



## Pengaruh Lokasi Usaha, Pengalaman Usaha dan Pengelolaan Pasar terhadap Omzet Penjualan Pedagang Setelah Revitalisasi

Anggun Mela Sofiati✉, Indri Murniawaty

DOI: 10.15294/eeaj.v8i2.31490

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

### Sejarah Artikel

Diterima : 7 Februari 2019  
Disetujui : 10 April 2019  
Dipublikasikan : 31 Juni 2019

### Keywords

*Business Experience;*  
*Business Location;*  
*Market Management;*  
*Sales Turnover.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial antara lokasi usaha, pengalaman usaha dan pengelolaan pasar terhadap omzet penjualan pedagang setelah revitalisasi pada Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang tetap di Pasar Rogowangsan yang berjumlah 207 pedagang dengan jumlah sampel sebanyak 67 pedagang yang dihitung dengan rumus slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket/kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi berganda. Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh persamaan regresi  $Y = -555 + 0.019X1 + 0.036X2 + 0.020X3$  e. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Lokasi Usaha, Pengalaman Usaha dan Pengelolaan Pasar berpengaruh secara simultan terhadap Omzet Penjualan Pedagang setelah revitalisasi sebesar 71,7%, lokasi usaha berpengaruh secara parsial terhadap omzet penjualan pedagang sebesar 28,94%, pengalaman usaha berpengaruh secara parsial terhadap omzet penjualan pedagang sebesar 9,73%, pengelolaan pasar berpengaruh secara parsial terhadap omzet penjualan pedagang sebesar 17,13%.

### Abstract

*This research aims to investigate the effect simultaneously and partially of business location, business experience, and market management on the sellers' sales turnover after revitalization in Rogowangsan Market, Pati. The population of this study was all permanent sellers in Rogowangsan Market as many as 207 sellers with the sample of 67 sellers calculated by using Slovin formula. The technique of data collection employed was questionnaire. The techniques of data analysis in this study were descriptive percentage and multiple regression analysis. From the result of the study conducted, it is obtained that regression equation  $Y = -555 + 0.019X1 + 0.036X2 + 0.020X3$  e. The result of this study shows that business location, business experience and market management simultaneously affect the sellers' sales turnover after revitalization as much as 71.7%, business location partially affects the sellers' sales turnover as much as 28.94%, business experience partially affects the sellers' sales turnover as much as 9.73%, market management partially affects the sellers' sales turnover as much as 17.13%.*

### How to Cite

Sofiati, A. M. & Murniawaty, Indri. (2019). Pengaruh Lokasi Usaha, Pengalaman Usaha Dan Pengelolaan Pasar Terhadap Omzet Penjualan Pedagang Setelah Revitalisasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8 (2), 588-604.

© 2019 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat Korespondensi:  
Gedung L3 Lantai 1 FE Unnes  
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229  
E-mail: melasangun@gmail.com

p-ISSN 2252-6544  
e-ISSN 2502-356X

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan pasar modern di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir cukup tinggi. Berbagai jenis pasar modern seperti mini-market, supermarket, hypermarket, maupun mal-mal perbelanjaan begitu menjamur dan keberadaannya terus menggeser keberadaan pasar-pasar tradisional. Munculnya pasar modern tersebut memberikan efek ganda bagi masyarakat maupun pemerintah. Di satu sisi masyarakat akan memiliki peningkatan taraf hidup yang dapat dinilai dengan peningkatan pembangunan sarana perekonomian yang berupa pasar modern tersebut, dan mendorong terciptanya peluang kerja dari masyarakat sekitar. Namun disisi lain hal itu akan menjadi sebuah ancaman bagi para pedagang terutama para pedagang pasar tradisional. Pengaruh keberadaan pasar modern sangat kuat, sehingga tak jarang terjadi pro kontra antara para pedagang di pasar tradisional maupun modern dan pemerintah.

Perbandingan antara pasar modern dan tradisional sangat besar, perbandingan ini dipengaruhi karena pada pasar modern fasilitas pelayanan dan tempat lebih nyaman dan dijamin ketertibannya jika dibandingkan berbelanja di pasar tradisional yang cenderung panas, berdesak-desakan dan tempat atau lokasi yang kurang memadai. Pasar tradisional identik dengan kondisi yang kumuh, kotor, dan bau, sehingga memberikan atmosfer yang tidak nyaman dalam berbelanja. Ini merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional. Sebaliknya, pusat perbelanjaan modern memberikan suasana berbelanja yang nyaman serta dilengkapi pendingin ruangan dengan fasilitas belanja yang bersih dan higienis, maka tidak salah apabila konsumen lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan modern dibandingkan pasar tradisional.

Keberadaan pasar modern ini pemerintah harus tanggap dan mampu membuat kebijakan-kebijakan yang berupa peraturan perundang-undangan dan diharapkan mampu memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh pasar tradisional, karena pasar

tradisional mampu memberikan kehidupan bagi perekonomian, khususnya masyarakat kalangan bawah. Maka dari itu, peran pemerintah pusat maupun daerah sangat dibutuhkan untuk menangani perkembangan pasar modern serta memberdayakan pasar tradisional agar tidak kalah saing, untuk mengantisipasi hal tersebut maka diperlukan adanya perbaikan pasar tradisional agar lebih sejajar dengan pasar modern. Salah satunya adalah dengan adanya revitalisasi pasar tradisional.

Menurut Danisworo (dalam Azizah, 2016: 26) revitalisasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, namun mengalami degradasi oleh perkembangan zaman. Sehingga revitalisasi pasar tradisional adalah upaya yang dilakukan pemerintah untuk memperbaiki kondisi fisik pasar maupun tata kelolanya agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Kebijakan revitalisasi pasar tradisional ini mungkin salah satu kebijakan pemerintah yang sangat tepat untuk membuat pasar tradisional tetap hidup, berkembang dan disukai oleh masyarakat atau konsumen. Dengan adanya revitalisasi pasar tradisional pemerintah bisa mengembalikan peran penting pasar tradisional untuk memasarkan produk-produk usaha kecil dan menengah (UKM) tidak kalah saing dengan pasar modern yang kian pesat berkembang. Jika tidak ada kebijakan pemerintah untuk merevitalisasi pasar tradisional maka, pasar tradisional bisa saja mati karena dampak negatif dari persaingan industri yang berkembang sangat pesat dan mengalahkan pasar tradisional. Dalam revitalisasi pasar tradisional ini pemerintah tidak hanya fokus dalam pembenahan fisik saja tetapi juga pelayanan kepada konsumen juga harus lebih baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2016) pada pasar Tumenggungan menunjukkan bahwa, setelah adanya revitalisasi pasar kunjungan pembeli malah semakin menurun dibandingkan sebelumnya khususnya pada pedagang yang berada di lantai II. Selain itu pengelolaan pasar yang kurang baik menyebabkan kondisi pasar kembali semrawut dan

kotor dikarenakan pengelola pasar kurang mendapatkan pelatihan tentang manajemen pasar dan kurang dibekali cara menyusun prosedur kerja dan pengawasan tentang tata kelola pasar yang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayuningsasi (2015) pada pasar Sudha Merta mengemukakan bahwa program revitalisasi pasar yang dilakukan oleh pemerintah Kota Denpasar yaitu dengan pembenahan dan penataan pasar di Pasar Sudha Merta menyebabkan perubahan pada tempat maupun posisi pedagang. Beberapa pedagang yang tingkat pendapatannya menurun setelah diadakannya pembenahan pasar mengakui penurunan omzet penjualan disebabkan oleh perubahan posisi berjualan. Sebelumnya, beberapa pedagang diuntungkan oleh posisi berdagang yang lebih berada di depan dibandingkan pedagang lainnya yang sejenis. Posisi ini dianggap strategis karena lebih mudah dijangkau oleh pembeli. Setelah program revitalisasi, los-los untuk jenis dagangan yang sama diatur berderet. Ini menyebabkan pembeli dengan mudah berpindah dari satu pedagang ke pedagang lainnya apabila tidak menemukan barang yang diinginkan atau pun apabila tidak ada kesepakatan harga dengan salah satu pedagang. Hal ini menyebabkan persaingan antara pedagang semakin ketat. Kondisi tersebut juga terjadi pada salah satu pasar tradisional yang ada pada Kabupaten Pati yaitu Pasar Rogowangsan.

Pasar Rogowangsan yang beralamat di jalan Rogowongso, Jakenan Kabupaten Pati Jawa Tengah adalah salah satu pasar tradisional yang masih eksis di tengah Kota Pati. Masyarakat Pati lebih suka menyebut Pasar Rogowangsan dengan sebutan Pasar Gowangsan. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Karsiman selaku kepala Pasar Rogowangsan pada tanggal 26 Februari 2018, pukul 10.00 WIB, Pasar Rogowangsan yang menampung 207 pedagang memberi pemasukan kepada pemerintah daerah Pati lebih dari 90 juta rupiah setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi Pasar Rogowangsan sebagai salah satu pasar tradisional keberadaannya

perlu dijaga. Oleh karena itulah dalam membentuk pasar tradisional yang nyaman dan lebih teratur, serta dapat bersaing dengan pasar modern, pemerintah Kabupaten Pati memutuskan untuk merevitalisasi atau merenovasi Pasar Rogowangsan karena kondisi pasar yang kumuh dan kotor. Pasar Rogowangsan mengalami dua kali tahap revitalisasi. Tahap pertama selesai pada akhir 2016 dan tahap kedua selesai pada akhir 2017. Pasar ini sudah ditempati oleh seluruh pedagang sekitar tanggal 25-31 Januari 2018. Tampilan Pasar Rogowongso kini sudah berubah total. Dari pasar yang dulunya kumuh karena dipenuhi pedagang yang berjualan di depan trotoar, sekarang tampilannya sudah modern.

Revitalisasi pasar tradisional dimaksudkan untuk meremajakan dan memberdayakan kembali pasar tradisional yang semakin terdesak oleh pasar modern. Revitalisasi pasar tradisional dilakukan dengan memperbaiki kualitas lingkungan pasar, menambah fasilitas pasar dan meningkatkan kapasitas pendukung dari sisi sumber daya manusianya. Diharapkan revitalisasi dapat meningkatkan produktivitas pedagang dan meningkatkan kesejahteraan mereka. Serta meningkatkan daya saing dengan pasar modern yang nantinya akan meningkatkan pendapatan para pedagang pula. Namun hal tersebut sepertinya belum terlihat pada Pasar Rogowangsan. Setelah ditempati, efek atau dampak dari adanya revitalisasi belum terlihat, pasar malah terlihat lebih sepi dan masih banyak kios yang masih kosong. Keadaan tersebut sangat berbeda jika dibandingkan sebelum adanya revitalisasi, dimana pasar selalu ramai. Keadaan tersebut menimbulkan berkurangnya omzet penjualan para pedagang yang berlokasi di dalam pasar.

Data observasi awal menunjukkan bahwa dari 40 responden, sebanyak 5 responden mengalami peningkatan omzet penjualan setelah revitalisasi, sebanyak 3 responden mengalami omzet penjualan tetap, sisanya sebanyak 32 responden mengalami penurunan omzet penjualan setelah adanya revitalisasi. Untuk jenis dagangan kelapa memiliki omzet penjualan sebelum revitalisasi dengan rata-

rata Rp 475.000 sedangkan setelah revitalisasi menurun yaitu menjadi Rp 450.000. Untuk jenis dagangan sembako memiliki omzet penjualan sebelum revitalisasi dengan rata-rata Rp 1.477.000 sedangkan setelah revitalisasi menurun yaitu menjadi Rp 1.004.000. Untuk jenis dagangan daging memiliki omzet penjualan sebelum revitalisasi dengan rata-rata Rp 1.380.000 sedangkan setelah revitalisasi menurun yaitu menjadi Rp 800.000.

Revitalisasi bertujuan meningkatkan kinerja dan kualitas pasar, pada kenyataannya program revitalisasi pasar tradisional tidak sepenuhnya menunjukkan keberhasilan. Hal ini disebabkan karena program dan kebijakan pemerintah tersebut memandang revitalisasi pasar tradisional dari aspek yang berbeda-beda. Ketiga aspek yaitu fisik, ekonomi, dan sosial terkait pasar tradisional dikembangkan secara terpisah. Permasalahan yang banyak ditemui adalah pasar yang sudah direnovasi dan memiliki bangunan baru yang jauh lebih bagus, ternyata tidak termanfaatkan dengan baik. Banyak kios tutup dan pasar tradisional cenderung menjadi lebih sepi.

Wawancara dengan para pedagang yang dilakukan pada tanggal 25 Februari 2018 pukul 11.00 WIB, mengatakan pada awalnya pedagang berharap setelah pasar direvitalisasi akan berdampak terhadap peningkatan omzet penjualan yang signifikan. Pada faktanya kunjungan pembeli ke pasar Rogowangsan tidak mengalami peningkatan secara signifikan, terutama kunjungan pembeli di lantai II dimana kebanyakan pedagang mengalami penurunan omzet penjualan separuh lebih atau lebih banyak penurunan dibandingkan yang berjualan di lantai I.

Lokasi usaha merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung. Berdasarkan Teori Lokasi Pendekatan Pasar yang dikemukakan oleh August Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh ter-

hadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari pasar, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatang tempat penjualan semakin mahal (Tarigan, 2005: 145).

Namun dikarenakan lokasi berjualan di pasar tradisional ditentukan oleh pengelola pasar sehingga para pedagang hanya pasrah apabila menempati lokasi berdagang yang dianggap tidak strategis dan dapat menurunkan omzet penjualan. Munculah berbagai masalah terkait lokasi berjualan, diantaranya ada beberapa pedagang yang nekat berjualan di tempat yang dianggap strategis sehingga menempati kios atau los tidak sesuai dengan pemetaan zoning atau penempatan sesuai dengan jenis dagangannya. Pengelola pasar pun telah beberapa kali melakukan penertiban para pedagang supaya sesuai dengan lokasi pengelompokan jenis dagangan namun banyak penjual yang tidak menghiraukan penertiban tersebut.

Pedagang dengan pengalaman yang lebih banyak, akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi dan memasarkan produknya. Dan secara tidak langsung akan mendapatkan jaringan atau koneksi yang lebih luas. Semakin mereka berpengalaman dalam menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Keterampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan tetap yang berhasil dijaring. Semakin banyaknya pelanggan tetap akan mempengaruhi omzet penjualan para pedagang.

Permasalahan lain dari adanya program revitalisasi pasar di beberapa kota adalah pasar kembali semrawut serta kondisi pasar kembali kumuh dan kotor sama keadaannya seperti sebelum dilakukan renovasi. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Pasar Rogowangsan, yaitu Bapak Karsiman. Beliau menuturkan bahwa terdapat masalah pula terkait penempatan posisi pedagang atau *zoning*, masih ada beberapa pedagang yang tidak menempati sesuai dengan *zoning* atau penataan yang sesuai dengan jenis produknya. Ada beberapa

pedagang yang masih berjualan di bahu jalan yang menyebabkan kemacetan di sekitar pasar dan banyak pembeli yang lebih memilih untuk membeli pedagang yang di luar pasar karena tempatnya lebih dekat dengan jalan raya, sehingga membuat pedagang yang di dalam pasar menjadi lebih sepi.

Pedagang mengatakan bahwa alasan utama mereka melakukan hal tersebut adalah karena pedagang merasa tempat berdagang mereka yang berada di lantai II tidak strategis dan sulit dijangkau oleh konsumen. Pengelola pasar sudah menertibkan pedagang agar berjualan di tempat yang telah disediakan, namun pedagang tetap bergeming dan masih saja melanggar aturan yang telah ditetapkan oleh pengelola pasar. Karena lokasi yang tidak strategis, pedagang takut akan kehilangan konsumen mereka dan menyebabkan omzet penjualan mereka menjadi turun.

Keadaan tersebut sama seperti yang ada pada Pasar Bulu di Kota Semarang. Penelitian yang dilakukan oleh Palupiningdyah (2011) pada pasar Bulu Kota Semarang mengemukakan bahwa pedagang mengerti dan senang dengan keindahan dan kerapihan. Namun berkeberatan untuk melakukan menuju kerapihan dan keindahan, hal ini terbukti pedagang keberatan untuk diatur agar menempati lokasi lantai dua sehingga terlihat rapi, indah dan sehat, hal ini disebabkan alasan tradisional yaitu sudah terbiasa berjualan di halaman. Dinas Pasar telah melakukan berbagai upaya agar pedagang memenuhi peraturan yang telah ditetapkan demi kepentingan bersama. Tidak semua pedagang menempati lokasi yang telah ditentukan bahkan pedagang menempati lokasi di tangga naik atau tempat yang bukan semestinya. Sementara tempat yang telah ditentukan masih dibiarkan kosong dengan alasan khawatir dagangannya tidak laku. Walaupun sudah berusaha untuk melakukan penataan namun masih belum tertatanya lokasi penjualan dengan mengelompokkan pedagang sesuai dengan jenis barang yang dijual.

Menurut Indiastuti et. al (2008 : 36), sepertiga jumlah pasar tradisional yang tidak berkembang karena ditinggalkan pembelinya,

dapat diberdayakan melalui realisasi revitalisasi dengan fokus menghilangkan kelemahan yang melekat yaitu produk yang dijual belum memenuhi standar kualitas, kurang memiliki daya tarik fisik seperti kurang bersih, kurang nyaman, dan minim fasilitas publik serta pedagang dan manajemen pasar belum mengimplementasikan praktik pelayanan yang memunculkan manfaat lebih dalam berbelanja.

Manajemen (pengelolaan) adalah melibatkan aktivitas-aktivitas koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga pekerjaan tersebut dapat diselesaikan secara efektif dan efisien (Robbin, Stephen dan Mary Coulter, 2010:7). Dengan demikian seharusnya pasar tradisional yang dikelola dengan baik akan mampu bersaing dengan pasar modern yang semakin dapat mensejahterakan para pedagang yang kemudian menaikkan omzet penjualan. Oleh karena itulah perlunya manajemen pasar yang baik agar setiap pedagang tidak merasa di rugikan dan pengelola pasar mengetahui cara menyusun prosedur kerja dan pengawasan tentang tata kelola pasar yang baik.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut: (1) Omzet penjualan pedagang pasar Rogowangan yang menurun setelah adanya revitalisasi atau renovasi pasar, (2) Pengelolaan pasar yang kurang baik sehingga menyebabkan pasar kembali kotor dan kumuh setelah di revitalisasi, (3) Lokasi yang dianggap kurang strategis oleh para pedagang sehingga mengakibatkan berkurangnya pembeli, (4) Adanya pedagang yang tidak menempati lapak sesuai yang telah ditetapkan oleh pengelola pasar, sehingga menyebabkan pasar semakin semrawut karena pedagang yang berjualan di sembarangan tempat.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka diperlukan pembatasan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Pembatasan masalah dikarenakan luasnya permasalahan dan banyaknya faktor yang mempengaruhi permasalahan

yang diteliti. Sehingga penelitian difokuskan pada faktor adanya penurunan omzet penjualan pedagang pasar tradisional, dimana variabel bebasnya yaitu lokasi usaha, pengalaman usaha, serta pengelolaan pasar tradisional. Adapun batasan spasial yang membicarakan tentang batasan tempat penelitian, yaitu pada Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati, Jawa Tengah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap omzet penjualan para pedagang setelah revitalisasi pada pasar Rogowangsan Kabupaten Pati, (2) Untuk menganalisis pengaruh pengalaman usaha terhadap omzet penjualan para pedagang setelah revitalisasi pada pasar Rogowangsan Kabupaten Pati, (3) Untuk menganalisis pengaruh pengelolaan pasar terhadap omzet penjualan para pedagang setelah revitalisasi pada pasar Rogowangsan Kabupaten Pati, (4) Untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha, pengalaman usaha serta pengelolaan pasar terhadap omzet penjualan para pedagang setelah revitalisasi pada pasar Rogowangsan Kabupaten Pati.

## METODE

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016:8). Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih, dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidak hubungan itu tanpa melakukan perubahan, tambahan atau manipulasi terhadap data yang sudah ada (Arikunto, 2010:4).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang tetap di Pasar Rogowangsan yang berjumlah 207 pedagang. Tekhnik

pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket/kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportional random sampling*. Penelitian ini memiliki jumlah sampel sebanyak 67 pedagang yang dihitung dengan rumus slovin. Variabel penelitian ini adalah variabel dependen (terikat) yaitu omzet penjualan (Y) dan variabel independen (bebas) yaitu lokasi usaha (X1), pengalaman usaha (X2), dan pengelolaan pasar (X3).

Teknik pengumpulan data berupa wawancara, kuesioner dan observasi. Angket (kuesioner) dalam penelitian ini merupakan angket (kuesioner) tertutup dan terbuka berupa pernyataan atau pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi mengenai variabel penelitian. Skala pengukuran pada variabel omzet penjualan peneliti menggunakan skala interval, dengan demikian peneliti dapat melihat besarnya perbedaan karakteristik antara satu individu atau objek dengan lainnya. Skala interval benar-benar merupakan angka. Selain menggunakan skala interval, peneliti juga akan menggunakan skala likert untuk variabel lokasi usaha, pengalaman usaha dan pengelolaan pasar. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2016:93).

Teknik analisis uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil uji validitas dari variabel lokasi usaha, pengalaman usaha dan pengelolaan pasar dalam penelitian ini menunjukkan valid. Sedangkan uji reliabilitas dengan *cornbach's alpha* > 0,60 variabel lokasi usaha, pengalaman usaha dan pengelolaan pasar dalam penelitian ini menunjukkan hasil reliabel.

Analisis deskriptif yang digunakan un-

tuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian (Ferdinand, 2014:229). Metode ini digunakan untuk menjelaskan dan menjabarkan mengenai hasil perhitungan dari analisis kuantitatif serta menggambarkan secara jelas kondisi yang ada dalam objek dan digunakan untuk mengetahui dan menganalisis data mengenai Lokasi Usaha, Pengalaman Usaha dan Pengelolaan Pasar pada Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati. Nilai indeks digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai derajat persepsi responden atas variabel yang akan diteliti (Ferdinand, 2014:231). Dalam penelitian ini skor terendah yang diberikan terhadap jawaban responden adalah 1 dan tertinggi adalah 5. Nilai indeks dihitung menggunakan kriteria tiga kotak (*Three-box Method*), dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks} = ((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)) / 5$$

Keterangan:

F1 = Frekuensi responden yang menjawab 1

F2 = Frekuensi responden yang menjawab 2

F3 = Frekuensi responden yang menjawab 3

F4 = Frekuensi responden yang menjawab 4

F5 = Frekuensi responden yang menjawab 5

Angka indeks yang dihasilkan dimulai dengan angka 10 hingga dengan rentang sebesar 90. Dengan menggunakan *three-box method*, maka rentang sebesar 90 dibagi tiga sehingga menghasilkan rentang sebesar 30 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi indeks dalam penelitian ini, yaitu:

10.00-40 = Rendah

40.01-70 = Sedang

70.01-100 = Tinggi

Kemudian analisis regresi linear berganda. sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, perlu dilakukan uji asumsi klasik yaitu anatara lain dengan uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji normalitas dengan bantuan *IBM SPSS Versi 22 for windows*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek dari penelitian ini adalah Pasar Rogowangsan yang terletak di jalan Rogo-

wongso, Jakenan Kabupaten Pati Jawa Tengah. Pasar Rogowangsan merupakan salah satu pasar tradisional yang masih eksis sampai saat ini. Di tengah hadirnya swalayan dan pusat perbelanjaan modern tidak memengaruhi keberadaan pasar tradisional di Kabupaten Pati termasuk Pasar Rogowangsan. Pasar Rogowangsan yang menampung 207 pedagang tersebut memberi pemasukan kepada pemerintah daerah Pati lebih dari 90 juta rupiah setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi Pasar Rogowangsan sebagai salah satu pasar tradisional keberadaannya perlu dijaga. Pemerintah Kabupaten Pati memutuskan untuk merevitalisasi atau merenovasi Pasar Rogowangsan karena kondisi pasar yang kumuh dan kotor. Pasar Rogowangsan mengalami dua kali tahap revitalisasi. Tahap pertama selesai pada akhir 2016 dan tahap kedua selesai pada akhir 2017. Pasar ini sudah ditempati oleh seluruh pedagang sekitar tanggal 25-31 Januari 2018.

Tampilan Pasar Rogowongso kini sudah berubah total. Dari pasar yang dulunya kumuh karena dipenuhi pedagang yang berjualan di depan trotoar, sekarang tampilannya sudah modern. Sebagaimana pasar tradisional lainnya, pengunjung bisa menjumpai berbagai macam kebutuhan pokok, seperti beras, gula, telur, daging, ikan, buah-buahan, sayur-sayuran, perabotan rumah tangga, bunga atau kembang, rempah-rempah dan bumbu dapur, serta sejumlah kebutuhan hidup sebagaimana dijual di swalayan modern. Fasilitas Pasar Rogowangsan kini juga semakin lengkap dan nyaman, yaitu berupa kamar mandi dan tempat parkir yang ada di lantai I dan II, serta mushola yang berada di lantai I.

### Analisis Deskriptif Persentase Variabel Pendapatan

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik masing-masing indikator dalam setiap variabel agar lebih mudah memahami pengukuran pada variabel yang di ungkap. Analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel lokasi

usaha, pengalaman usaha dan pengelolaan pasar yang ada pada penelitian ini. Lebih jelasnya akan dipaparkan pada tabel 1.

Tabel 1. menunjukkan bahwa sebelum revitalisasi Pasar Rogowangsan dilakukan, dari 67 responden yang diteliti, omzet penjualan perhari pedagang kurang dari Rp 300.000 sebesar 22.4%, omzet penjualan pedagang antara Rp 300.000 sampai Rp 500.000 sebesar 47.8%, omzet penjualan pedagang antara Rp 600.000 sampai Rp 800.000 sebesar 23.9%, omzet penjualan pedagang antara Rp 900.000 sampai Rp 1.100.000 sebesar 6% saja, sedangkan untuk omzet penjualan pedagang yang lebih dari Rp 1.100.000 tidak ada.

Tabel 2. menunjukkan bahwa sesudah revitalisasi Pasar Rogowangsan dilakukan, dari 67 responden yang diteliti, omzet penju-

alan pedagang kurang dari Rp 300.000 sebesar 52.2%, omzet penjualan pedagang antara Rp 300.000 sampai Rp 500.000 sebesar 28.4%, omzet penjualan pedagang antara Rp 600.000 sampai Rp 800.000 sebesar 16.4%, omzet penjualan pedagang antara Rp 900.000 sampai Rp 1.100.000 sebesar 3% saja, sedangkan untuk omzet penjualan pedagang yang lebih dari Rp 1.100.000 tidak ada.

**Analisis Deskriptif Persentase Variabel Lokasi Usaha**

Secara lebih rinci variabel lokasi usaha dibagi dalam 7 indikator, yaitu aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, lokasi parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan. Berikut hasil analisis deskriptif persentase menggunakan *Three Box Methods* pada tabel 3.

**Tabel 1.** Omzet Penjualan Sebelum

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp 300.000	15	22.4	22.4	22.4
	Rp 300.000 - Rp 500.000	32	47.8	47.8	70.1
	Rp 600.000 - Rp 800.000	16	23.9	23.9	94.0
	Rp 900.000 - 1.100.000	4	6.0	6.0	100.0
	Lebih dari Rp 1.100.000	0	0	0	0
	Total	67	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah, 2018

**Tabel 2.** Omzet Penjualan Sebelum

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp 300.000	15	22.4	22.4	22.4
	Rp 300.000 - Rp 500.000	32	47.8	47.8	70.1
	Rp 600.000 - Rp 800.000	16	23.9	23.9	94.0
	Rp 900.000 - 1.100.000	4	6.0	6.0	100.0
	Lebih dari Rp 1.100.000	0	0	0	0
	Total	67	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah, 2018

**Tabel 3.** Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Lokasi Usaha Pedagang Pasar Rogowangsan

Indikator	Nilai Indeks Indikator	Nilai Indeks Variabel
Aksesibilitas	51.79	
Visibilitas	49.15	
Lalu Lintas	46.87	
Lokasi Parkir	47.96	50.31
Ekspansi	52.04	
Lingkungan	53.28	
Persaingan	51.04	

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 3. menunjukkan bahwa dalam variabel lokasi usaha terdapat 17 item pernyataan dari 7 indikator. Variabel lokasi usaha memiliki nilai indeks variabel sebesar 50.31% dimana termasuk dalam kategori sedang. Sedangkan untuk masing-masing indikator yaitu indikator aksesibilitas sebesar 51.79%, indikator visibilitas sebesar 49.15%, indikator lalu lintas sebesar 46.87%, indikator lokasi parkir 47.96%, indikator ekspansi sebesar 52.04%, indikator lingkungan sebesar 53.28% dan indikator persaingan sebesar 51.04%. Secara keseluruhan semua indikator termasuk dalam kategori sedang. Artinya menurut para pedagang, lokasi usaha belum sepenuhnya strategis karena masih terdapat pedagang yang omzet penjualannya belum terpenuhi secara maksimal.

**Analisis Deskriptif Persentase Variabel Pengalaman Usaha**

Secara lebih rinci variabel pengalaman usaha dibagi dalam 3 indikator, yaitu masa kerja, tingkat pengetahuan dan keterampilan serta penguasaan terhadap peralatan dan pe-

kerjaan. Berikut hasil analisis deskriptif persentase menggunakan *Three Box Methods* :

**Tabel 4.** Distribusi jawaban responden untuk variabel pengalaman usaha pedagang Pasar Rogowangsan

Indikator	Nilai Indeks Indikator	Nilai Indeks Variabel
Masa Kerja	59.10	
Tingkat Pengetahuan dan Keterampilan	58.11	56.68
Penguasaan terhadap Pekerjaan dan Peralatan	52.84	

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 4. menunjukkan bahwa dalam variabel pengalaman usaha terdapat 7 item pernyataan dari 3 indikator. Variabel pengalaman usaha memiliki nilai indeks variabel sebesar 56.68% dimana termasuk dalam kategori sedang. Sedangkan untuk masing-masing indikator yaitu indikator masa kerja sebesar 59.10%, indikator tingkat pengetahuan dan keterampilan sebesar 58.11%, dan indikator penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan sebesar 52.84%. Secara keseluruhan semua indikator termasuk dalam kategori sedang. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden belum sepenuhnya mempunyai pengalaman usaha yang bagus namun menunjukkan adanya keinginan untuk mempunyai pengalaman usaha yang lebih luas dan bagus dalam berdagang.

**Analisis Deskriptif Persentase Variabel Pengelolaan Pasar**

Secara lebih rinci variabel pengelolaan pasar dibagi dalam 6 indikator, yaitu tingkat ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program, tingkat ketepatan respon petugas, tingkat monitoring, dan tingkat

evaluasi. Berikut hasil analisis deskriptif persentase menggunakan *Three Box Methods* :

**Tabel 5.** Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Pengelolaan Pasar Pedagang Pasar Rogowangsan

Indikator	Nilai Indeks Indikator	Nilai Indeks Variabel
Tingkat ketepatan sasaran program	61.49	
Sosialisasi Program	61.04	
Tujuan Program	59.85	59.90
Tingkat Kecepatan Respon Petugas	58.51	
Tingkat Monitoring	58.66	
Tingkat Evaluasi	59.85	

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 5. menunjukkan bahwa dalam variabel pengelolaan pasar terdapat 12 item pernyataan dari 6 indikator. Variabel pengelolaan pasar memiliki nilai indeks variabel sebesar 59.9% dimana termasuk dalam kategori sedang. Sedangkan untuk masing-masing indikator yaitu indikator tingkat ketepatan sasaran program 61.49%, indikator sosialisasi program 60.04%, indikator tujuan program 59.85%, indikator tingkat ketepatan respon petugas 58.51%, indikator tingkat monitoring 58.66%, dan indikator tingkat evaluasi 59.85%. Secara keseluruhan semua indikator termasuk dalam kategori sedang, hal tersebut dapat diartikan bahwa responden menilai pengelolaan pasar belum sepenuhnya dilakukan dengan maksimal, namun ada keinginan dan upaya-upaya untuk memaksimalkan pengelolaan pasar agar dapat berjalan lebih baik.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas. Hasil uji multikolonieritas dilakukan dengan menga-

mati nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Berdasarkan hasil uji multikolonieritas yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa nilai  $VIF \geq 10\%$  dan nilai  $VIF \leq 10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil uji heterokedastisitas yang dilakukan dengan melihat signifikansi melalui uji glejser. Dengan uji glejser, dapat diketahui bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Selanjutnya uji normalitas diperoleh dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Nilai Kolmogorov-Smirnov (K-S) 1,156 dan signifikansi Asymp. pada 0,138 jauh diatas 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil analisis regresi linier berganda dengan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen dan gaya hidup, pengetahuan dasar ekonomi, locus of control, konformitas hedonis sebagai variabel independen diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

**Tabel 6.** Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)				-2.929	.005
LokasiUsaha	-.555	.189		2.545	.013
PengalamanUsaha	.019	.007	.325	2.404	.019
PengelolaanPasar	.036	.015	.309	2.242	.029
	.020	.009	.274		

a. Dependent Variable : Omzet penjualan

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Omzet Penjualan} = -555 + 0.019 \text{ Lokasi Usaha} + 0.036 \text{ Pengalaman Usaha} + 0.020 \text{ Pengelolaan Pasar}$$

Uji simultan dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung} = 53,270$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis 1 dalam penelitian yang berbunyi "Ada pengaruh antara lokasi usaha, pengalaman usaha dan pengelolaan pasar terhadap omzet penjualan pedagang setelah revitalisasi", diterima.

Variabel lokasi usaha diperoleh nilai signifikansi sebesar Lokasi usaha hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2.545 > 1.988 = t_{tabel}$ , dan  $sig = 0.013 < 5\%$  jadi  $H_0$  ditolak. Ini berarti variabel lokasi usaha secara statistik berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen omzet penjualan pedagang. Variabel Pengalaman usaha diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2.404 > 1.988 = t_{tabel}$ , dan  $sig = 0.019 < 5\%$  jadi  $H_0$  ditolak. Ini berarti variabel independen pengalaman usaha secara statistik berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen omzet penjualan pedagang. Variabel Pengelolaan pasar diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2.242 > 1.988 = t_{tabel}$ , dan  $sig = 0.029 < 5\%$  jadi  $H_0$  ditolak. Ini berarti variabel independen pengelolaan pasar secara statistik berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen omzet penjualan pedagang.

### **Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Omzet Penjualan Pedagang setelah revitalisasi di Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati.**

Berdasarkan hasil regresi dengan menggunakan analisis regresi berganda tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien lokasi usaha berdagang terhadap omzet penjualan pedagang sebesar 0.019, dapat diartikan jika variabel lokasi usaha mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara pengalaman usaha dan pengelolaan pasar dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan omzet penjualan pedagang sebesar 0.019 dan diperoleh keterangan bahwa variabel lokasi usaha ber-

pengaruh positif terhadap omzet penjualan pedagang dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 5\%$ . Dalam koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh lokasi usaha terhadap omzet penjualan sebesar 28.94%.

Variabel lokasi usaha memiliki nilai indeks variabel sebesar 50.31% dimana termasuk dalam kategori sedang. Sedangkan untuk masing-masing indikator yaitu indikator aksesibilitas sebesar 51.79%, indikator visibilitas sebesar 49.15%, indikator lalu lintas sebesar 46.87%, indikator lokasi parkir 47.96%, indikator ekspansi sebesar 52.04%, indikator lingkungan sebesar 53.28% dan indikator persaingan sebesar 51.04%. Secara keseluruhan semua indikator termasuk dalam kategori sedang, dengan nilai indeks tertinggi yaitu indikator lingkungan sebesar 53.28%. Secara keseluruhan semua indikator termasuk dalam kategori sedang. Artinya menurut para pedagang, lokasi usaha belum sepenuhnya strategis karena masih terdapat pedagang yang omzet penjualannya belum terpenuhi secara maksimal.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maarif (2013) dimana semakin strategis lokasi usaha maka semakin berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Lokasi usaha di Pasar Rogowangsan mengalami perubahan setelah revitalisasi pasar dilakukan sesuai dengan jenis dagangannya dimana lantai I untuk jenis dagangan sayuran, buah-buahan, kelapa, makanan dan minuman sedangkan lantai II untuk jenis dagangan sembako serta ikan dan daging. Dengan adanya perubahan lokasi ini para pedagang dan pembeli harus beradaptasi dengan lingkungan yang baru, bahkan banyak pedagang yang kehilangan pelanggannya dikarenakan pelanggan lama tidak mengetahui tempat berjualan yang baru.

Khususnya para pedagang di lantai II mengalami penurunan omzet penjualan yang cukup signifikan yaitu dari 12 pedagang sembako yang diteliti semuanya mengalami penurunan omzet penjualan dan dari 14 pedagang ikan dan daging yang diteliti, 8 pedagang men-

galami penurunan, 5 pedagang omzet penjualannya tetap dan hanya 1 pedagang saja yang mengalami kenaikan omzet penjualan.

Pembeli enggan untuk ke lantai II dikarenakan jauhnya lokasi berdagang. Ini berarti semakin strategis lokasi usaha pedagang untuk berdagang maka semakin tinggi pula omzet penjualan pedagang Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati. Lokasi usaha merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam menentukan omzet penjualan berdagang bagi para pedagang pasar Rogowangsan untuk meningkatkan kesejahteraan dan ekonomi yang lebih baik. Hal ini sesuai dengan Teori Lokasi Pendekatan Pasar yang dikemukakan oleh August Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari pasar, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatang tempat penjualan semakin mahal (Tarigan, 2005: 145).

Hal tersebut dibuktikan dengan tanggapan responden pada pernyataan *Lokasi usaha saya mudah dijangkau oleh pembeli* tanggapan responden sebanyak 46.27% menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut dan untuk pernyataan *Lokasi usaha saya dekat dengan pintu masuk pasar* sebanyak 46.27% responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Dari dua pernyataan tersebut terlihat bahwa lokasi usaha pedagang tidak mudah dijangkau dan dilihat oleh pembeli. Kemudian parkir yang kurang memadai dan luas usaha para pedagang yang tidak sesuai dengan jumlah barang dagangannya juga mengakibatkan pedagang sulit untuk memperluas usahanya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Atun (2016) yang mengemukakan bahwa faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang. Karena para pelanggan akan lebih senang jika berbelanja dekat dengan tempat parkir para pembeli, dekat dengan pintu utama pasar, dan mudah dijangkau oleh para pembeli.

### **Pengaruh Pengalaman usaha terhadap Omzet Penjualan Pedagang setelah Revitalisasi di Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati.**

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan nilai koefisien regresi variabel pengalaman usaha sebesar 0.036 yang artinya jika variabel pengalaman usaha mengalami kenaikan sebesar satu poin sementara lokasi usaha dan pengelolaan pasar berdagang dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan omzet penjualan pedagang sebesar 0.036. Dan diperoleh signifikansi sebesar  $0.019 < 5\%$  yang berarti variabel independen pengalaman usaha secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen omzet penjualan pedagang. Dalam koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh pengalaman usaha terhadap omzet penjualan sebesar 9.73%.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kasmita (2014) dan penelitian yang dilakukan oleh Muliani dan Suresmiathi (2015) dimana penelitian menunjukkan pengalaman usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap omzet penjualan. Pedagang dengan pengalaman dan pengalaman usaha yang lebih banyak, akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi dan memasarkan produknya. Dan secara tidak langsung akan mendapatkan jaringan atau koneksi yang lebih luas. Semakin berpengalaman menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Keterampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan tetap yang berhasil dijaring. Semakin banyaknya pelanggan tetap akan mempengaruhi tingkat omzet penjualan para pedagang.

Variabel pengalaman usaha memiliki nilai indeks variabel sebesar 56.68% dimana termasuk dalam kategori sedang. Sedangkan untuk masing-masing indikator yaitu indikator masa kerja sebesar 59.10%, indikator ting-

kat pengetahuan dan keterampilan sebesar 58.11%, dan indikator penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan sebesar 52.84%. Secara keseluruhan semua indikator termasuk dalam kategori sedang. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden belum sepenuhnya mempunyai pengalaman usaha yang bagus namun menunjukkan adanya keinginan untuk mempunyai pengalaman usaha yang lebih luas dan bagus dalam berdagang. Kurangnya tingkat pengetahuan dan keterampilan serta penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan menggambarkan bahwa belum sepenuhnya para pedagang berpengalaman terlepas dari lamanya mereka dalam menjalankan usahanya.

Pada saat wawancara dengan pedagang yang di lantai II, mengemukakan bahwa yang membeli dagangan hanya pelanggan tetap saja serta kurangnya pembeli baru dikarenakan lokasi yang tidak strategis. Karena pedagang yang sudah lama berdagang cenderung mempunyai pembeli tetap yang lebih banyak dibandingkan pedagang baru. Namun jika para pedagang baru memiliki keterampilan, pengetahuan serta penguasaan terhadap pekerjaan peralatan, maka dapat memungkinkan pula akan mendapat pelanggan baru yang semakin banyak. Oleh karena itulah pentingnya pengalaman usaha yang menimbulkan, keterampilan dan pengetahuan lebih luas yang dimiliki oleh pedagang dalam menunjang kegiatannya dalam berdagang serta dapat menambah relasi dengan para pembeli sehingga dapat meningkatkan omzet penjualannya pula.

### **Pengaruh Pengelolaan Pasar terhadap Omzet Penjualan Pedagang setelah revitalisasi di Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati.**

Variabel pengelolaan pasar memiliki nilai indeks variabel sebesar 59.9% dimana termasuk dalam kategori sedang. Sedangkan untuk masing-masing indikator yaitu indikator tingkat ketepatan sasaran program 61.49%, indikator sosialisasi program 60.04%, indikator tujuan program 59.85%, indikator tingkat ketepatan respon petugas 58.51%, indikator tingkat monitoring 58.66%, dan indikator

tingkat evaluasi 59.85%. Secara keseluruhan semua indikator termasuk dalam kategori sedang, hal tersebut dapat diartikan bahwa responden menilai pengelolaan pasar belum sepenuhnya dilakukan dengan maksimal, namun ada keinginan dan upaya-upaya untuk memaksimalkan pengelolaan pasar agar dapat berjalan lebih baik.

Indikator tingkat ketepatan sasaran program dengan pernyataan *Renovasi pasar sesuai dengan kebutuhan para pedagang* tanggapan responden sebanyak 29.85% menyatakan setuju. Dan item pernyataan *Renovasi pasar membuat suasana pasar lebih nyaman dan rapi* 35.82% responden menyatakan kurang setuju. Hal tersebut dapat terlihat bahwa para pedagang setuju diadakannya revitalisasi atau renovasi namun suasana pasar kembali kotor dan kumuh setelah adanya revitalisasi. Untuk indikator tingkat kecepatan respon petugas pada item pernyataan *Adanya kerjasama antar petugas pasar dengan para pedagang dalam menangani masalah renovasi pasar* sebanyak 34.33% responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sedangkan item pernyataan *Keluhan pedagang ditangani dengan cepat oleh petugas pasar* tanggapan responden sebanyak 43.28% menyatakan kurang setuju. Artinya adalah kecepatan dalam daya tangkap petugas terhadap berbagai keluhan yang disampaikan pedagang pasar belum sepenuhnya maksimal.

Berdasarkan hasil regresi dengan menggunakan analisis regresi berganda tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien pengelolaan pasar terhadap omzet penjualan pedagang sebesar 0.020, dapat diartikan jika variabel pengelolaan pasar mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara lokasi usaha dan pengalaman usaha dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan omzet penjualan pedagang sebesar 0.020 dan diperoleh keterangan bahwa variabel pengelolaan pasar berpengaruh positif terhadap omzet penjualan pedagang dengan nilai signifikan sebesar  $0.029 < 5\%$ . Dalam koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh pengelolaan pasar terhadap omzet penjualan sebesar 17.13%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2016) dimana revitalisasi dan manajemen tata kelola pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan pedagang khususnya yang berlokasi di lantai I sebesar 71%. Setelah revitalisasi pasar diperlukan adanya pengelolaan pasar yang baik serta perawatan sarana dan prasarana secara rutin agar pasar tidak kembali semrawut dan kumuh serta manajemen pengelolaan yang tergolong kurang baik jika dilihat dari aspek penyediaan infrastruktur, perbaikan sarana dan prasarana menimbulkan pengaruh terhadap omzet penjualan pedagang kecil dalam hal yang negatif. Oleh karena itulah pentingnya pengelolaan pasar yang melibatkan kerjasama antara petugas pasar, pedagang pasar, pembeli maupun pihak-pihak yang berkepentingan dalam meningkatkan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern yang semakin banyak.

**Pengaruh Lokasi Usaha, Pengalaman usaha Dan Pengelolaan Pasar Terhadap Omzet Penjualan Pedagang Setelah Revitalisasi Di Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati.**

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa variabel lokasi usaha, pengalaman usaha dan pengelolaan pasar berpengaruh terhadap omzet penjualan. Ditunjukkan oleh hasil F hitung = 53.270 dan sig = 0,000 < 5 % hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara lokasi usaha, pengalaman usaha dan pengelolaan pasar terhadap omzet penjualan. Berarti bahwa semakin strategis lokasi usaha, semakin berpengalaman dalam usahanya dan semakin baik pengelolaan pasar maka semakin tinggi pula omzet penjualan yang diperoleh.

Nilai R<sup>2</sup> yaitu sebesar 0.717 yang memiliki arti bahwa pengaruh variabel lokasi usaha, pengalaman usaha dan pengelolaan pasar terhadap omzet penjualan dalam model ini sebesar 71.7% sedangkan sisanya 28.3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara simultan ketiga variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka ketiga variabel bebas tersebut dapat dijadikan perha-

tian bagi pihak pasar dalam hal meningkatkan omzet penjualan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari angket yang telah disebar, dari 67 responden yang diteliti sebanyak 40 pedagang mengalami penurunan omzet penjualan setelah revitalisasi, sedangkan 14 pedagang omzet penjualannya tetap setelah revitalisasi dan 14 pedagang mengalami kenaikan omzet penjualan setelah revitalisasi. Sebelum revitalisasi, omzet penjualan pedagang yang kurang dari Rp 300.000 sebesar 22.4 % pedagang saja namun setelah adanya revitalisasi menjadi 52.2 % pedagang. Hal tersebut menunjukkan bahwa setelah revitalisasi pasar kunjungan pembeli malah semakin menurun dibandingkan sebelumnya dan mengakibatkan banyak omzet penjualan pedagang mengalami penurunan. Pengelolaan pasar yang kurang baik juga membuat pasar kembali kotor dan kumuh setelah revitalisasi. Kemudian para pedagang menganggap lokasi usaha mereka kurang strategis dan tidak mudah dijangkau oleh pembeli. Selain itu luas usaha yang tidak sesuai dengan jumlah barang dagangan juga menyulitkan para pedagang untuk memperluas usahanya.

Hal tersebut memiliki keadaan yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2016) pada pasar Tumenggungan menunjukkan bahwa, setelah adanya revitalisasi pasar kunjungan pembeli malah semakin menurun dibandingkan sebelumnya khususnya pada pedagang yang berada di lantai II. Selain itu pengelolaan pasar yang kurang baik menyebabkan kondisi pasar kembali semrawut dan kotor dikarenakan pengelola pasar kurang mendapatkan pelatihan tentang manajemen pasar dan kurang dibekali cara menyusun prosedur kerja dan pengawasan tentang tata kelola pasar yang baik.

Menurut Indiastuti et. al (2008 : 36), sepertiga jumlah pasar tradisional yang tidak berkembang karena ditinggalkan pembelinya, dapat diberdayakan melalui realisasi revitalisasi. Pada awalnya pedagang berharap setelah pasar direvitalisasi akan berdampak terhadap peningkatan omzet penjualan yang signifikan. Pada faktanya kunjungan pembeli ke pasar

Rogowangsan tidak mengalami peningkatan secara signifikan. Revitalisasi dapat berhasil apabila pihak-pihak yang berkepentingan bekerjasama dengan fokus menghilangkan kelemahan yang melekat yaitu produk yang dijual belum memenuhi standar kualitas, kurang memiliki daya tarik fisik seperti kurang bersih, kurang nyaman, dan minim fasilitas publik serta pedagang dan manajemen pasar belum mengimplementasikan praktik pelayanan yang memunculkan manfaat lebih dalam berbelanja.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. (1) Ada pengaruh positif dan signifikan dan secara bersama-sama antara lokasi usaha pengalaman usaha dan pengelolaan pasar terhadap omzet penjualan pedagang setelah revitalisasi pada Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati, (2) Ada pengaruh positif dan signifikan lokasi usaha terhadap omzet penjualan pedagang setelah revitalisasi pada Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati, (3) Ada pengaruh positif dan signifikan pengalaman usaha terhadap omzet penjualan pedagang setelah revitalisasi pada Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati, (4) Ada pengaruh positif dan signifikan pengelolaan pasar terhadap omzet penjualan pedagang setelah revitalisasi pada Pasar Rogowangsan Kabupaten Pati.

Berdasarkan pengalaman melakukan penelitian pengembangan saran yang dapat direkomendasikan, yaitu: (1) Para pedagang sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk maupun layanan agar penurunan omzet penjualan setelah revitalisasi tidak berlangsung secara lama. Khususnya pada pedagang pasar di lantai II yang lebih sulit dijangkau oleh pembeli dibandingkan yang di lantai I. Lokasi para pedagang yang berubah setelah adanya revitalisasi memerlukan fasilitas lebih yaitu denah pasar agar pembeli dapat lebih mudah menemukan barang yang dibutuhkan, (2) Pihak pengelola pasar hendaknya dengan tegas menindak para pedagang yang berlokasi

tidak sesuai dengan zona yang sudah ditetapkan oleh pengelola pasar yang dapat menjadikan pasar kembali semrawut, (3) Para pedagang dengan pengalaman yang lebih luas, keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki dapat menunjang kegiatannya dalam berdagang serta dapat menambah relasi dengan para pembeli sehingga dapat meningkatkan pendapatannya pula. Serta dapat berinovasi dari pengalaman selama ini disesuaikan dengan tuntutan zaman sehingga dapat bersaing dengan pasar modern dan dapat menjangkau konsumen lebih luas yang kemudian dapat meningkatkan pelanggan tetap, (4) Pihak pegawai pasar, pemerintah dan para pedagang hendaknya bekerjasama meningkatkan kualitas pengelolaan pasar agar pasar lebih tertata, nyaman dan rapi sehingga pasar tidak kembali kumuh dan tujuan dari revitalisasi pasarpun akan tercapai yang kemudian dapat memengaruhi omzet penjualan pedagang Pasar Rogowangsan, (5) Lokasi usaha, pengalaman usaha dan pengelolaan pasar secara bersama-sama mampu mempengaruhi omzet penjualan pedagang Pasar Rogowangsan. Sehingga pemerintah, pengelola pasar, dan pedagang Pasar Rogowangsan sebaiknya melakukan evaluasi terkait dengan ketiga hal tersebut. Hal tersebut bertujuan agar dapat meningkatkan omzet penjualan pedagang karena omzet penjualan pedagang Pasar Rogowangsan masih tergolong rendah setelah adanya revitalisasi pasar, (6) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas obyek penelitian dengan meneliti lebih dari satu pasar. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menambah variabel penelitian diluar variabel bebas yang terdapat dalam penelitian ini, sehingga dapat ditemukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi omzet penjualan pedagang setelah revitalisasi pada Pasar Rogowangsan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari dalam penyusunan artikel ini telah mendapatkan bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dengan rasa hormat penulis menyam-

paikan ucapan terima kasih kepada: (1) Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang, (2) Drs. Heri Yanto, MBA, PhD., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, (3) Ahmad Nurkhin, S.Pd., M. Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah menyetujui skripsi penelitian ini, (4) Indri Murniawaty, S. Pd., M. Pd., Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan penyusunan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, (5) Kedua orang tua saya, Ibu Sutiyeem, Bapak Supat, kedua saudara saya Ema Jeniati dan Very Tri Utamiati dan keluarga besar yang telah merawat, membimbing dan selalu memotivasi saya, (6) Ir. Pujo Winarno, MM., Kepala Bappeda Kabupaten Pati yang telah berkenan memberikan izin untuk melaksanakan penelitian, (7) Bapak Karsiman, Kepala Pasar Rogowangsan beserta staf dan pegawai pasar yang telah membantu dalam proses penelitian, (8) Para pedagang Pasar Rogowangsan atas segala bantuan yang diberikan, (9) Teman-teman Pendidikan Ekonomi (Koperasi) yang telah memberikan dukungan dan do'a dalam penyusunan skripsi ini, (10) Semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Aryani, Dwinita. 2011. *Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket Di Kota Malang*. Malang: Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 02. No. 02.
- Atun, Nur Isni. 2016. *Pengaruh Modal, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ayuningsasi, Anak Agung Ketut. 2015. *Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Denpasar (Studi Kasus Pasar Sudha Merta Desa Sidakarya)*. Skripsi. Denpasar: Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Azizah, Siti Nur. 2016. *Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Tumenggungan Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Evaluasi Manajemen Tata Kelola Pedagang Pasar Tumenggungan Pasca Program Revitalisasi Menurut Persepsi Pedagang*. Kebumen: Jurnal Fokus Bisnis. Vol.15. No. 02.
- Boediono. 1993. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Budiono. 2005. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Karya Agung.
- Damayanti, Ifani. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Gede Kota Surakarta*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Foster, Bill. 2001. *Pembinaan Untuk Peningkatan Kerja Karyawan*. Jakarta : PPM.
- Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Indiastuti, R., Hastuti, F & Aziz, Y. 2008. *Analisis Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Usaha Yang Dinamis Di Kota Bandung*. Bandung: Sosiohumaniora. Vol. 10. No. 2.
- Kasmita, Nova. 2014. *Pengaruh Jam Kerja Pengalaman Kerja Dan Pendidikan Terhadap Pendapatan Karyawan Pt. Socfindoseumanyam Kabupaten Nagan Raya*. Skripsi. Aceh Barat: Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller . 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi ke-13, Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif : Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Maarif, Samsul. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi UNNES.
- Muliani, Ni Made S, dan Suresmiathi, A.A Ayu. 2015. *Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Pengrajin Untuk Menunjang Pendapatan Pengrajin Ukiran Kayu*. Bali: Jurnal Ekonomi Pembangunan. Vol.5.No.5.
- Nikmah, Rohmatun. 2015. *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Sembagus Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Kepuasan Pembeli Di Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo*. Skripsi. Jember: Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Palupiningdyah, 2011. *Komitmen Pedagang Pasar Bulu Kota Semarang Pasca Relokasi Penjualan*. Semarang: Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 2, No. 2.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.
- Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Robbins, Stephen, dan Mary, Coulter. 2010. *Manajemen Edisi 10, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Rustariyuni, Surya Dewi. 2011. *Analisis Tingkat Pendapatan Pedagang Canang Di Pasar Badung*. Semarang: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan. Vol 4 No 2.
- Sugiyono .2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sumarsono. 2003. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Ketenagakerjaan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutanto. 1999. *Sistem Pemasaran Global*. Bandung: Tarsito.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Tarigan, Robinson. 2005. *Ekonomi Regional Teori Dan Aplikasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Malang : Banyumedia Publishing.