daya laku rendah, namun dengan tingkat keuntungan relatif tinggi.

2.5. Komoditas Unggulan

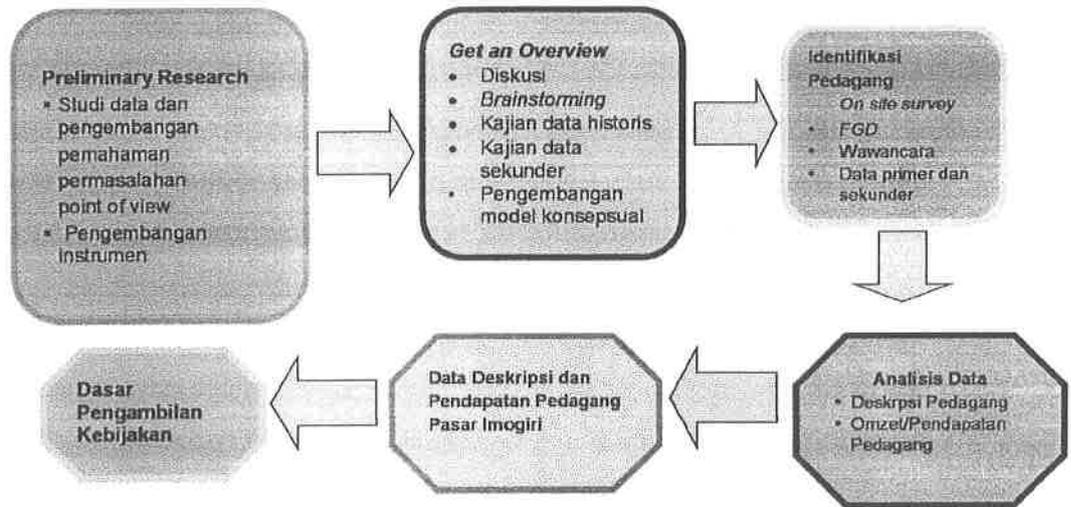
Komoditas adalah sebuah potensi yang dimiliki oleh suatu daerah khususnya mengenai suatu barang atau jasa yang bernilai ekonomi tinggi, sehingga dapat diperjual-belikan untuk menghasilkan pendapatan. Sedangkan komoditas unggulan adalah potensi yang bernilai strategis baik berupa barang atau jasa yang berdaya saing tinggi sehingga dapat diangkat sebagai branding suatu daerah/wilayah dan dijadikan sebagai sumber pendapatan daerah. Dalam konteks penelitian ini komoditas unggulan yang dimaksud adalah barang dagangan yang masuk di pasar rakyat yang diperjualbelikan oleh pedagang sebagai sumber pendapatan yang berdaya saing, baik yang frekuensi jumlah pedagang yang paling banyak dan atau pendapatan akumulatif dan rata-rata tertinggi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Kajian

Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan dan kerangka pikir seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1. Kegiatan ini diawali dengan *preliminary research*, yang meliputi studi data dan pengembangan pemahaman permasalahan untuk *point of view* dan pengembangan kajian. Dari *preliminary research* ini akan diperoleh *overview*. Setelah itu akan dilakukan pengumpulan data untuk mengidentifikasi pendapatan pedagang Pasar Imogiri, dan selanjutnya perhitungan pendapatan. Dari hasil perhitungan pendapatan dilakukan analisis diskriptif yang meliputi analisis karakteristik pedagang dan tingkat pendapatan pedagang serta perbandingan tinjauan pendapatan pedagang dengan pasar lain dengan tipe yang sama. Dari hasil analisis data primer juga akan dirumuskan permasalahan dan hambatan serta harapan pedagang terkait dengan usaha dagang dan upaya peningkatan omset mereka. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis dirumuskan rekomendasi kebijakan dan alternatif solusi atas permasalahan dan hambatan upaya peningkatan pendapatan pedagang Pasar Imogiri. Pendekatan kajian ditunjukkan oleh gambar 3.1 sebagai berikut:



Gambar 3.1. Pendekatan Kajian

Penelitian mengenai omset pasar/pendapatan pedagang menggunakan pendekatan survei, yaitu dengan melakukan “pencacahan” terhadap pedagang pasar “Pasar Imogiri”. Pendekatan ini digunakan dengan pertimbangan pentingnya mengetahui atau memotret variasi pedagang baik didasarkan pada komoditas yang diperjualbelikan, maupun jenis dasaran. Dengan demikian keterwakilan pedagang dilihat dari aspek komoditas maupun aspek jenis dasaran dapat dilihat secara terklasifikasi,

3.2. Unit Analisis

Unit analisis adalah pedagang pasar yang melakukan aktifitas berdagang di Pasar Imogiri dengan melihat omset barang yang diperjual belikan.

3.3. Data dan Sumber

Penelitian mengenai omset pasar/pendapatan pedagang menggunakan pendekatan survei, yaitu dengan melakukan “pencacahan” terhadap pedagang pasar “Pasar Imogiri”. Pendekatan ini digunakan dengan pertimbangan pentingnya mengetahui atau memotret variasi pedagang baik didasarkan pada komoditas yang

diperjualbelikan, maupun jenis dasarnya. Dengan demikian keterwakilan pedagang dilihat dari aspek komoditas maupun aspek jenis dasarnya dapat dilihat secara terklasifikasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara serta kuesioner terhadap sampel pedagang di Pasar Imogiri . Data Berdasarkan populasi pedagang di Pasar Imogiri adalah 1.429 pedagang diambil sampel yang dapat mewakili kondisi populasi. Sampel ditentukan dengan Rumus Slovin dengan margin error 5% diperoleh sebanyak 313 pedagang. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan menggunakan metode *proportionate stratified random sampling*. Pembagian pengambilan sampel digolongkan berdasarkan tempat pedagang Pasar Imogiri ditunjukkan oleh tabel 3.1.sebagai berikut sebagai berikut:

Tabel 3.1. Populasi dan Sampel Pedagang

Tempat Berdagang	Populasi	Sampel	Proporsi (%)
Kios	98	22	7
Los	992	217	69
Plataran	339	74	24
Jumlah	1.429	313	100

Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dengan melihat kecenderungan data mengenai omset/ pendapatan pedagang. Analisis ini menampilkan potret pedagang berdasarkan jenis atau klasifikasi dasarnya : kios, los dan plataran. Deskripsi terhadap kondisi omset/ pendapatan pedagang dilihat dari aspek komoditas. Untuk kepentingan penelitian ini maka ditentukan klasifikasi komoditas sebagai berikut:

1. Buah
2. Bumbon
3. Daging (Daging Ayam/Daging Sapi/Kambing)
4. Ikan
5. Kelontong

6. Makanan (Snack/Jajan Pasar)
7. Pakaian
8. Sayuran
9. Sembako

Pembagian komoditas di atas relatif terperinci, sehingga dapat menjelaskan kelompok pedagang dengan komoditas yang lebih spesifik.

Dari hasil perhitungan tersebut selanjutnya dilakukan pengambilan data ke lapangan dengan metode survei terhadap sampel 350 orang pedagang, tambahan sampel tersebut (yang semula 313) bertujuan untuk mengurangi tingkat kesalahan survei, hal tersebut dilakukan karena survei dilakukan karena keterbatasan waktu. Survei.

3.4. Metode Analisis Data

Dari data yang terkumpul, selanjutnya akan di lakukan analisis potensi dengan menggunakan statistik deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Analisis ini akan digunakan untuk mendukung kedalaman interpretasi baik dari hasil analisis data sekunder maupun data primer. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menghitung tingkat pendapatan pedagang. sedangkan analisis deskriptif kualitatif dilakukan untuk menganalisis permasalahan pedagang dan upaya peningkatan pendapatan pedagang. Analisis tingkat pendapatan pedagang dilakukan dengan menghitung omset dan keuntungan pedagang pasar perhari

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pasar Imogiri Bantul

Penelitian ini dilakukan di pasar Imogiri. Pasar Imogiri letaknya tidak jauh dari makam Raja – Raja Mataram yang berada di daerah Bantul, sekitar 17 Km dari pusat kota Yogyakarta. Keberadaan pasar Imogiri merupakan bagian dari sejarah kerajaan Mataram. Pasar Imogiri cukup menarik karena pasar Imogiri merupakan salah satu pasar yang hancur akibat gempa 2006. Pasar Imogiri tidak hanya mengalami perbaikan bangunan, tetapi juga terjadi pemindahan lokasi pasar. Awalnya pasar Imogiri berada di kawasan sebelum pintu masuk makam Raja – Raja Mataram. Kemudian dipindahkan ke Jalan Imogiri Timur. Tepatnya berada di jalur persimpangan Yogyakarta – Parangtritis dan Yogyakarta –Dlingo.

Pasar Imogiri sendiri berdiri di atas lahan milik pemerintah desa (kas desa) seluas 48.000 m². Jumlah pedagang di Pasar Imogiri pada tahun 2017 tercatat sebesar 1.587 pedagang. Pasar Imogiri merupakan satu – satunya pasar tipe A di Kabupaten Bantul. Di samping itu, Pasar Imogiri pada tahun 2017 juga lolos mendapatkan sertifikat pasar ber SNI dari Badan Standarisasi Nasional. Standarisasi tersebut tertuang dalam SNI 8152:2015. Pasar Imogiri telah melakukan perbaikan dan perubahan ke arah yang jauh lebih baik dari waktu ke waktu sehingga amat layak jika Pasar Imogiri ini mendapat predikat SNI dengan nilai 100 (sempurna). Dari seluruh pasar di Indonesia, baru 10 pasar yang sudah tersertifikasi SNI. Delapan pasar berada di DKI Jakarta, satu pasar di kawasan Depok, dan satu pasar di Temanggung. Kabupaten Bantul patut berbangga menyusul keberhasilan Pasar Imogiri dalam mendapatkan sertifikat Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152:2015. Sertifikasi ini diperoleh dari Kementerian Perdagangan (Kemendag) melalui Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN). Dengan demikian Pasar Imogiri di Bantul ini menjadi satu-satunya pasar rakyat ber-SNI di wilayah DIY.

4.2 Analisis Data

Sebagai sebuah pasar yang memiliki sertifikasi SNI, maka Pasar Imogiri dituntut untuk selalu dapat melakukan inovasi – inovasi di tengah arus globalisasi. Hal tersebut berkaitan juga dengan perkembangan pasar modern yang cukup masif. Untuk dapat berkembang dan berbenah, maka diperlukanlah suatu kajian mengenai pasar Imogiri. Kajian tersebut pada akhirnya akan mengantarkan pada sebuah kesimpulan tentang pendapatan pedagang di Pasar Imogiri yang sudah tersertifikasi secara nasional.

Selanjutnya, dalam kajian yang dilakukan terbagi menjadi empat kategori. Kategori pertama adalah mengenai identitas responden; kedua adalah mengenai pengalaman responden dalam berdagang; ketiga adalah mengenai omset pendapatan responden; dan keempat adalah mengenai permasalahan sekaligus harapan responden terhadap pasar Imogiri.

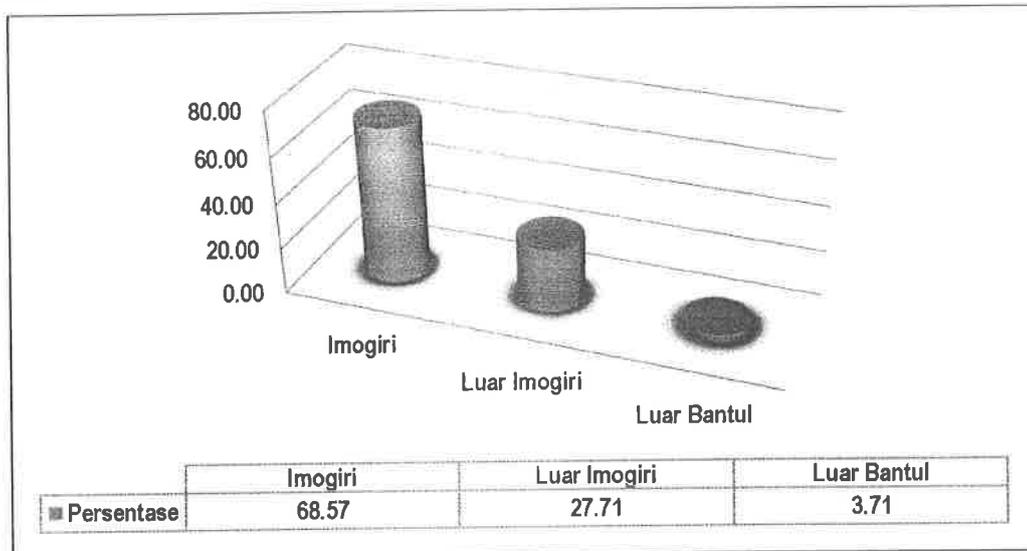
4.2.1 Identitas Responden

Kajian mengenai identitas responden pada penelitian ini terbagi menjadi sembilan kategori. Kategori tersebut meliputi, pertama adalah asal responden; kedua adalah usia responden; ketiga adalah jenis kelamin responden; keempat adalah tingkat pendidikan responden; kelima adalah status responden; keenam adalah jumlah anggota keluarga responden; ketujuh adalah jenis dasaran responden; kedelapan adalah jenis dagangan responden; dan kesembilan adalah lama responden dalam berdagang. Identitas responden pada akhirnya akan memberikan informasi yaitu bagaimana kondisi pedagang di Pasar Imogiri secara umum untuk dapat diambil suatu kebijakan kedepannya.

4.2.1.1 Asal Responden

Dalam kajian tentang tingkat pendapatan pedagang di pasar Imogiri ini, asal responden dikelompokkan menjadi tiga kategori. Kategori tersebut pertama adalah responden (pedagang) yang berasal dari Imogiri; kedua adalah responden yang berasal dari luar Imogiri; dan ketiga adalah responden yang berasal dari luar

Bantul. Selanjutnya, penjelasan mengenai asal responden diperlihatkan dalam grafik 4.1.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

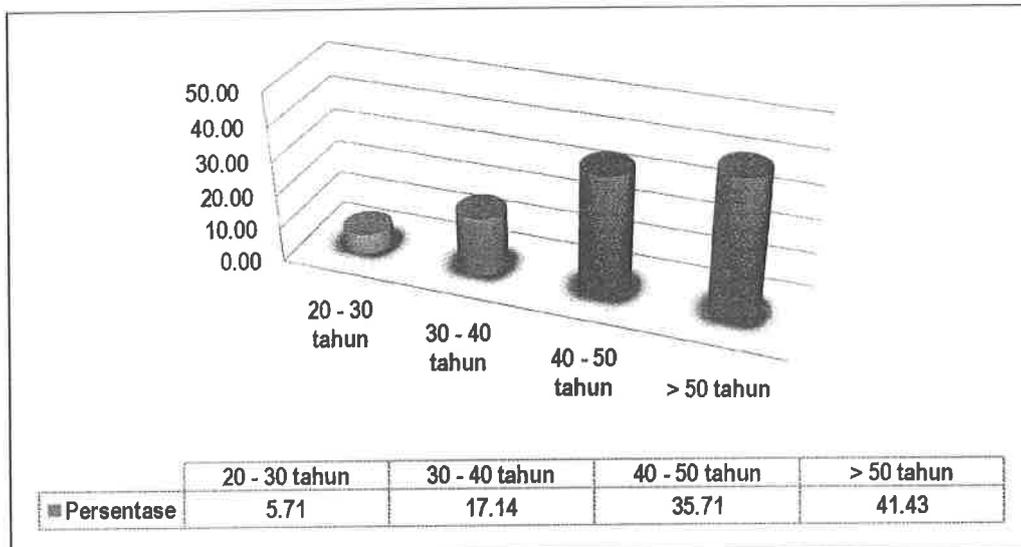
Grafik 4.1
Asal Responden

Berdasarkan grafik 4.1 dapat dilihat bahwa dari total 350 responden yang termasuk dalam kategori survei, sebanyak 68,57% responden berasal dari daerah Imogiri sendiri. Sedangkan sebanyak 27,71% responden berasal dari luar Imogiri namun masih dalam wilayah administrasi Kabupaten Bantul. Terakhir sebanyak 3,71% responden berasal dari luar wilayah Kabupaten Bantul yang meliputi kabupaten – kabupaten lain di Provinsi DIY. Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa dominasi utama pedagang di pasar Imogiri adalah pedagang yang berdomisili di Kecamatan Imogiri.

4.2.1.2 Usia Responden

Dalam penelitian ini, kategori usia responden terbagi menjadi empat rentang usia. Rentang usia pertama adalah responden yang memiliki usia 20 – 30 tahun; rentang usia kedua adalah responden yang memiliki usia 30 – 40 tahun; rentang usia ketiga adalah responden yang memiliki usia 40 – 50 tahun; dan

rentang usia keempat adalah responden yang memiliki usia lebih dari 50 tahun. Selanjutnya, penjelasan mengenai usia responden diperlihatkan dalam grafik 4.2.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

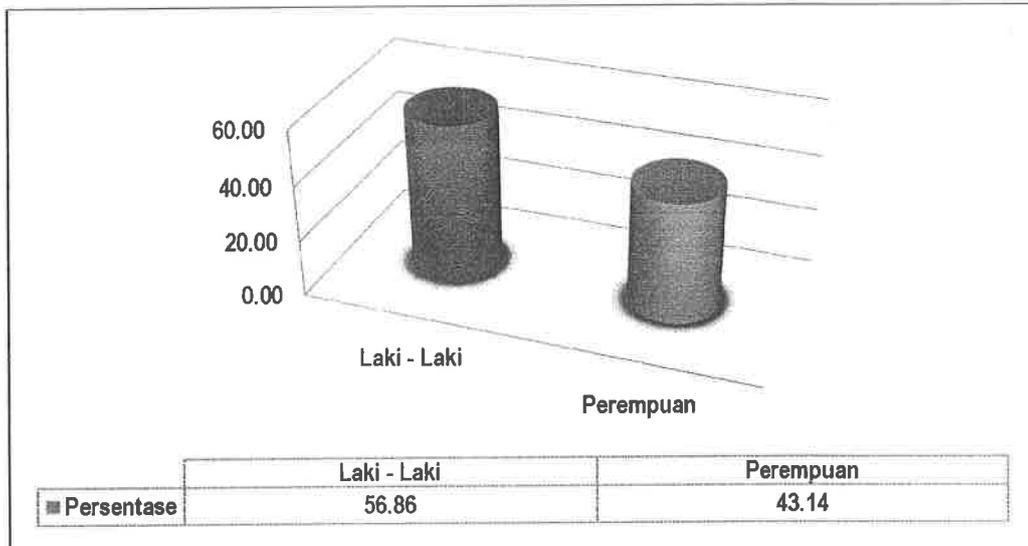
Grafik 4.2
Usia Responden

Berdasarkan grafik 4.1 dapat dilihat bahwa dari total 350 responden yang termasuk dalam kategori survei, secara umum, responden yang berdagang di pasar Imogiri adalah responden dengan rentang usia lebih dari 50 tahun yaitu sebanyak 41,43% responden. Selanjutnya responden dengan rentang usia 40 – 50 tahun berada di urutan kedua yaitu sebanyak 35,71% responden. Di urutan ketiga adalah responden dengan rentang usia 30 – 40 tahun yaitu sebanyak 17,14% responden. Dan di urutan keempat adalah responden dengan rentang usia 20 – 30 tahun yaitu sebanyak 5,71% responden. Informasi mengenai usia responden ini memberikan gambaran bahwa dominasi pedagang di pasar Imogiri adalah pedagang yang tergolong dalam usia menuju tidak produktif.

4.2.1.3 Jenis Kelamin Responden

Dominasi pedagang dengan jenis kelamin laki – laki masih mendominasi pasar Imogiri. Namun, meskipun jumlah pedagang laki – laki masih lebih banyak dari jumlah pedagang perempuan pada saat dilakukannya survei, namun tingkat

antara jumlah pedagang laki – laki dan perempuan hampir seimbang. Penjelasan mengenai jenis kelamin responden tersebut diperlihatkan dalam grafik 4.3.



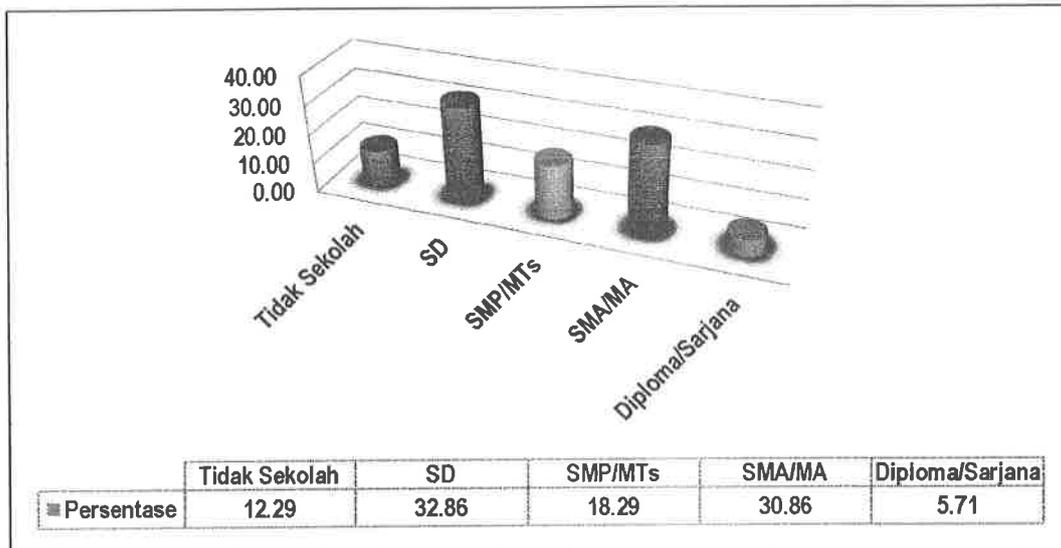
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.3
Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan grafik 4.3 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden (pedagang) laki – laki lebih banyak daripada responden (pedagang) wanita yaitu sebanyak 56,86% responden. Selanjutnya, jumlah pedagang wanita dari total 350 responden adalah sebanyak 43,14% responden. Meskipun jumlah pedagang laki – laki lebih banyak daripada jumlah pedagang perempuan, namun jumlah tersebut relative seimbang jika mengacu pada data hasil survei.

4.2.1.4 Tingkat Pendidikan Responden

Dalam penelitian ini, tingkat pendidikan responden terbagi menjadi lima kategori. Kategori tersebut pertama adalah responden yang tidak bersekolah; kedua adalah responden yang bertamatan Sekolah Dasar (SD); ketiga adalah responden tamatan SMP/MTs; keempat adalah responden dengan tamatan SMA/MA; dan kelima adalah responden dengan tamatan diploma / sarjana. Penjelasan mengenai tingkat pendidikan responden diperlihatkan dalam grafik 4.4.



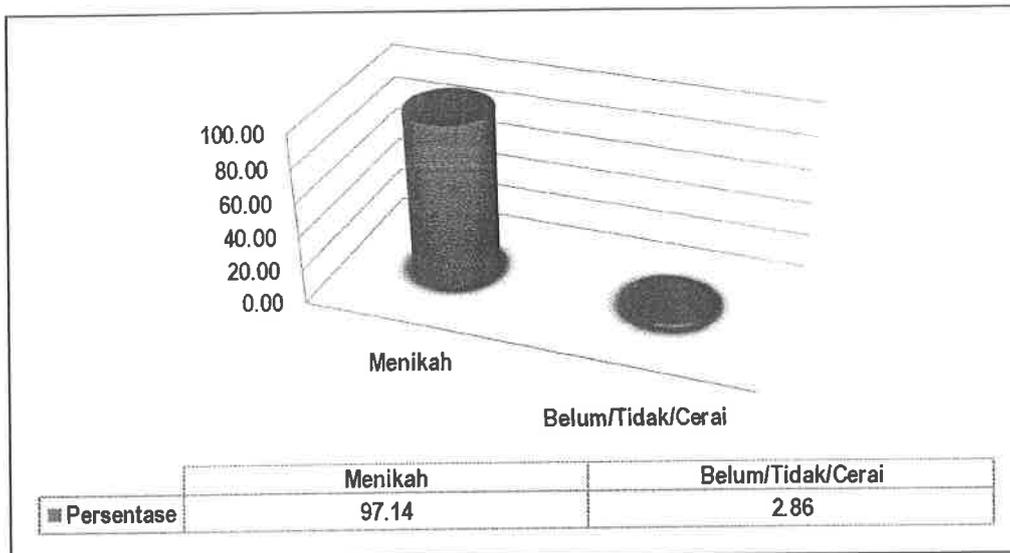
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.4
Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan grafik 4.4 dapat dilihat bahwa sebanyak 32,86% responden adalah responden yang hanya berkuliah SD. Selanjutnya sebanyak 30,86% responden adalah responden yang memiliki lulusan SMA/MA, disusul oleh responden yang memiliki tamatan sekolah SMP/MTs sebanyak 18,29% responden. Kemudian responden yang tidak sekolah berjumlah 12,29% responden, dan responden yang bertamatan diploma / sarjana sebanyak 5,71% responden. Berdasarkan analisis data tersebut dapat dilihat bahwa dominasi responden adalah responden dengan tamatan pendidikan dasar. Sedangkan responden dengan tamatan pendidikan menengah dan pendidikan tinggi lebih sedikit daripada dominasi responden berpendidikan dasar.

4.2.1. 5 Status Responden

Penjelasan mengenai status responden dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori. Kategori pertama adalah responden yang sudah menikah; dan kategori kedua adalah responden yang belum menikah atau cerai. Penjelasan mengenai status responden diperlihatkan dalam grafik 4.5



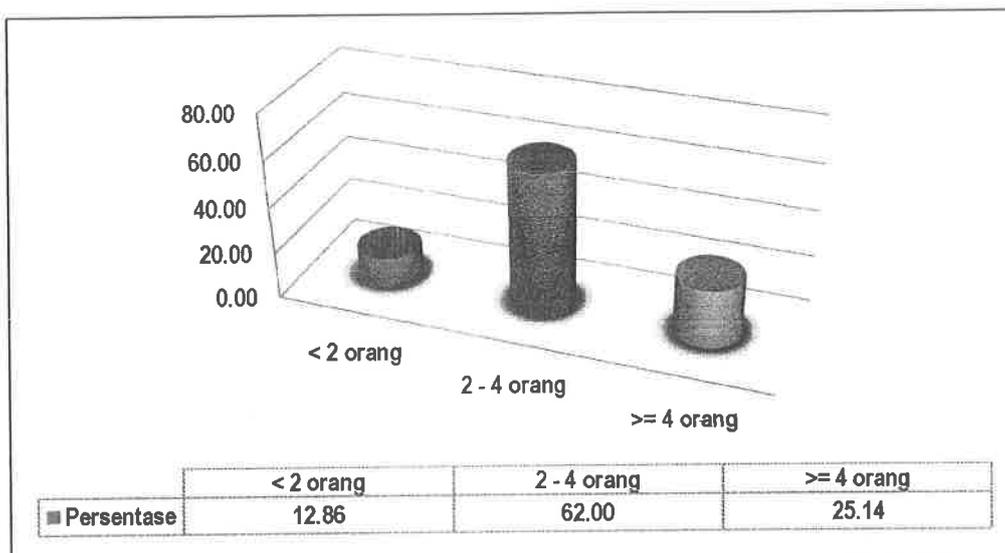
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.5
Status Responden

Berdasarkan grafik 4.5 di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 67,14% responden adalah responden yang memiliki status sudah menikah. Sedangkan sisanya sebanyak 2,86% responden adalah responden yang belum menikah atau cerai. Informasi ini memberikan gambaran bahwa secara umum, responden (pedagang) dalam melakukan aktifitasnya adalah pedagang yang sudah memiliki keluarga.

4.2.1.6 Jumlah Anggota Keluarga Responden

Dalam penelitian ini, jumlah anggota keluarga responden terbagi menjadi tiga kategori. Kategori pertama adalah responden yang memiliki keluarga kurang dari dua orang; kedua adalah responden yang memiliki anggota keluarga 2 – 4 orang; dan ketiga adalah responden yang memiliki anggota keluarga lebih dari 5 orang. Penjelasan mengenai jumlah anggota keluarga responden diperlihatkan dalam grafik 4.6.



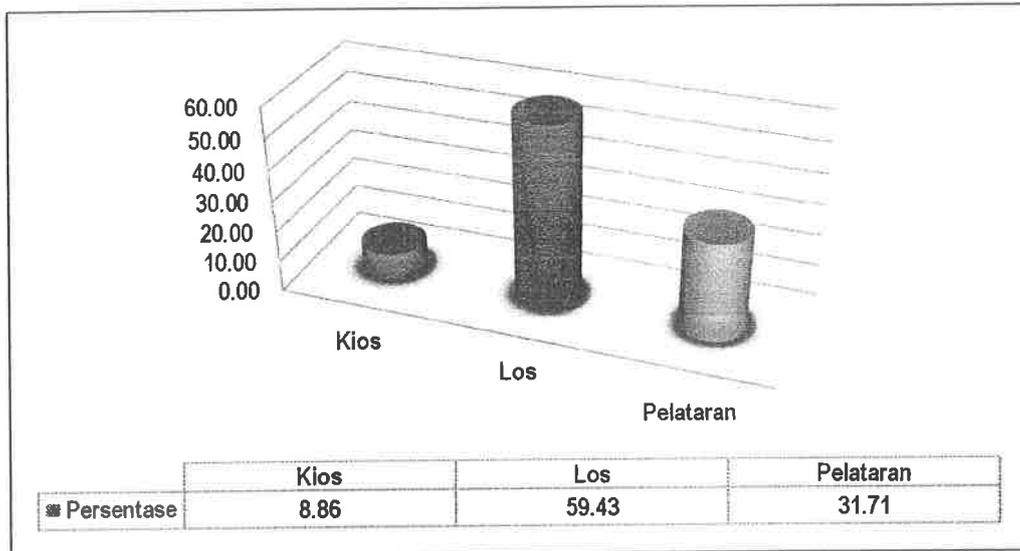
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.6
Jumlah Anggota Keluarga Responden

Berdasarkan grafik 4.6 dapat dilihat bahwa dominasi responden yang dilakukan survei adalah responden yang memiliki anggota keluarga 2 – 4 orang yaitu sebesar 62,00% responden. Selanjutnya jumlah responden yang memiliki anggota keluarga ≥ 5 orang adalah sebesar 25,14% responden. Terakhir responden dengan jumlah anggota keluarga kurang dari dua orang adalah sebesar 12,86% responden. Informasi mengenai jumlah anggota keluarga responden ini memberikan gambaran tentang jumlah beban tanggungan responden dengan aktifitas utamanya sebagai pedagang.

4.2.1.7 Jenis Dasar Responden

Jenis dasar responden adalah tempat responden dalam melakukan aktifitas perdagangannya. Dalam penelitian ini, jenis dasar responden dikelompokkan menjadi tiga kategori. Kategori pertama adalah responden yang berdagang di kios (jenis dasar kios); kedua adalah responden yang berdagang di los (jenis dasar los); dan ketiga adalah responden yang berdagang di pelataran (jenis dasar pelataran). Penjelasan mengenai tingkat dasar responden diperlihatkan dalam grafi 4.7.



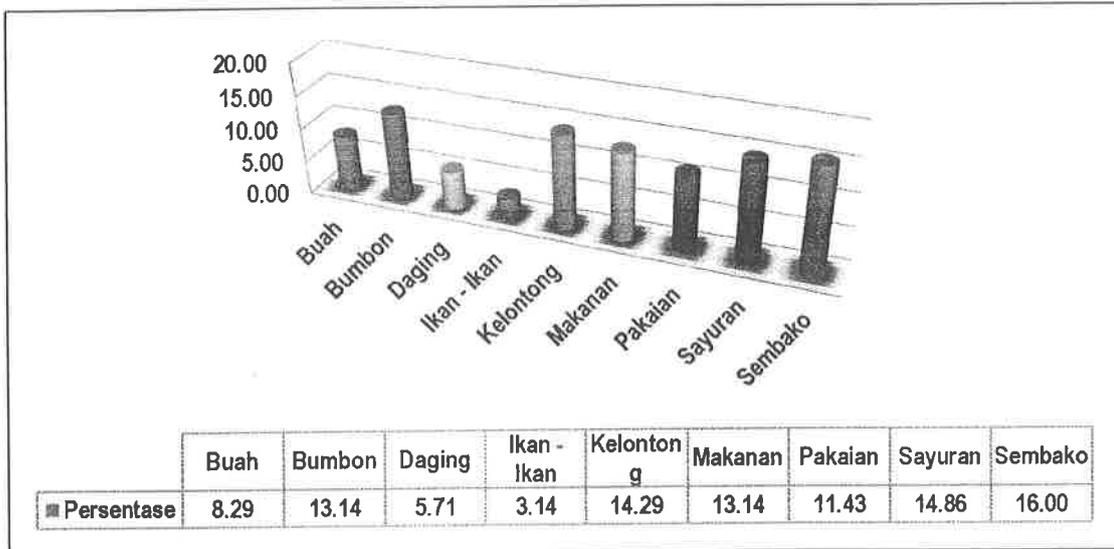
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.7
Jenis Dasar Responden

Berdasarkan grafik 4.7 dapat dilihat bahwa dari 350 responden yang dilakukan survei, sebanyak 59,43% responden adalah responden yang menggunakan los sebagai dasar (tempat berdagang). Selanjutnya sebanyak 31,71% adalah responden yang melakukan aktifitas berdagangnya di pelataran. Sedangkan sisanya sebanyak 8,86% adalah responden yang berdagang di kios. Banyaknya responden yang berdagang di los menandakan bahwa kenyamanan di los adalah hal yang paling banyak dicari responden di samping retribusi los yang masih sangat terjangkau oleh responden.

4.2.1.8 Jenis Dagangan Responden

Dalam penelitian ini, jenis dagangan responden dikelompokkan menjadi sembilan kategori komoditas. Kategori tersebut pertama adalah buah; kedua adalah bumbu; ketiga adalah daging; keempat adalah ikan – ikan; kelima adalah kelontong; keenam adalah makanan; ketujuh adalah pakaian; kedelapan adalah sayuran; kesembilan adalah sembako. Penjelasan mengenai jenis dagangan responden diperlihatkan dalam grafik 4.8.



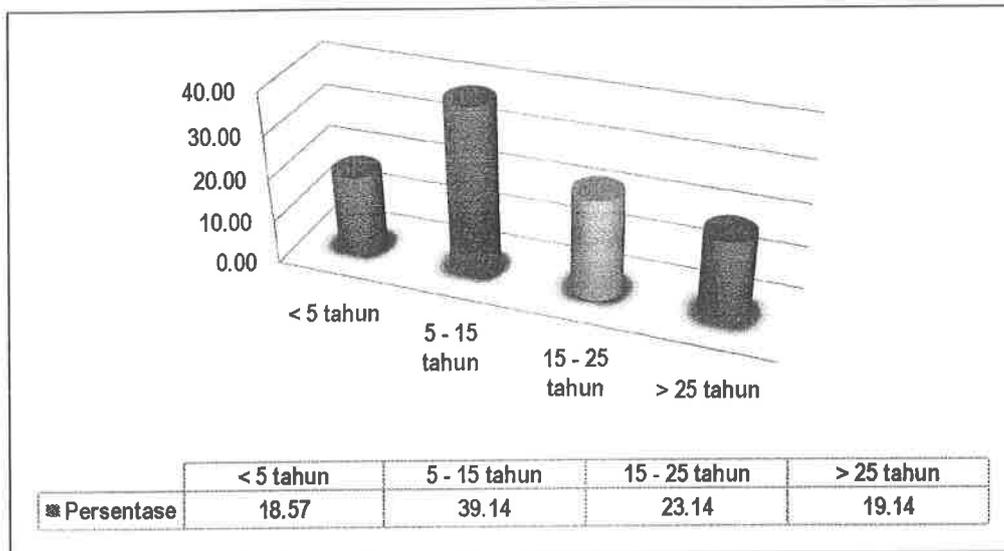
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.8
Jenis Dagangan Responden

Berdasarkan grafik 4.8 dapat dilihat bahwa sebanyak 14,86% adalah responden yang berjualan sayuran. Kemudian sebanyak 14,29% adalah responden yang berjualan kelontong dan sebanyak 13,14% adalah responden yang berjualan makanan (makanan kering dan warung makan). Selanjutnya sebanyak 11,43% adalah responden yang berjualan pakaian. Kemudian masing – masing sebesar 13,14% , 8,29% , 5,71% , dan 3,14% adalah responden yang berjualan bumbon, buah, daging, dan ikan – ikan.

4.2.1.9 Lama Berdagang Responden

Dalam penelitian ini, lama berdagang responden dikelompokkan menjadi empat kategori. Kategori pertama adalah responden yang berdagang kurang dari 5 tahun; kedua adalah responden yang berdagang selama 5 – 15 tahun; ketiga adalah responden yang berdagang 15 – 25 tahun; dan keempat adalah responden yang berdagang lebih dari 25 tahun. Penjelasan mengenai lama berdagang responden diperlihatkan dalam grafik 4.9.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.9
Lama Berdagang Responden

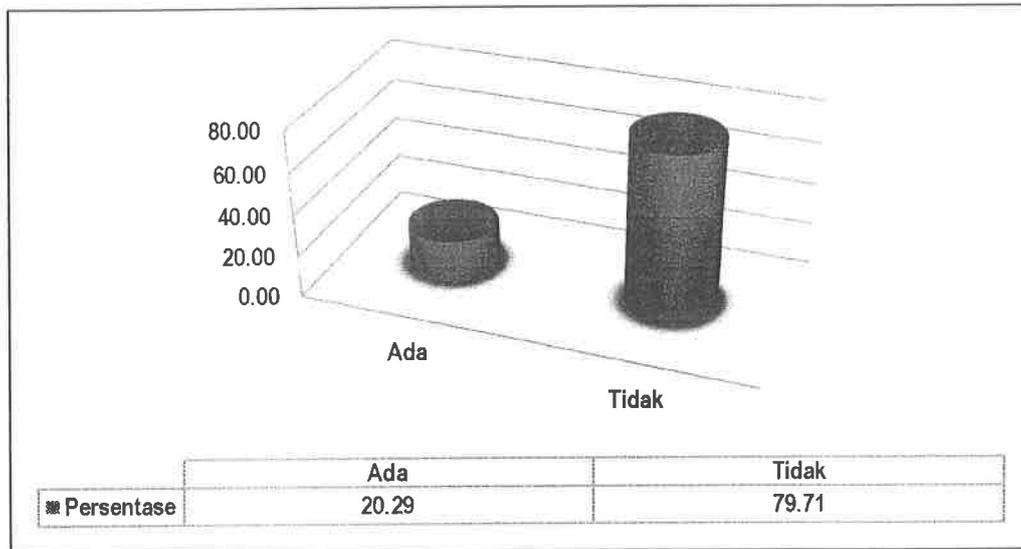
Berdasarkan grafik 4.9 dapat dilihat bahwa responden yang telah berdagang 5 – 15 tahun mendominasi keseluruhan sampel yang diambil yaitu sebanyak 39,14% responden. Kemudian responden yang berdagang 15 – 25 tahun adalah sebanyak 23,14%. Sedangkan responden yang telah berdagang kurang dari lima tahun dan lebih dari 25 tahun masing – masing sebesar 19,14% dan 18,57%. Informasi mengenai lamanya responden dalam berdagang memberikan gambaran bahwa kenyamanan, kerapian, dan banyaknya jumlah konsumen menjadikan para responden (pedagang) betah berdagang di pasar Imogiri.

4.2.2 Pengalaman Berdagang

Pengalaman berdagang responden yang dikaji dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi enam kategori. Kategori pertama adalah apakah ada pekerjaan responden selain berdagang; kedua adalah modal responden dalam berdagang; ketiga adalah asal kulakan responden; keempat adalah pelanggan tetap; kelima adalah ada atau tidaknya proses tawar menawar ketika transaksi dengan pembeli; dan keenam adalah bagaimana cara pembayaran yang dilakukan ketika transaksi terjadi.

4.2.2.1 Pekerjaan Utama Responden

Dalam penelitian ini, pertanyaan yang diajukan adalah apakah terdapat pekerjaan lain selain berdagang di pasar Imogiri. Penjelasan mengenai pekerjaan utama responden diperlihatkan dalam grafik 4.10 berikut.



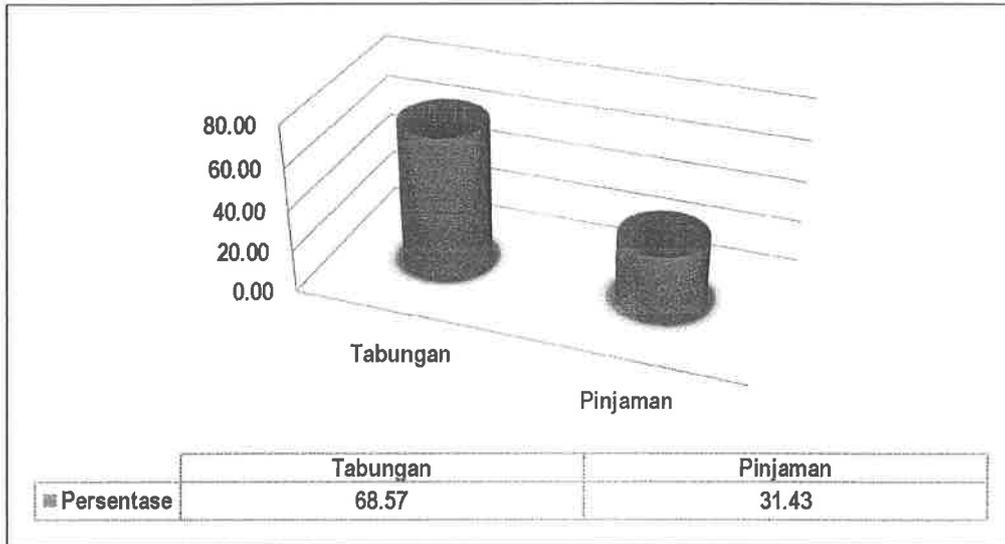
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.10
Pekerjaan Responden Selain Berdagang

Berdasarkan grafik 4.10 dapat dilihat bahwa sebanyak 79,71% responden adalah responden yang tidak memiliki pekerjaan selain berdagang di pasar Imogiri. Sedangkan sisanya sebanyak 20,29% responden merupakan responden yang memiliki pekerjaan lain selain di pasar Imogiri. Pekerjaan lain tersebut adalah bertani, dan melakukan kegiatan jasa. Informasi mengenai apakah terdapat pekerjaan lain selain berdagang memberikan gambaran bahwa secara umum, responden (pedagang) menggantungkan hidupnya dari berdagang di pasar Imogiri atau dapat dikatakan bahwa berdagang merupakan aktifitas dan profesi utama responden.

4.2.2.2 Modal Dalam Berdagang

Dalam penelitian ini, pertanyaan yang selanjutnya diajukan adalah darimana asal modal yang digunakan oleh responden dalam berdagang. Jawaban yang disediakan dikelompokkan menjadi dua, yaitu dari tabungan (modal sendiri) dan dari pinjaman. Penjelasan mengenai modal berdagang diperlihatkan oleh grafik 4.11.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

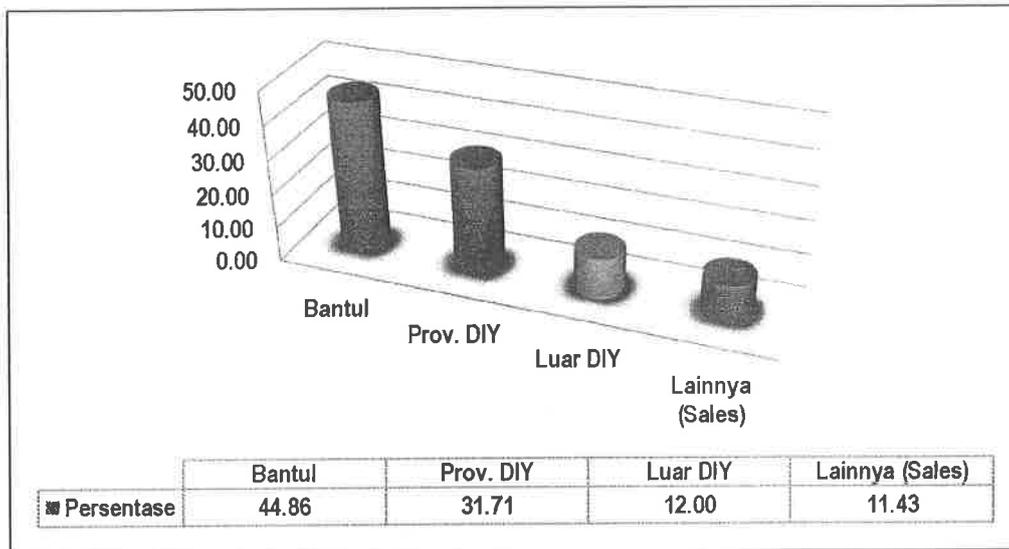
Grafik 4.11
Modal Utama Responden

Berdasarkan grafik 4.11 dapat dilihat bahwa secara umum responden menggunakan tabungan pribadi sebagai modal utama berdagang. Hal tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 68,57% responden menggunakan tabungan pribadi sebagai modal usaha. Sedangkan sisanya sebanyak 31,43% responden menggunakan modal pinjaman yang bersumber dari perbankan, koperasi, dan BMT sebagai modal utama dalam berdagang.

4.2.2.3 Asal Kulakan

Dalam penelitian ini, asal kulakan konsumen dikelompokkan menjadi empat kategori. Kategori tersebut berkaitan dengan apakah asal kulakan responden berasal dari luar daerah atau tidak. Kategori pertama adalah apakah

asal kulakan responden berasal dari Kabupaten Bantul; kedua apakah berasal dari sekupan Provinsi DIY; ketiga adalah apakah berasal dari luar Provinsi DIY; dan keempat adalah apakah kulakan tersebut bersumber dari sales. Penjelasan mengenai asal kulakan responden diperlihatkan dalam grafik 4.12.



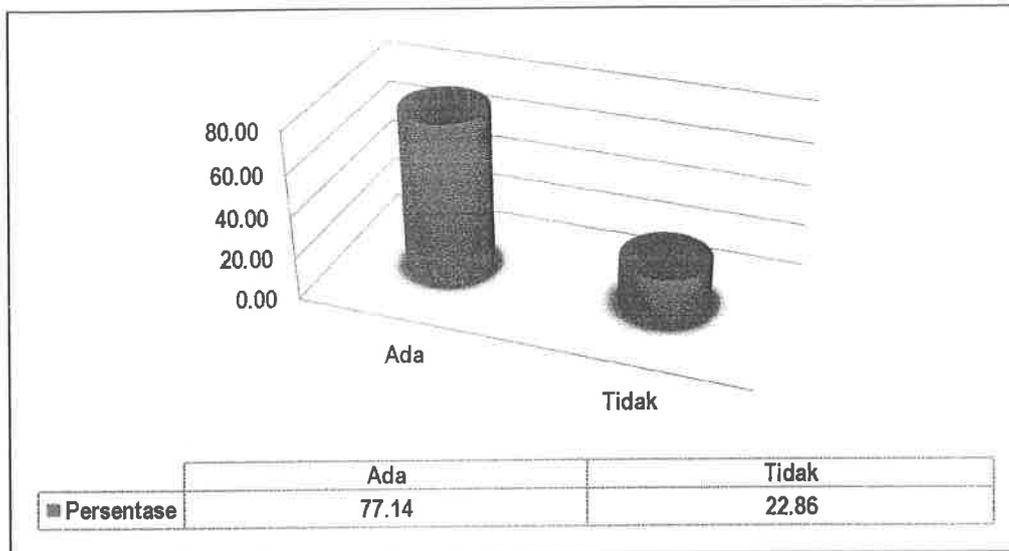
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.12
Asal Kulakan Responden

Berdasarkan grafik 4.12 dapat dilihat bahwa secara umum kulakan para responden (pedagang) berasal dari Kabupaten Bantul sendiri, yaitu sebesar 44,86% responden. Kemudian sebanyak 31,71% asal kulakan responden berasal dari wilayah – wilayah lain yang masih dalam lingkungan Provinsi DIY. Selanjutnya sebanyak 12% responden mendapatkan barang untuk diperdagangkan dari luar Provinsi DIY. Terakhir, sebanyak 11,43% responden memperoleh barang dagangannya dari sales.

4.2.2.4 Pelanggan Tetap Responden

Kajian selanjutnya yang dilakukan dalam penelitian ini adalah apakah responden memiliki pelanggan tetap atau tidak. Penjelasan tersebut diperlihatkan dalam grafik 4.13.



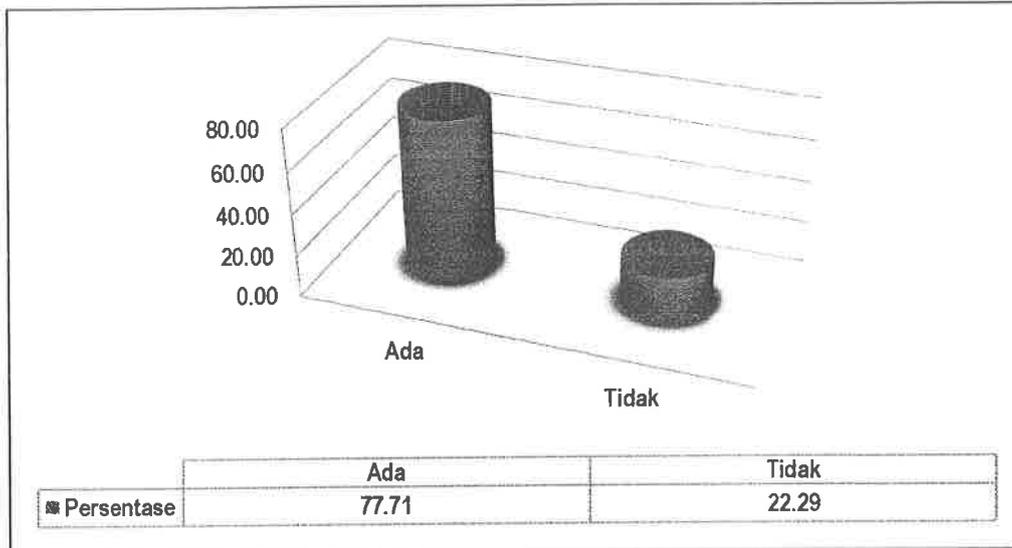
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.13
Pelanggan Tetap Responden

Berdasarkan grafik 4.13 dapat dilihat bahwa sebanyak 77,14% responden memiliki pelanggan tetap. Selanjutnya sebanyak 22,86% responden sisanya tidak memiliki pelanggan tetap. Informasi ini memberikan gambaran bahwa ada atau tidak adanya pelanggan tetap pada akhirnya dapat mempengaruhi omset pendapatan responden (pedagang).

4.2.2.5 Proses Tawar Menawar

Proses tawar menawar merupakan suatu hal yang lazim ketika transaksi dilakukan di pasar tradisional. Pertanyaan yang diajukan dalam hal ini adalah apakah terjadi proses tawar menawar atau tidak ketika proses transaksi berlangsung. Penjelasan mengenai proses tawar menawar ketika transaksi berlangsung diperlihatkan dalam grafik 4.14.



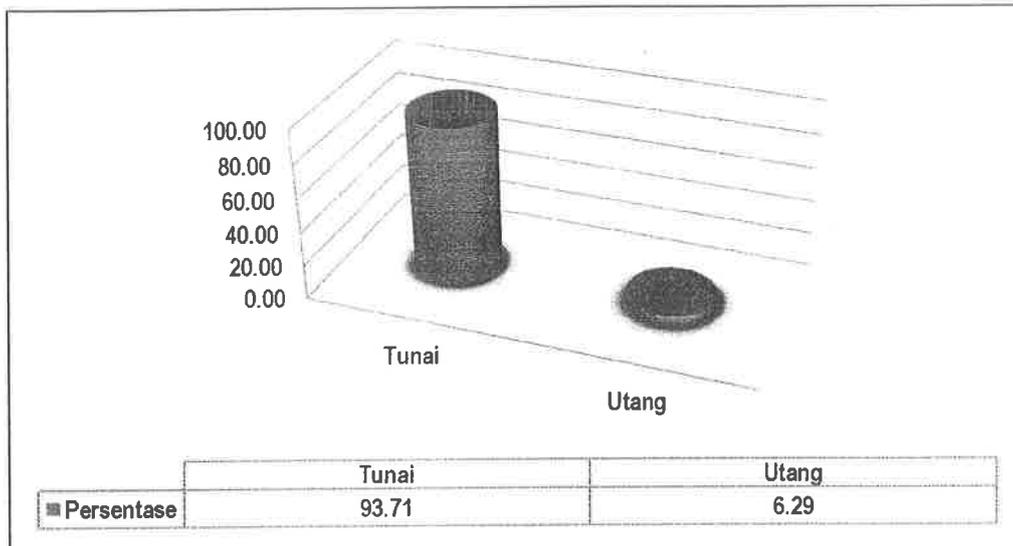
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.14
Proses Tawar Menawar Ketika Transaksi Berlangsung

Berdasarkan grafik 4.14 dapat dilihat bahwa secara mayoritas, ketika transaksi berlangsung terjadi proses tawar menawar antara pembeli dengan responden, yaitu sebanyak 77,71% responden. Sedangkan sisanya sebanyak 22,29% responden tidak terjadi proses tawar menawar. Meskipun tawar menawar merupakan suatu hal yang lazim di pasar tradisional, namun terdapat beberapa komoditas yang sudah diketahui harganya secara umum di pasaran, sehingga tidak perlu dilakukan lagi proses tawar menawar.

4.2.2.6 Cara Pembayaran

Dalam penelitian ini, pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah apakah cara pembayaran yang dilakukan dengan tunai atau hutang. Informasi mengenai cara pembayaran ini memberikan gambaran tentang bagaimana responden (pedagang) memperoleh penghasilan dalam jumlah tertentu. Penjelasan mengenai cara pembayaran ini diperlihatkan dalam grafik 4.15.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.15
Cara Pembayaran Ketika Transaksi Berlangsung

Berdasarkan grafik 4.15 dapat dilihat bahwa sebanyak 93,71% responden cara pembayaran yang dilakukan adalah secara tunai. Sedangkan sisanya sebanyak 6,29% responden dilakukan secara utang. Perbedaan cara pembayaran ini menandakan bahwa terdapat beberapa komoditas barang yang dalam memilikinya tidak dapat dibayarkan secara tunai.

4.2.3 Komoditas Unggulan

Komoditas unggulan merupakan produk terbesar di pasar. Dengan mengetahui komoditas unggulan maka akan diketahui sumber pendapatan terbesar dilihat dari aspek perdagangan yang dilakukan di lima pada tersebut. Untuk melihat secara lebih spesifik dan detail terhadap komoditas unggulan ini akan dibahas satu per satu pasar yang dianalisis. Langkah ini diperlukan sebab setiap pasar memiliki komoditas unggulan yang berbeda-beda.

4.2.3.1 Jenis Kluster Per Komoditas

Uraian mengenai komoditas unggulan di Pasar Imogiri dilakukan dengan membandingkan jenis kluster (dasaran) yang digunakan dalam berdagang per komoditas. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, jenis dasaran yang digunakan oleh pedagang di Pasar Imogiri terbagi menjadi tiga, yaitu los, kios dan dasaran. Pasar Imogiri jika dilihat dari aspek karakteristik wilayahnya merupakan daerah urban, karena relatif dekat dengan pusat kota, dan dilalui oleh jalan nasional. Untuk itu dinamika perkotaan berpengaruh relatif kuat terhadap karakteristik pasar. Dengan demikian komoditas unggulan yang menjadi sumber pendapatan para pedagang juga memiliki susunan yang berbeda dengan pasar yang terletak di wilayah suburban dan rural. Adapun susunan komoditas unggulan tercantum di dalam tabel berikut ini 4.1 berikut.

Tabel 4.1
Jenis Kluster Komoditas Unggulan Pasar Imogiri

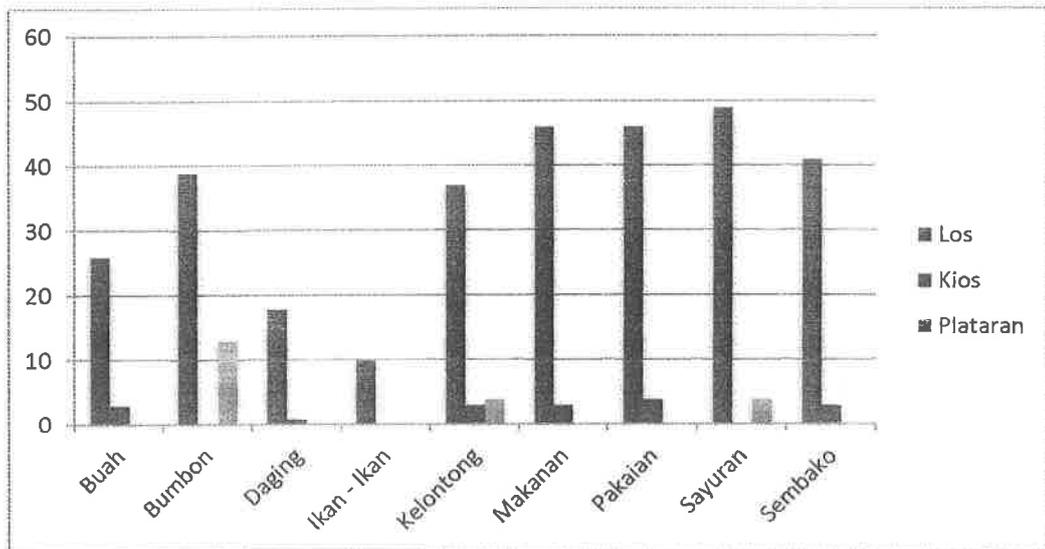
No	Komoditas	Kluster			Jumlah
		Los	Kios	Plataran	
1	Buah	26	3	0	29
2	Bumbon	39	0	13	52
3	Daging	18	1	0	19
4	Ikan - Ikan	10	0	0	10
5	Kelontong	37	3	4	44
6	Makanan	46	3	0	49
7	Pakaian	46	4	0	50
8	Sayuran	49	0	4	53
9	Sembako	41	3	0	44
Jumlah		312	17	21	350

Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Tabel 4.1 menunjukkan rincian sebaran responden berdasarkan pada komoditas dan kluster tempat berjualan. Dari data tersebut diketahui terdapat 350 pedagang di Pasar Imogiri yang menjadi responden. Dari 350 responden tersebut kemudian dibedakan menjadi beberapa komoditas dan kluster. Sehingga dapat diketahui bahwa komoditas tertinggi adalah sayuran yaitu sebanyak 53 responden, kemudian bumbon 52 responden. Selanjutnya komoditas pakaian sebanyak 50 responden, komoditas makanan dan warung makan 49 responden, komoditas kelontong 44 responden, komoditas sembako 44 responden, komoditas buah 29

responden, komoditas daging 19 responden dan komoditas yang paling sedikit yaitu ikan – ikan sebanyak 10 responden.

Adapun jenis sebaran responden secara grafik diperlihatkan dalam grafik 4.16 berikut.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.16
Sebaran Responden Per Komoditas

Berdasarkan grafik 4.16 dapat dilihat bahwa sebaran terbesar dari setiap responden adalah responden yang berada di los, disusul dengan responden yang berada di plataran, dan terakhir adalah responden yang berada di kios. Hal ini menjadi lumrah sebab harga kios yang terlampau mahal dan kondisi plataran yang dapat berubah seiring dengan kondisi cuaca menyebabkan kebanyakan responden memilih menggunakan los.

4.2.4 Omset dan Keuntungan Responden

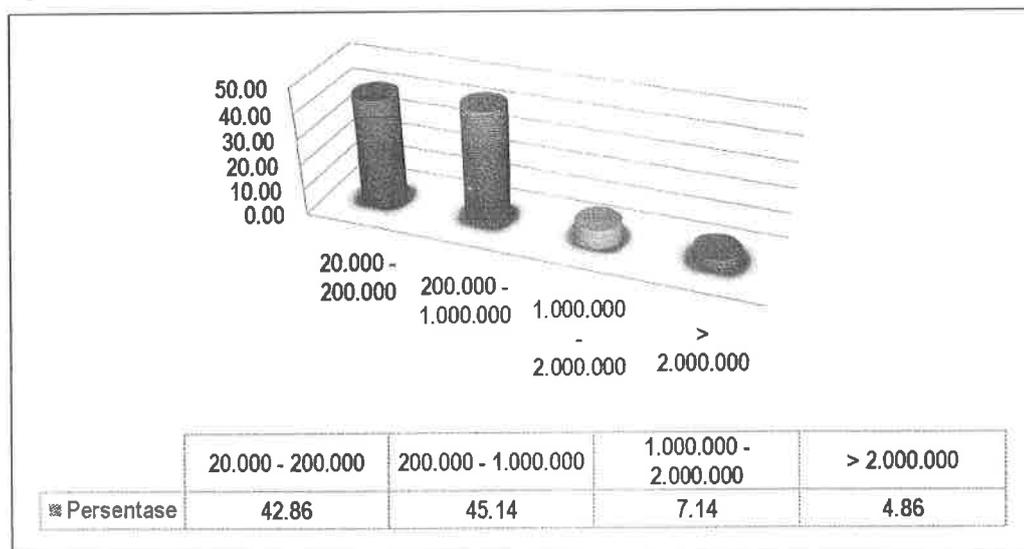
Kajian mengenai omset dan keuntungan responden dikelompokkan menjadi lima kategori. Kategori pertama adalah pendapatan responden perhari; kedua adalah pendapatan responden perbulan; ketiga adalah keuntungan responden perhari; keempat adalah keuntungan responden perbulan; dan kelima adalah ada atau tidaknya karyawan yang dipekerjakan. Omset pendapatan responden memberikan informasi tentang seberapa besar pendapatan kotor

konsumen setiap hari dan setiap bulannya. Sedangkan keuntungan responden selama berdagang memberikan informasi tentang seberapa besar hasil bersih yang diperoleh responden selama berdagang.

Selanjutnya, dalam uraian ini juga akan disertakan analisis omset pendapatan per komoditas. Analisis ini nantinya akan memberikan gambaran tentang sejauh mana komoditas – komoditas tersebut mampu menjadi penopang kebutuhan masyarakat dan pemasukan bagi para pedagang. Uraian terakhir yang akan diberikan adalah perbandingan dengan pasar tipe A lainnya di wilayah Provinsi DIY (Pasar Sleman).

4.2.4.1 Omset Pendapatan Responden Perhari

Dalam penelitian ini, omset pendapatan responden perhari dikelompokkan menjadi empat kategori. Kategori pertama adalah responden dengan omset pendapatan Rp 50.000,00 – Rp 500.000,00 perhari; kedua adalah responden dengan omset pendapatan Rp 500.000,00 – Rp 1.500.000,00 perhari; ketiga adalah responden dengan omset pendapatan Rp 1.500.000,00 – Rp 2.500.000,00 perhari; dan keempat adalah responden dengan omset pendapatan > Rp 2.500.000,00 perhari. Penjelasan mengenai omset pendapatan responden perhari diperlihatkan dalam grafik 4.16.



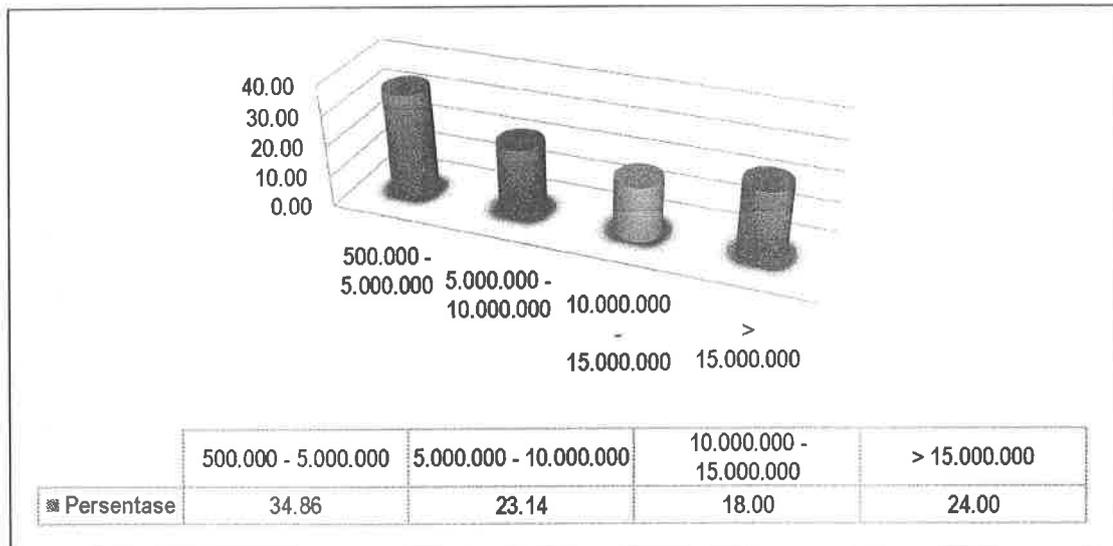
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.17. Omset Pendapatan Responden Perhari

Berdasarkan grafik 4.17 dapat dilihat bahwa omset pendapatan responden perhari terbesar berada pada rentang Rp 500.000,00 – Rp 1.500.000,00, yaitu sebanyak 45,14% responden. Selanjutnya responden dengan rentang pendapatan sebesar Rp 50.000,00 – Rp 500.000,00 adalah sebesar 42,86% responden. Kemudian disusul oleh responden dengan rentang tingkat pendapatan sebesar Rp 1.500.000,00 – Rp 2.500.000,00 sebesar 7,14% responden. Terakhir adalah responden dengan omset pendapatan perhari > Rp 2.500.000,00 sebesar 4,86% responden.

4.2.4.2 Omset Pendapatan Responden Perbulan

Dalam penelitian ini, omset pendapatan responden perbulan dikelompokkan menjadi empat kategori. Kategori pertama adalah responden dengan omset pendapatan perbulan sebesar Rp 500.000,00 – Rp 5.000.000,00; kedua adalah responden dengan omset pendapatan perbulan sebesar Rp 5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00; ketiga adalah responden dengan omset pendapatan perbulan sebesar Rp 10.000.000,00 – Rp 15.000.000,00; dan keempat adalah responden dengan omset pendapatan perbulan > Rp 15.000.000,00. Penjelasan mengenai omset pendapatan responden perbulan diperlihatkan dalam grafik 4.18.



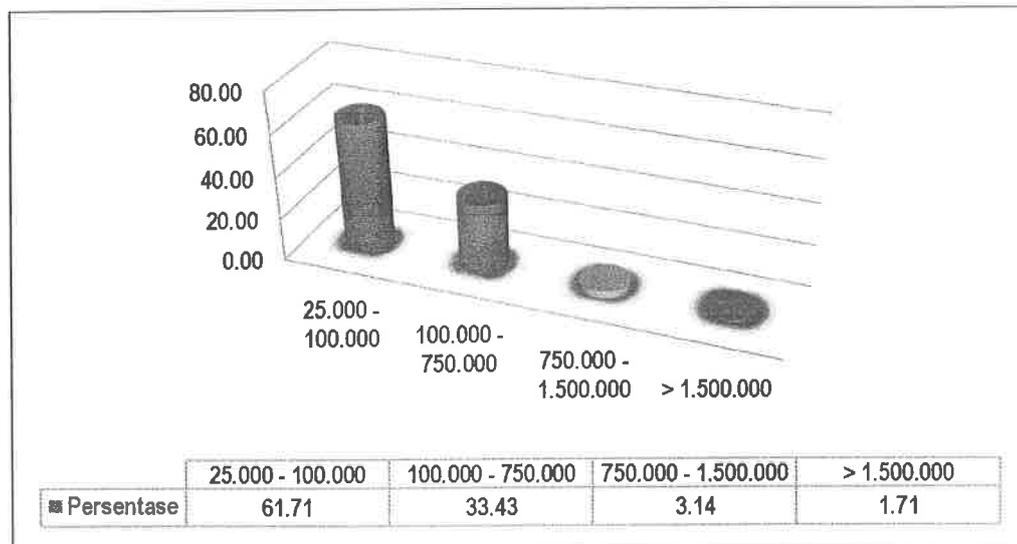
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.18
Omset Pendapatan Responden Perbulan

Berdasarkan grafik 4.18 dapat dilihat bahwa omset pendapatan responden perbulan terbesar pertama berada pada rentang Rp 500.000,00 – Rp 5.000.000,00 yaitu sebanyak 34,86% responden. Kemudian urutan kedua berada pada rentang Rp 5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00 yaitu sebesar 23,14% responden. Pada urutan ketiga adalah responden dengan rentang pendapatan > Rp 15.000.000,00 yaitu sebesar 24% responden. Pada urutan terakhir adalah responden dengan rentang pendapatan Rp 10.000.000,00 – Rp 15.000.000,00 sebesar 18% responden. Kalkulasi perhitungan omset pendapatan responden (pedagang) perbulan ini didasarkan pada asumsi omset pendapatan responden perhari pada analisis sebelumnya.

4.2.4.3 Keuntungan Responden Perhari

Dalam penelitian ini, keuntungan responden perhari dikelompokkan menjadi empat kategori. Kategori pertama adalah responden dengan rentang keuntungan perhari sebesar Rp 25.000,00 – Rp 100.000,00. Kedua adalah responden dengan rentang keuntungan sebesar Rp 100.000,00 – Rp 750.000,00. Ketiga adalah responden dengan rentang keuntungan sebesar Rp 750.000,00 – Rp 1.500.000,00. Keempat adalah responden dengan rentang keuntungan > Rp 1.500.000,00. Keuntungan responden perhari diperlihatkan dalam grafik 4.19.



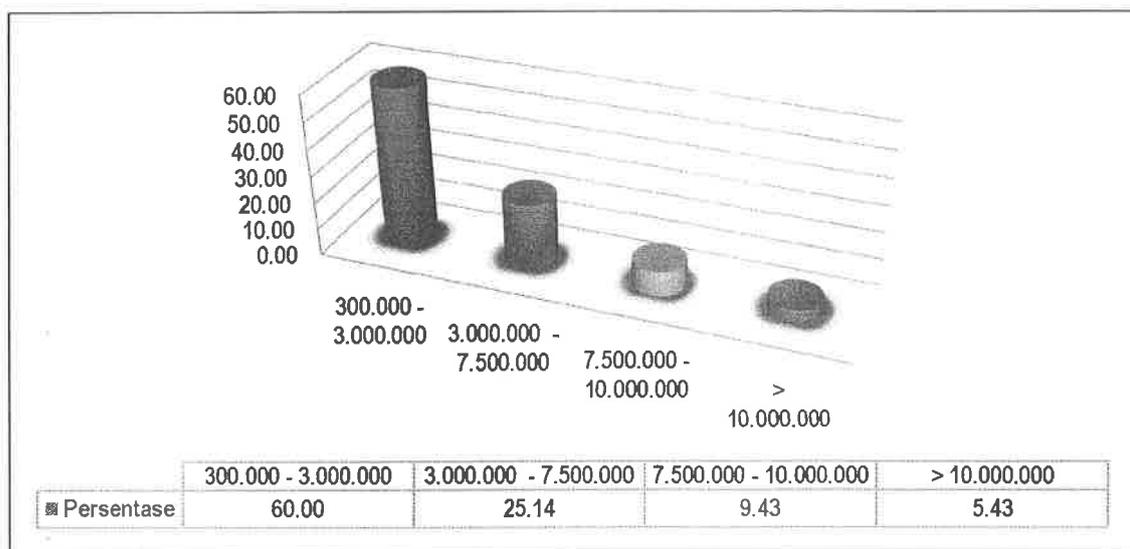
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.19.
Keuntungan Responden Perhari

Berdasarkan grafik 4.19 dapat dilihat bahwa sebanyak 61,71% responden memiliki keuntungan dengan rentang Rp 25.000,00 – Rp 100.000,00 perhari. Sedangkan sebanyak 33,43% responden memiliki rentang keuntungan sebesar Rp 100.000,00 – Rp 750.000,00. Kemudian sebanyak 3,14% responden memiliki rentang keuntungan sebesar Rp 750.000,00 – Rp 1.500.000,00 perhari. Sedangkan sebanyak 1,71% responden memiliki keuntungan lebih dari Rp 1.500.000,00 perhari.

4.2.4.4 Keuntungan Responden Perbulan

Dalam penelitian ini, keuntungan responden perbulan dikelompokkan menjadi empat kategori. Kategori pertama adalah responden dengan rentang keuntungan perhari sebesar Rp 300.000,00 – Rp 3.000.000,00. Kedua adalah responden dengan rentang keuntungan sebesar Rp 3.000.000,00– Rp 7.500.000,00. Ketiga adalah responden dengan rentang keuntungan sebesar Rp 7.500.000,00– Rp 10.000.000,00. Keempat adalah responden dengan rentang keuntungan > Rp 10.000.000,00. Penjelasan mengenai keuntungan responden perhari diperlihatkan dalam grafik 4.20.



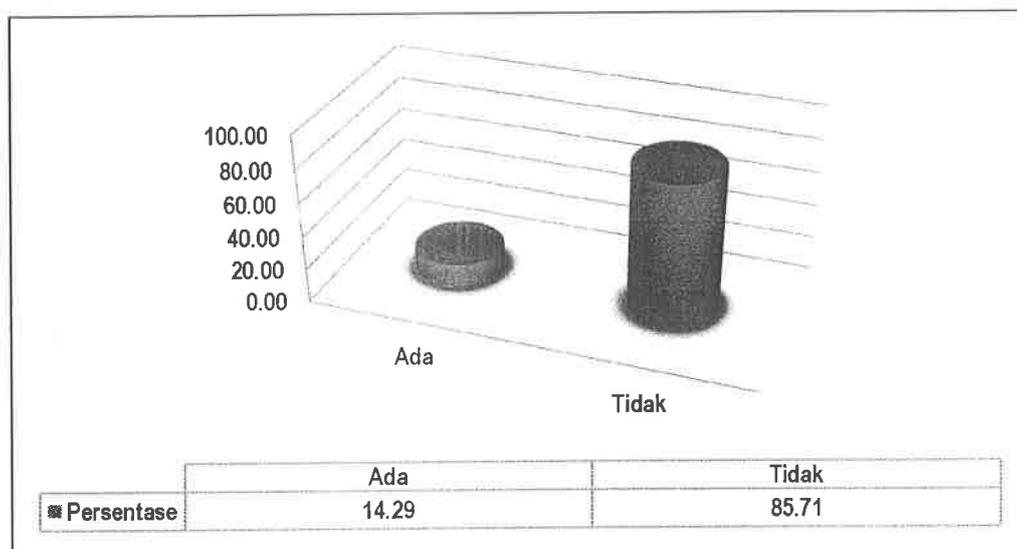
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.20
Keuntungan Responden Perbulan

Berdasarkan grafik 4.20 dapat dilihat bahwa keuntungan responden terbesar berada pada rentang Rp 300.000,00 – Rp 3.000.000,00 yaitu sebanyak 60% responden. Pada urutan kedua adalah responden dengan rentang keuntungan Rp 3.000.000,00– Rp 7.500.000,00 yaitu sebanyak 25,14% responden. Pada urutan ketiga adalah konsumen dengan rentang keuntungan sebesar Rp 7.500.000,00– Rp 10.000.000,00 yaitu sebanyak 9,43% responden. Kemudian pada urutan keempat adalah responden dengan tingkat keuntungan lebih dari Rp 10.000.000,00 yaitu sebanyak 5,43% responden.

4.2.4.5 Ketersediaan Karyawan

Dalam penelitian ini, pertanyaan yang diajukan adalah apakah responden (pedagang) memiliki karyawan atau tidak. Penjelasan mengenai ketersediaan karyawan diperlihatkan dalam grafik 4.21.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.21
Ketersediaan Karyawan

Berdasarkan grafik 4.21 dapat dilihat bahwa dari total 350 responden, sebanyak 85,71% responden tidak memiliki karyawan. Kemudian sebanyak 14,29% responden sisanya memiliki karyawan dalam berdagang. Terdapat beberapa kemungkinan mengapa terdapat responden yang memperkerjakan

karyawan, misalnya jumlah dagangan yang besar, kapasitas took/kios yang besar, ataupun banyaknya konsumen yang setiap harinya melakukan transaksi.

4.2.6 Omset Responden Per Komoditas

Analisis mengenai omset responden per komoditas terbagi menjadi tiga kategori. Kategori pertama adalah analisis mengenai besaran omset responden perbulan untuk setiap komoditas, sedangkan kategori kedua adalah analisis omset unggulan pasar imogiri. Selanjutnya, kategori terakhir adalah melihat perbandingan antara Pasar Imogiri sebagai pasar tipe A dengan pasar tipe A lainnya di wilayah Provinsi DIY yang secara structural hampir seperti Pasar Imogiri.

4.2.6.1 Omset Responden Per Komoditas Pasar Imogiri

Sebagai sebuah pasar sub urban, Pasar Imogiri ditunjang oleh berbagai jenis komoditas sebagai alat pemenuhan kebutuhan. Omset responden per komoditas menggambarkan kecenderungan tingkat kebutuhan-kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh konsumen dalam mencari kebutuhannya. Sedangkan bagi responden (pedagang) menggambarkan tingkat pendapatan kotor yang diterima dari komoditas yang diperjualkan.

Selanjutnya omset responden per komoditas per bulan di Pasar Imogiri diperlihatkan dalam tabel 4.2 berikut.

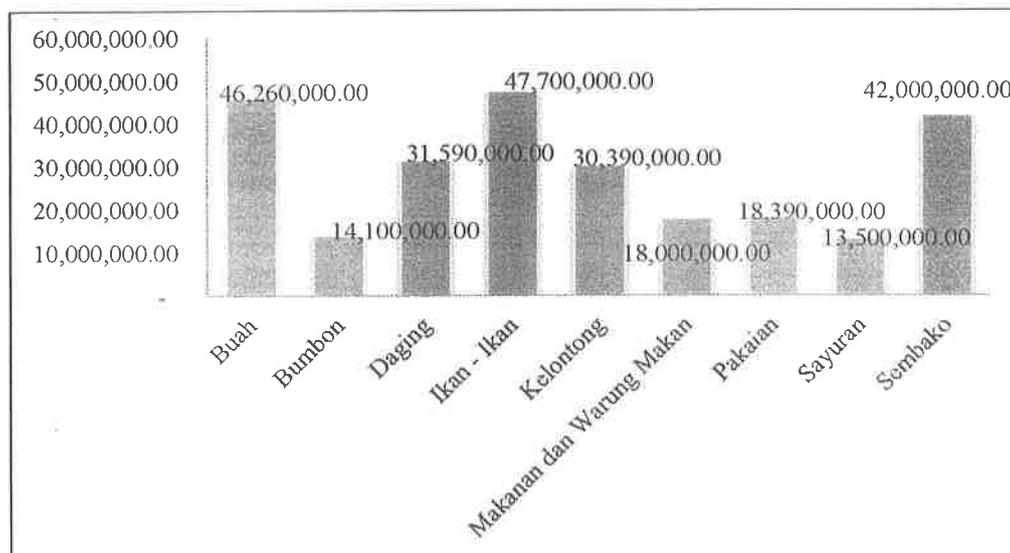
Tabel 4.2
Omset Pendapatan Per Komoditas Pasar Imogiri

No	Komoditas	Jumlah	Omset Rata - Rata (Rp)	
			Bulanan	Harian
1	Buah	29	46,260,000.00	1,542,000.00
2	Bumbon	52	14,100,000.00	470,000.00
3	Daging	19	31,590,000.00	1,053,000.00
4	Ikan – Ikan	10	47,700,000.00	1,590,000.00
5	Kelontong	44	30,390,000.00	1,013,000.00
6	Makanan	49	18,000,000.00	600,000.00
7	Pakaian	50	18.390,000.00	613,000.00
8	Sayuran	53	13.500,000.00	450,000.00
9	Sembako	44	42.000,000.00	1,400,000.00
Jumlah		350	261,930,000.00	8,731,000.00

Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Tabel 4.2. menunjukkan data komoditas unggulan di Pasar Imogiri. Dari jumlah responden dapat diketahui bahwa komoditas terbesar di Pasar Imogiri adalah sayuran yaitu sebesar 53 responden. Akan tetapi apabila dilihat dari omzet yang dihasilkan, komoditas ikan – ikan menjadi unggulan karena rata-rata omzet perhari yang dihasilkan mencapai Rp.1.590.000,- dan rata-rata omzet perbulan yaitu sebesar Rp.47.700.000,-. Urutan selanjutnya dalam tiga besar setelah komoditas ikan – ikan jika dilihat dari pendapatan rata-rata pedagang adalah komoditas buah yaitu dengan omzet rata-rata per hari yaitu Rp 1.542.000,- dan rata-rata per bulan Rp.46.260.000,-. Urutan ketiga omzet sembako dengan rata-rata per hari Rp.1.400.000,- dan omzet perbulan sebesar Rp 42.000.000,-.

Secara jelas data tersebut dapat dilihat melalui grafik yang menggambarkan akumulatif pendapatan seluruh pedagang yang menjadi responden per bulan per komoditas sebagaimana tampak pada gambar 4.22. sebagai berikut.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

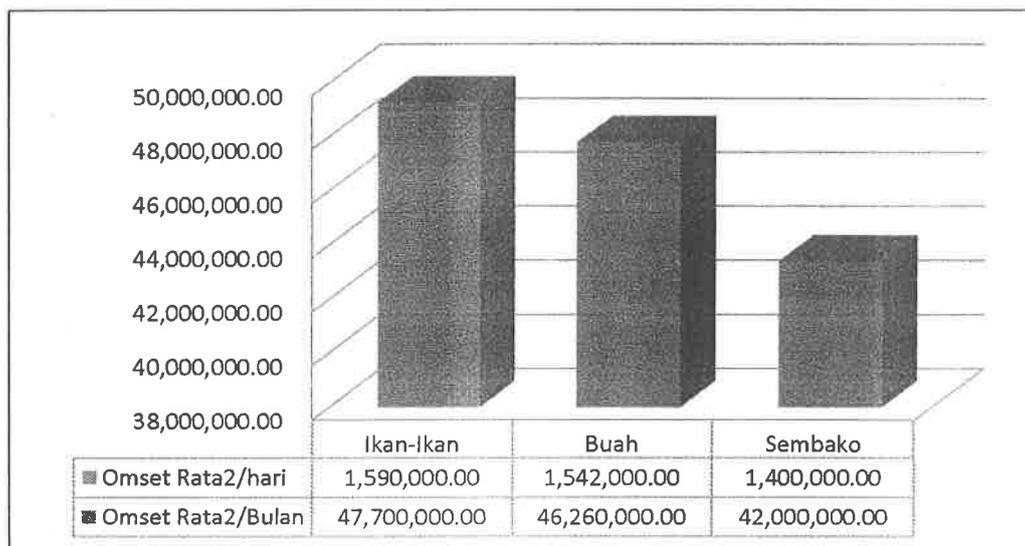
Grafik 4.22
Omzet Rata – Rata Komoditas Per Bulan

Dari data tersebut diketahui komoditas unggulan Pasar Imogiri adalah komoditas ikan – ikan dengan omzet rata-rata perbulan sebesar Rp.47.700.000,-.

Kemudian komoditas buah dengan omzet rata-rata perbulan sebesar Rp.46.260.000,- dan komoditas sembako sebesar Rp.42.000.000,-. Selanjutnya komoditas daging memiliki omzet rata-rata perbulan sebesar Rp.31.590.000,-, komoditas bumbu sebesar Rp.14.100.000,- dan komoditas kelontong sebesar Rp 30.390.000,-. Untuk komoditas sayuran memiliki omzet rata-rata perbulan sebesar Rp.13.500.000,- komoditas makanan warung makan sebesar Rp.18.000.000,- dan u komoditas pakaian dengan omzet rata-rata perbulan yaitu sebesar Rp.18.390.000,-. Daerah yang bersifat suburban tidak terlalu besar kebutuhan untuk berbelanja pakaian. Sementara itu kebutuhan sehari-hari lebih besar.

4.2.6.2 Analisis Omzet Komoditas Unggulan Pasar Imogiri

Pasar Imogiri merupakan pasar yang terletak di daerah pedesaan. Pasar Imogiri memiliki karakteristik omzet yang cenderung mampu menjelaskan adanya karakter kehidupan masyarakat di daerah rural. Hasil survey berdasarkan pengambilan sampel yang ada, aspek omzet tertinggi diperlihatkan dalam grafik 4.23 berikut.

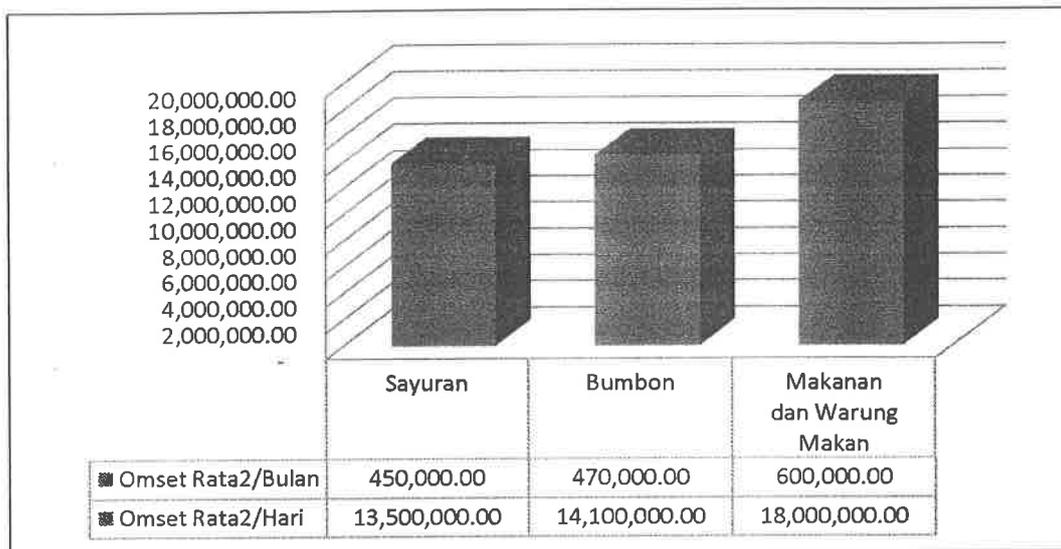


Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.23
Komoditas Dengan Omzet Tertinggi

Berdasarkan grafik 4.23 diketahui bahwa tiga omset tertinggi berdasarkan komoditas yang dijual di Pasar Imogiri adalah yang pertama komoditas ikan dengan pendapatan rata-rata per hari mencapai Rp. 1.590.000,- kemudian komoditas buah dengan omzet rata-rata per hari Rp.1.542.000,- dan komoditas sembako dengan omzet rata-rata per hari Rp.1.400.000,-

Selanjutnya, komoditas-komoditas terendah di Pasar Imogiri diperlihatkan dalam grafik 4.24 berikut.



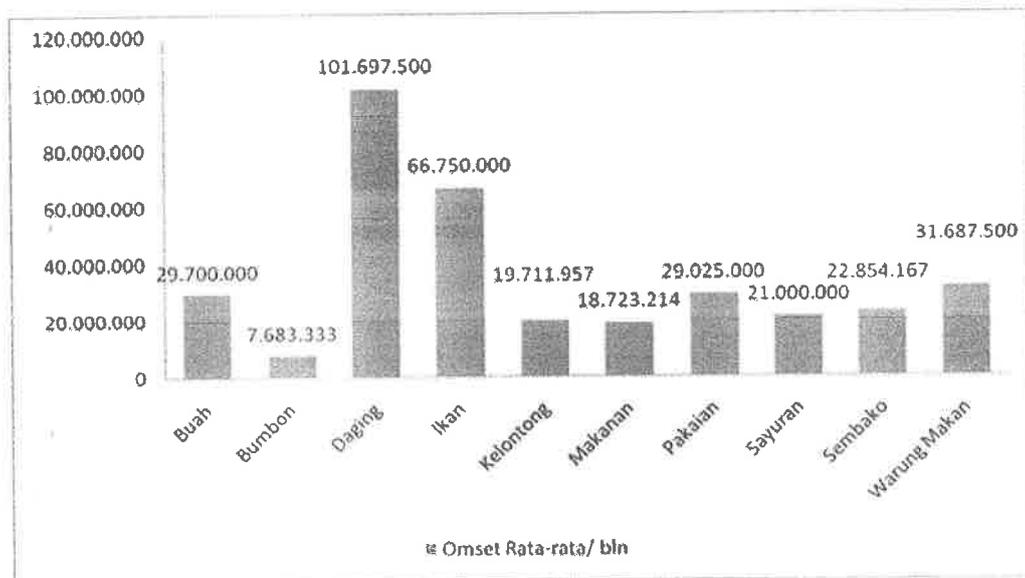
Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.24
Komoditas Dengan Omset Terendah

Berdasarkan grafik 4.24 di atas dapat dilihat bahwa untuk tiga komoditas terendah yaitu komoditas sayuran dengan omzet rata-rata per hari Rp.450.000,- kemudian komoditas bumbon dengan pendapatan rata-rata per hari Rp.470.000,- dan komoditas makanan dan warung makan dengan pendapatan rata-rata per hari Rp. 600.000,-. Komoditas sayuran menjadi komoditas dengan omset terendah dikarenakan cara memperoleh sayuran masih berasal dari daerah di luar Imogiri dan Bantul. Hal tersebut berakibat biaya transaksi yang melambung sehingga harga sayuran jika dibandingkan dengan komoditas-komoditas lainnya kurang dapat bersaing.

4.2.6.3 Perbandingan Omset Pendapatan Dengan Pasar Tipe A Lainnya (Pasar Godean Kabupaten Sleman)

Pasar Godean relatif sama dengan pasar Imogiri dilihat dari aspek karakteristik wilayahnya yang merupakan daerah urban, karena relatif dekat dengan pusat kota, dan dilalui oleh jalan nasional. Untuk itu dinamika perkotaan berpengaruh relatif kuat terhadap karakteristik pasar. Dengan demikian komoditas unggulan yang menjadi sumber pendapatan para pedagang juga memiliki susunan yang berbeda dengan pasar yang terletak di wilayah suburban dan rural. Adapun omset pendapatan pedagang di Pasar Godean diperlihatkan dalam grafik 4.25 berikut.



Sumber : Survei Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tipe A Kabupaten Sleman, 2016

Grafik 4.25
Omset Pendapatan Pedagang Pasar Godean

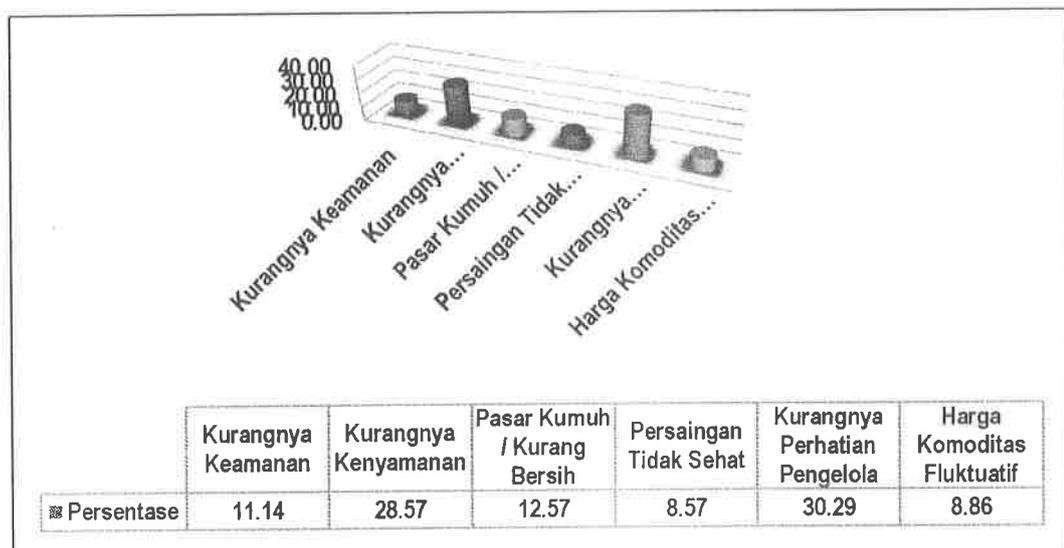
Jika melihat grafik 4.25, maka secara perbandingan komoditas – komoditas di Pasar Imogiri yang memiliki omset lebih besar dari Pasar Godean (sebagai salah satu contoh pasar tipe A) adalah buah, bumbon, kelontong, dan sembako. Sedangkan jika melihat kondisi Pasar Godean sebagai pasar tipe A, maka komoditas di Pasar Godean yang mampu bersaing dengan Pasar Imogiri adalah daging, ikan, makanan dan warung makan, pakaian, dan sayuran.

4.2.7. Permasalahan dan Harapan Responden

Analisis data terakhir yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengenai permasalahan dan harapan dari responden terkait dengan aktifitasnya selama berdagang. Di samping analisis terkait dengan permasalahan dan harapan, analisis yang dilakukan juga berkaitan dengan upaya – upaya apa saja yang dilakukan oleh pedagang untuk menaikkan omset penjualannya.

4.2.7.1 Permasalahan Responden

Dalam penelitian ini, permasalahan responden dikelompokkan menjadi enam kategori. Kategori pertama adalah berkaitan dengan kurangnya keamanan; kedua adalah mengenai kurangnya kenyamanan; ketiga adalah mengenai pasar yang kumuh / kurang bersih; keempat adalah mengenai persaingan yang kurang sehat; kelima adalah mengenai kurangnya perhatian pengelola pasar; dan keenam adalah mengenai harga komoditas yang berfluktuasi. Penjelasan mengenai permasalahan responden diperlihatkan dalam grafik 4.21.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

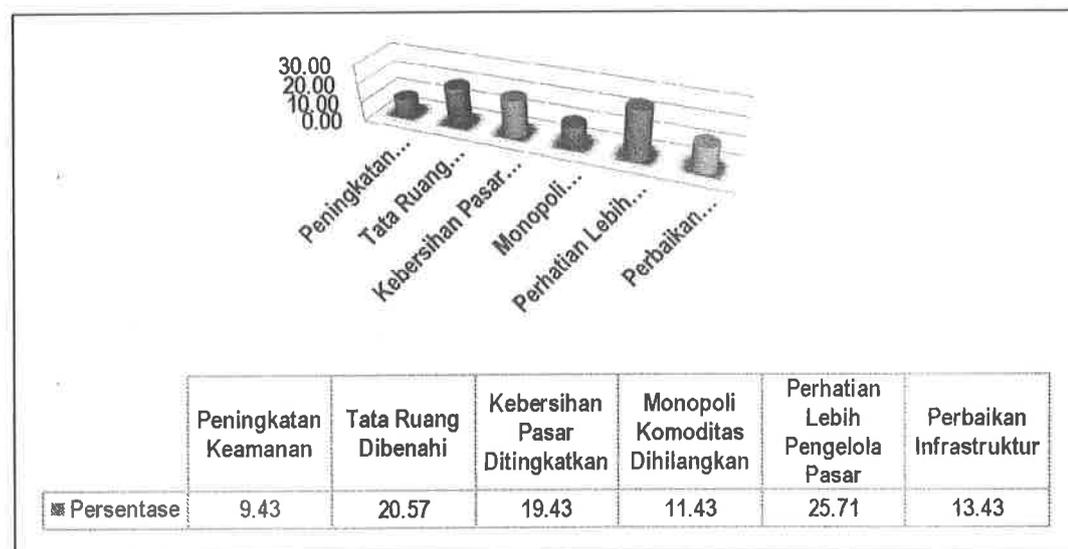
Grafik 4.21
Permasalahan Responden

Berdasarkan grafik 4.21 dapat dilihat bahwa permasalahan terbesar yang dialami oleh responden adalah kurangnya perhatian dari pengelola pasar, yaitu

sebanyak 30,29% responden. Masalah kedua adalah kurangnya kenyamanan ketika melakukan transaksi yaitu sebanyak 28,57% responden. Masalah ketiga adalah pasar yang kurang bersih atau terdapat bagian – bagian yang kumuh yaitu sebanyak 12,57% responden. Masalah keempat adalah kurangnya keamanan sebanyak 11,14% responden. Masalah kelima adalah harga komoditas yang diperoleh selalu berfluktuasi sebanyak 8,86% responden. Masalah terakhir adalah persaingan yang kurang sehat yaitu sebanyak 8,57% responden.

4.2.7.2 Harapan Responden

Dalam penelitian ini, harapan responden dikelompokkan menjadi enam kategori. Kategori pertama adalah peningkatan keamanan; kedua adalah pembenahan tata ruang; ketiga adalah kebersihan pasar ditingkatkan; keempat adalah monopoli komoditas dihilangkan; kelima adalah perhatian lebih pengelola pasar ditingkatkan; dan keenam adalah perbaikan infrastruktur penunjang. Penjelasan mengenai harapan responden diperlihatkan oleh grafik 4.22.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

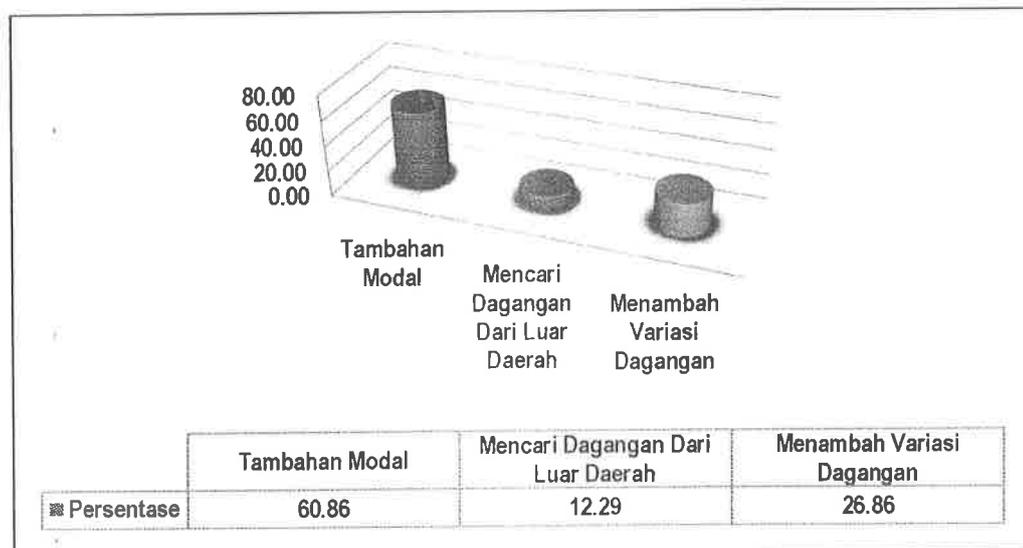
Grafik 4.22
Harapan Responden

Berdasarkan grafik 4.22 dapat dilihat bahwa sebanyak 25,71% responden menginginkan agar perhatian lebih pengelola pasar ditingkatkan. Kemudian,

harapan kedua adalah pembenahan tata ruang pasar yaitu sebanyak 20,57% responden. Harapan ketiga adalah kebersihan pasar lebih ditingkatkan yaitu sebanyak 10,43% responden. Harapan keempat adalah perbaikan infrastruktur penunjang yaitu sebanyak 13,43% responden. Harapan kelima adalah monopoli komoditas agar dihilangkan yaitu sebanyak 11,43% responden. Kemudian harapan keenam adalah peningkatan keamanan yaitu sebanyak 9,43% responden.

4.2.7.3. Upaya Responden Untuk Menaikkan Omset

Dalam penelitian ini, upaya responden untuk menaikkan omset dikelompokkan dalam tiga kategori. Pertama adalah melalui tambahan modal. Kedua adalah dengan mencari dagangan lain di luar daerah. Ketiga adalah dengan menambah variasi dagangan. Penjelasan mengenai upaya responden untuk menaikkan omset diperlihatkan dalam grafik 4.23.



Sumber : Survei Pasar Imogiri 2019, Data Diolah

Grafik 4.23
Upaya Responden Untuk Menaikkan Omset

Berdasarkan grafik 4.23 dapat dilihat bahwa upaya terbesar dari responden untuk menaikkan omset adalah melalui tambahan modal yaitu sebesar 60,86% responden. Hal kedua yang dilakukan adalah dengan menambah variasi dagangan yaitu sebanyak 26,86% responden. Hal terakhir yang juga dipilih oleh responden

adalah dengan mencari dagangan dari luar daerah yaitu sebanyak 12,29% responden.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan survei asal pedagang yang berdagang di Pasar Imogiri sebanyak 69% persen berasal dari wilayah Kecamatan Imogiri dan sebesar 80% dari jumlah pedagang di Pasar Imogiri menjadikan pedagang sebagai pekerjaan utama dengan lama berdagang rata-rata 5 – 15 tahun sebanyak 39 persen. Para pedagang tersebut mendapatkan barang jualan (kulakan) dari wilayah Kabupaten Bantul (45 persen)
2. Rata-rata omset pedagang perhari berkisar antara Rp. 200.000-Rp. 1.000.000 (45%) dan keuntungan rata-rata sebesar Rp. 25.000-Rp.100.000 (62%).
3. Permasalahan pedagang adalah kurangnya perhatian dari pengelola pasar, (30,29%), kurangnya kenyamanan ketika melakukan transaksi (28,57%), pasar yang kurang bersih atau terdapat bagian – bagian yang kumuh (12,57%), kurangnya keamanan (11,14%), harga komoditas yang diperoleh selalu berfluktuasi (8,86%), dan persaingan yang kurang sehat (8,57%) responden.
4. Harapan pedagang dalam melakukan aktifitas perdagangan di Pasar adalah perhatian lebih pengelola pasar ditingkatkan (25,71%), pembenahan tata ruang pasar (20,57%), kebersihan pasar lebih ditingkatkan yaitu sebanyak (10,43%), perbaikan infrastruktur penunjang (13,43%), monopoli komoditas agar dihilangkan (11,43%) dan peningkatan keamanan (9,43%) responden.
5. Upaya terbesar pedagang untuk menaikkan omset adalah melalui tambahan modal (60,86%), menambah variasi dagangan (26,86%) dan 5.1. mencari dagangan dari luar daerah (12,29%) responden.

5.2. Rekomendasi

Dalam upaya meningkatkan pendapatan pedagang disampaikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Kerjasama antar OPD terkait dengan produksi hasil pertanian dan pemasarannya perlu ditingkatkan dengan menggunakan pendekatan operasional sehingga dari mulai rantai produksi hingga rantai pemasaran terkawal. Dengan demikian omset untuk barang-barang produksi lokal dapat ditingkatkan.
2. Ketergantungan dengan distributor dan kulakan dari daerah lain akan dapat diturunkan jika ada perhatian dalam peningkatan kemampuan dan kapasitas pengusaha lokal.
3. Pasar rakyat perlu dilakukan pendataan dan pelatihan pedagang secara periodik.
4. Peningkatan kualitas pelayanan oleh pedagang perlu dilakukan agar pasar rakyat tetap menarik bagi masyarakat
5. Penataan dalam finishing dan pengolahan hingga packing hasil produksi dengan *branding* lokal perlu segera dilakukan
6. Membuat Icon pasar dengan ciri khas atau event tertentu sehingga menarik perhatian masyarakat untuk mengunjungi dan berbelanja dipasar Imogiri

DAFTAR PUSTAKA

- Belshaw, Cyril S. (1981), **Tukar-Menukar Tradisional dan Pasar Modern**, Jakarta : Gramedia.
- Dinas Pasar Kabupaten Sleman (2015), **Survei Pendapatan Pedagang Pasar Tipe A di Kabupaten Sleman**, Laporan Akhir Penelitian, Tidak Dipublikasikan
- Jaya, I Rian Putu Kusuma, Made Nuridja, dan Kadek Rai Suwena (2014), “Analisis Pendapatan Pedagang: Studi Kasus Pasar Anyar di Kelurahan Banjar Baru”, **Jurnal Universitas Pendisikan Ganesha**, Volume IV, Nomor 1, Singaraja, Bali
- Koentjaraningrat (2009), **Pengantar Ilmu Antropologi**, Jakarta: Rineka Cipta.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia. Nomor 112 Tahun 2007. **Tentang. Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional.**
- Rohmah, Safaatur (2017), **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati**, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang
- Siwarini, Aryati (2009), **Kajian Pedagang di Pasar Sore dan Kontribusi hasil terhadap pendapatan keluarga di Kelurahan Dupak Kecamatan Krembangan Kota Surabaya**. Skripsi. Program S1 FE Universitas Negeri Surabaya
- Wahyono, Budi (2017), “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bantul Kabupaten Bantul”, **Jurnal Pendidikan dan Ekonomi**, Volume VI, Nomor 4, UNY, Yogyakarta

KUESIONER
STUDI POTENSI PENDAPATAN PEDAGANG PASAR "PASAR IMOGIRI"

A. SURVEIOR

Tanggal Observasi/Survei/Wawancara :

Nama Surveior :

B. RESPONDEN

Nama Responden :

Alamat Responden :

Kampung/RT/RW :

Kelurahan :

Kecamatan :

Usia Responden : tahun

Jenis Kelamin : laki-laki/perempuan

Pendidikan :

Status : Menikah/ Belum Menikah

Jumlah Anggota Keluarga :

Jenis Dasaran :

Jenis Dagangan :

Lama Berdagang :

C. PENGALAMAN DALAM BERDAGANG

1. Pekerjaan lain selain pedagang
 - a. Tidak Ada
 - b. Ada,
Sebutkan.....
2. Dari mana modal berdagang Saudara
 - a. Tabungan
 - b. Pinjaman, sebutkan
3. Dari mana Saudara mendapatkan (kulakan) barang dagangan?
 - a. Bantul
 - b. DIY
 - c. Luar DIY
 - d. Lainnya;
Sebutkan.....
3. Apakah Saudara punya pelanggan tetap?
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Apakah dalam berjualan terjadi proses tawar menawar?
 - a. Ya
 - b. Tidak

6. Cara pembayaran dalam penjualan
a. Tunai
b. Utang

D. OMSET/ PENDAPATAN

1. Berapa rata-rata omset/pendapatan / hari/ bulan? → mohon saran pertanyaan terbuka atau tertutup?
a. Dibawah
b. Rp.
c. Rp
d. Diatas
2. Apakah Saudara punya karyawan?
a. Tidak
b. Ada; sebutkan
3. Berapa Keuntungan Saudara/hari/Bulan? → mohon saran pertanyaan terbuka atau tertutup?
a. Dibawah
b. Rp.
c. Rp
d. Diatas

E. PERMASALAHAN dan HARAPAN

1. Apa permasalahan Saudara selama berdagang di Pasar Imogiri?
a. _____
b. _____
2. Apa harapan Saudara terhadap pengelola pasar Imogiri/Pemda Kabupaten Bantul?
a. _____
b. _____
3. Apa upaya Saudara untuk menaikkan omset penjualan/ pendapatan?
a. _____
b. _____

Bantul, 2018

Surveior



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan SWK 104 Lingkar Utara, Condongcatur, Sleman, Yogyakarta, 55283

Telepon : (0274) 486255, 487276. Faximile : (0274) 486255

Laman : <http://ekonomi.upnyk.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor : 268 /UN62.14/ AKD.9/II/2019

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta memberikan tugas kepada:

Nama : Dr. Sri Suharsih, SE, M.Si (NIK. 2 6912 95 0005 1)

Astuti Rahayu, SE, M.Si (NIK. 2 7209 97 0173 1)

Jabatan : Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi Prodi Ekonomi Pembangunan

Untuk:

Kesatu : Disamping tugas pokok yang dipangkunya, untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Imogiri Kabupaten Bantul"**

Kedua : Melaksanakan Perintah ini dengan seksama dan penuh rasa tanggung jawab.

Ketiga : Melapor Kepada Dekan setelah melaksanakan Surat Perintah ini.

Keempat: Apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Perintah ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di: Yogyakarta

Pada Tanggal : 13 Februari 2019



Dr. Winarno, M.M.

NIP. 19620621 199103 1 001

Tembusan Kepada Yth:
Koor Prodi Ekonomi Pembangunan