

**SKRIPSI**  
**DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP**  
**PENDAPATAN PEDAGANG KECIL DI KOTA BANDA**  
**ACEH**



**Disusun Oleh:**

**SARA DILLAH HARZANSYAH**  
**NIM. 170604072**

**PRODI ILMU EKONOMI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**BANDA ACEH**  
**2021 M/ 1443 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Sara Dillah Harzansyah  
NIM : 170604072  
Program Studi : Ilmu Ekonomi  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 03 Januari 2022

Yang Menyatakan,



Sara Dillah Harzansyah

**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap  
Pendapatan Pedagang Kecil di Kota Banda Aceh**

Disusun Oleh

Sara Dillah Harzansyah

NIM. 170604072

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada

Program Studi Ilmu Ekonomi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Marwiyati, SE., MM  
NIP: 197404172005012002

Pembimbing II



Rachmi Mentia, M.Sc  
NIP: 198803192019032013

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi



Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si  
NIP: 197204281999031005

# PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

## Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil di Kota Banda Aceh

Sara Dillah Harzansyah

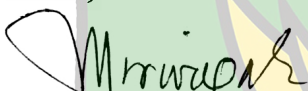
NIM : 170604072

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam  
Bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal : Senin, 03 Januari 2022  
01 Jumadil Akhir 1443 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Marwiyati, SE., MM

NIP: 197404172005012002

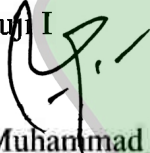
Sekretaris,



Rachmi Meutia, M.Sc

NIP: 198803192019032013

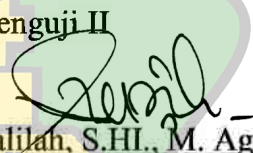
Penguji I



Dr. Muhammad Zuhilmi, MA

NIP: 197204282005011003

Penguji II



Jalilah, S.HI., M. Ag

NIP: 2008068803

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Zaki Fuad, M.Ag

NIP: 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web : [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email : [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sara Dillah Harzansyah  
NIM : 170604072  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi  
E-mail : 170604072@student.arraniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir     KKU     Skripsi     .....

yang berjudul:

**Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil di Kota Banda Aceh**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non- Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 05 Januari 2022

Mengetahui,

Penulis

Sara Dillah Harzansyah  
NIM: 170604072

Pembimbing I

Marwiyati, SE., MM  
NIP: 197404172005012002

Pembimbing II

Rachmi Mentia, M. Sc  
NIP: 198803192019032013

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala Puji dan syukur bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil di Kota Banda Aceh.”.

Selawat beiring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW. keluarga beserta sahabat beliau sekalian.

Proposal skripsi ini disusun dengan maksud guna memenuhi persyaratan untuk gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si. selaku Ketua program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Marwiyati, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi UIN Ar-Raniry Banda Aceh sekaligus pembimbing satu dan penasehat akademik yang telah banyak memotivasi sehingga skripsi ini terselesaikan.



3. Muhammad Arifin, PH. D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan bantuan, dukungan dan masukan yang penulis butuhkan selama ini.
4. Rachmi Meutia, M.Sc sebagai Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr Muhammad Zulhilmi, MA selaku dosen penguji 1 dan Jalilah, S.HI., M.Ag selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Ungkapan terimakasih sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta Ayahanda Harmuzan dan ibunda Dwi Indah Yuliani tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, waktu dan doa serta dorongan moral maupun materil yang luar biasa.
8. Kepada saudaraku tercinta Oktavian Rafsan Jany, Devian Siwi Marganing Tyas, Devian Tri Harsanyana, Fungka Gusti Irendy, Nastiti Wiharani dan Afsheena Rindu Ramadhani yang telah menyemangati, mendoakan meluangkan waktu untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Sahabat terbaikkku Khairunnisak, dan teman-teman Nurhidayah, Shinta Mawardani, Fauziah Rahmi, Muliadi, Salsa Miftadesva, Eddi Sufirman Hanafiah dan yang telah menemani, memberikan semangat serta telah mengisi hari-hari penulis menjadi sangat menyenangkan.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan saran maupun kritikan yang bersifat konstruktif demi kelancaran skripsi ini.

Banda Aceh, 03 Januari 2022

Penulis,

Sara Dillah Harzansyah

جامعة الرانيري  
A R - R A N I R Y



## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543 b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak Dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	”
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	”
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌ِو	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

A R - R A N I R Y

*kaifa* : كيف

*haua* : هول

## 3. Maddah

Maddah atau panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

*qāla* : قَالَ  
*ramā*: رَمَى  
*qīla*: قِيلَ  
*yaqūlu*: يَقُولُ

#### 4. Ta Marbutoh (ة)

Transliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- a. Ta *marbutoh* (ة) hidup

Ta *marbutoh* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah *t*.

- b. Ta *marbutoh* (ة) mati

Ta *marbutoh* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah *h*.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutoh* (ة)

diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة)

itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh:

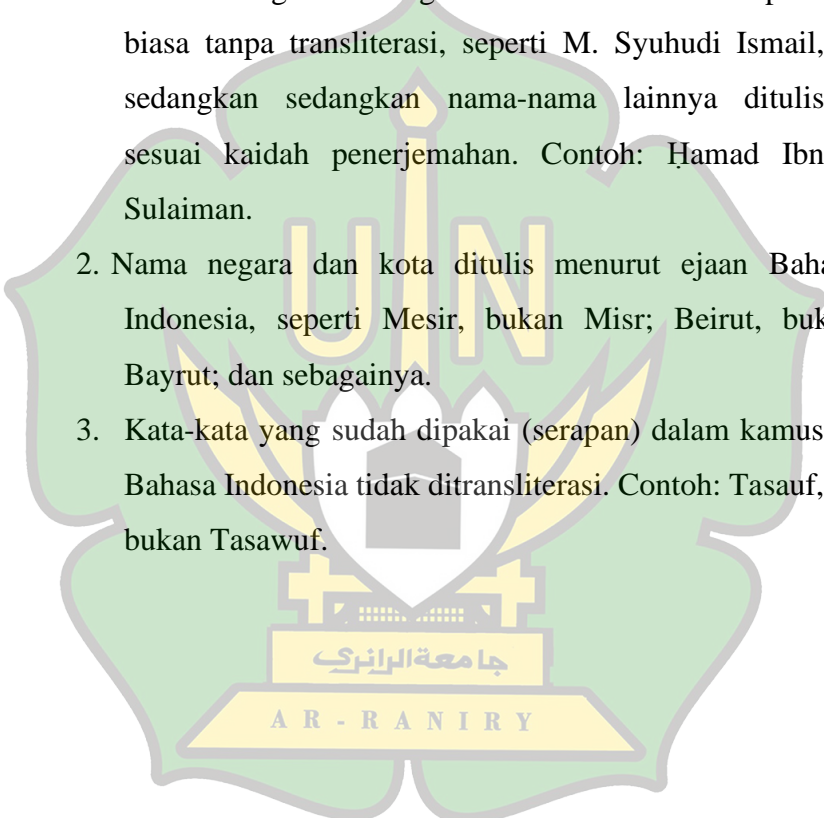
*rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl* :  
*al-Madīnah al-Munawwarah/* :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ  
 الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## ABSTRAK

Nama : Sara Dillah Harzansyah  
NIM : 170604072  
Fakultas/ProgramStudi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi  
Judul : Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil di Kota Banda Aceh.  
PembimbingI : Marwiyati, SE.,MM  
PembimbingII : Rachmi Meutia, M.Sc

Perkembangan pasar di Indonesia semakin luas seiring dengan perkembangan ekonominya. Dampak keberadaan pasar modern di Indonesia yang berkembang sangat pesat dirasakan oleh para pedagang kecil dimana berdampak pada pendapatan usaha pedagang kecil. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan pedagang kecil di Kota Banda Aceh. Penelitian ini dikaji dengan metode kualitatif. Data penelitian dianalisis dengan cara *deskriptif-analisis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pembeli mengalami penurunan setelah berdirinya pasar modern di 3 Kecamatan yaitu, Kecamatan Kuta Alam, Kecamatan Baiturrahman dan Kecamatan Syiah Kuala. Perubahan jumlah kuantitas penjualan menunjukkan keadaan yang tidak menguntungkan (rugi) bagi pedagang kecil, kuantitas penjualan di usaha pedagang kecil dapat diketahui yaitu mengalami penurunan serta pendapatan pedagang kecil mengalami penurunan sejak hadirnya pasar modern. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh pedagang kecil mengalami penurunan akibat adanya pasar modern.

**Kata Kunci:** *pasar modern, pendapatan, pedagang kecil*

## DAFTAR ISI

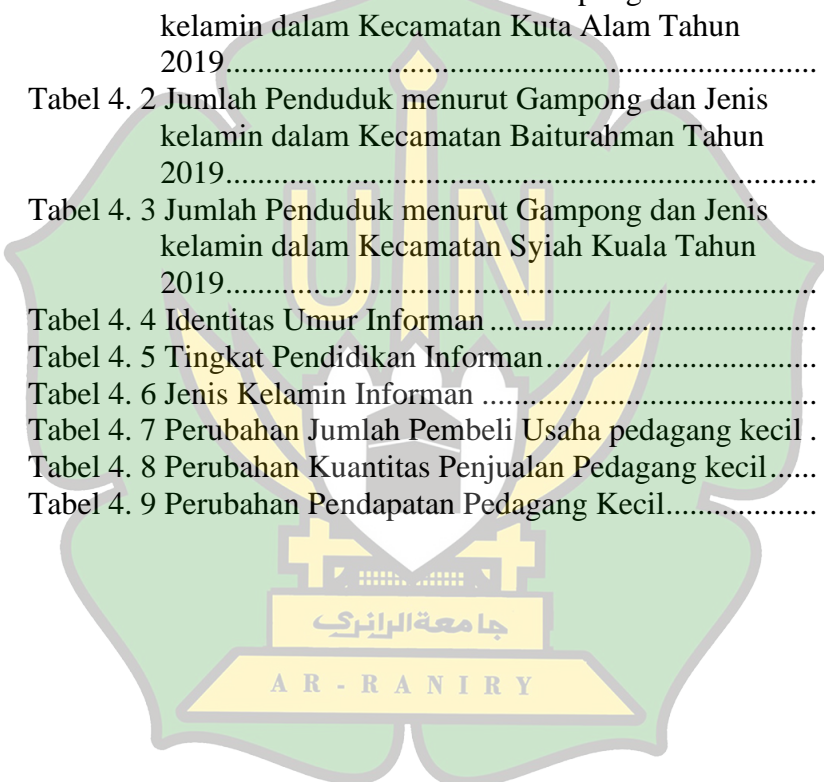
<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Pembahasan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
2.1. Pasar .....	10
2.1.2 Pasar Tradisional .....	14
2.1.3 Pasar Modern.....	15
2.2 Pendapatan.....	18
2.2.1 Pengertian Pendapatan .....	18
2.2.2 Jenis-jenis Pendapatan.....	19
2.2.3 Faktor-faktor Pendapatan .....	19
2.2.4 Sumber Pendapatan .....	21
2.3 Pedagang Kecil .....	23
2.3.1 Pengertian Pedagang Kecil.....	23
2.3.2 Karakteristik Pedagang Kecil .....	24
2.4 Dampak Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil.....	24
.....	24
2.5 Penelitian Terkait.....	28
2.6 Kerangka Konseptual .....	34

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	35
3.2 Lokasi Penelitian .....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	38
3.5.1 Populasi .....	38
3.5.2 Teknik Penarikan Sampel.....	39
3.6 Metode Analisis Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	44
4.1.1 Wilayah dan Penduduk Kecamatan Kuta Alam .....	44
4.1.2 Wilayah dan Penduduk Kecamatan Baiturrahman...	45
4.1.3 Wilayah dan Penduduk Kecamatan Syiah Kuala .....	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Karakteristik Informan Berdasarkan Umur .....	48
4.2.2 Karakteristik Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
4.2.3 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin.	50
4.3 Pembahasan .....	50
4.3.1 Dampak Perubahan Jumlah Pembeli Di Usaha Pedagang Kecil Dengan Munculnya Pasar Modern	51
4.3.2 Dampak Perubahan Hasil Penjualan Di Usaha Pedagang Kecil Dengan Munculnya Pasar Modern	54
4.3.3 Dampak Tingkat Pendapatan Pedagang Kecil Dengan Munculnya Pasar Modern.....	57
4.4 Strategi yang dilakukan pedagang kecil dalam mempertahankan eksistensi usahanya .....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR WAWANCARA .....</b>	<b>72</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Sarana Perdagangan Kota Banda Aceh tahun 2015-2019 .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terkait.....	29
Tabel 3. 1 Jumlah Sarana Perdagangan (Pasar Modern) Per Kecamatan.....	38
Tabel 3. 2 Distribusi Sampel Pedagang Kecil .....	41
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk menurut Gampong dan Jenis kelamin dalam Kecamatan Kuta Alam Tahun 2019.....	45
Tabel 4. 2 Jumlah Penduduk menurut Gampong dan Jenis kelamin dalam Kecamatan Baiturahman Tahun 2019.....	46
Tabel 4. 3 Jumlah Penduduk menurut Gampong dan Jenis kelamin dalam Kecamatan Syiah Kuala Tahun 2019.....	48
Tabel 4. 4 Identitas Umur Informan .....	49
Tabel 4. 5 Tingkat Pendidikan Informan.....	49
Tabel 4. 6 Jenis Kelamin Informan .....	50
Tabel 4. 7 Perubahan Jumlah Pembeli Usaha pedagang kecil .	51
Tabel 4. 8 Perubahan Kuantitas Penjualan Pedagang kecil.....	54
Tabel 4. 9 Perubahan Pendapatan Pedagang Kecil.....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 ..... 34



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kegiatan jual beli sudah lama dikenal sejak dahulu. Keberadaan pasar merupakan hal yang sangat penting didalam kegiatan jual beli. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam memperjualbelikan suatu barang. Didalam perekonomian, pasar juga berperan bagi produsen yaitu untuk menjual barang hasil produksi dan promosi barang atau jasa. Begitupun untuk konsumen pasar juga berperan dalam memenuhi kebutuhan hidup dan juga untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Pasar berawal dari beberapa pedagang yang menjual barang dagangannya secara berkelompok dengan lokasi strategis. Pasar juga bisa menjadi pusat pertukaran barang dan menjadi pusat perhatian bagi masyarakat.

Pasar juga memiliki peran bagi pemerintah yaitu sebagai sumber pendapatan, dalam hal ini pasar juga berpengaruh dalam Pertumbuhan ekonomi suatu negara yang dipengaruhi oleh beberapa sistem aktivitas, diantaranya adalah perdagangan. Kemajuan dalam bidang ekonomi dapat dilihat melalui kegiatan di sektor perdagangan. Fasilitas yang dibutuhkan oleh sektor perdagangan yaitu sarana dan prasarana yang memadai dapat menampung aktifitas tersebut. Maka dari itu dapat dikatakan pasar merupakan salah satu fasilitas untuk aktifitas perdagangan.

Menurut (Santoso 2017) Pasar merupakan salah satu tempat terjadinya transaksi antar penjual dan pembeli dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik itu pertokoan, pusat perbelanjaan, mall, pasar tradisional dan pusat perdagangan lainnya. Pasar dapat dibedakan menjadi dua menurut klasifikasinya yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan proses transaksi antara penjual dan pembeli dengan adanya proses tawar menawar secara langsung sampai terjadinya kesepakatan harga antara pembeli dan penjual (Arisbestari dan Setyono 2013). Biasanya pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari, sehingga letaknya sering kita jumpai di wilayah sekitar perumahan. Pedagang yang berdagang di pasar tradisional biasanya terdiri dari pedagang kecil, pedagang kaki lima.

Sedangkan pasar modern ialah pasar yang sudah dikelola dengan manajemen modern seperti supermarket, mall, waralaba, *departement store*, pasar serba ada, *shopping centre*, toko serba ada, toko mini swalayan dan sebagainya (Kotler & Kevin 2016). Variasi barang yang dijual sangat beragam. Barang yang dijual akan melalui penyeleksian terlebih dahulu. Hanya barang yang memenuhi persyaratan klasifikasi yang akan dijual maka dari itu barang yang terjual memiliki kualitas yang relatif lebih terjamin. Secara kuantitas, umumnya pasar modern memiliki gudang persediaan barang yang terukur. Jika dilihat dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang sudah pasti. pasar modern juga banyak

kita jumpai di zaman sekarang ini, seperti minimarket (meliputi indomaret dan alfamart).

Anwar (2020) menyebutkan bahwa minimarket dilengkapi fasilitas yang memadai seperti pendingin ruangan, pembeli bisa membayar dengan non-tunai sehingga memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi dan label harga barang yang sudah pasti. Masyarakat lebih banyak memilih berbelanja di pasar modern dikarenakan pasar modern sudah dikelola dengan cara profesional juga memiliki fasilitas yang lengkap dan bersih seperti *Air Conditioner* (AC), Anjungan Tunai Mandiri (ATM), serta arena bermain untuk anak-anak. Dengan tersedianya berbagai fasilitas Kenyamanan dan kemudahan serta perbedaan harga salah satu alasan konsumen lebih memilih berbelanja di pasar modern. Sedangkan pasar tradisional berbeda dengan pasar modern dalam masalah pengelolaan yang masih kurang profesional dan kurangnya kenyamanan bagi para pengunjung. Adapun alasan kurangnya Minat pembeli untuk berbelanja dikarenakan beberapa pasar tradisional ketika musim hujan jalanan menjadi becek, tempat yang panas juga sering terjadinya tindakan kriminal dan masih banyaknya pengamen jalanan.

Selain itu pasar modern juga menawarkan berbelanja dalam satu tempat saja sehingga lebih menghemat tenaga dan waktu serta menawarkan kualitas produk yang lebih baik, ,memudahkan dalam pembayaran dan juga menawarkan kenyamanan dalam berbelanja (Harmazair, 2006: 327-328). Sangat beda dengan toko kelontong

dikarenakan pembeli tidak bisa mengambil sendiri barang belanjanya di rak yang sudah disediakan seperti di toko modern karna rak toko yang belum modern dan bersifat tradisional. Perbedaan ini menjadikan keunggulan bagi salah satu pasar modern yaitu minimarket, adanya keunggulan ini tentunya lebih menarik minat masyarakat untuk berbelanja di minimarket. Maka secara tidak langsung keberadaan pasar modern juga dapat mempengaruhi keberadaan pedagang kecil yang ada disekelilingnya. Dimana ketika keberadaan pedagang kecil lebih sedikit, tentunya ini juga berdampak bagi pendapatan mereka.

Salah faktor penting bagi pengusaha toko kelontong yaitu pendapatan yang diperoleh melalui keuntungan berdasar demi menjaga kelangsungan usaha mereka. Pendapatan yang diperoleh pedagang digunakan untuk menambah modal atau memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. (Sudrajat, 2014). Tingkat kesejahteraan seseorang ditentukan oleh besar kecilnya pendapatan yang diperoleh dan akan digunakan untuk membiayai kebutuhan sehari-hari. Keuntungan dari hasil jualan mereka bisa digunakan sebagai modal usaha mereka kedepannya dan dapat digunakan untuk kehidupan sehari-hari. Jika keuntungan dari usaha mereka berkurang maka berdampak pada kelanjutan usaha toko kelontong, bahkan ada yang sampai menutup usahanya.

Pasar modern menjadi pusat perbelanjaan masyarakat pada era modern ini. Yang dimaksud dengan pasar modern dalam penelitian ini adalah minimarket yang meliputi Indomaret dan

Alfamart. Pertumbuhan minimarket sangat pesat penyebarannya di wilayah Banda Aceh. Di setiap wilayah hampir dapat ditemui toko-toko modern. Hal ini tergambar pada data yang ada pada tabel berikut :

**Tabel 1. 1**  
**Sarana Perdagangan Kota Banda Aceh tahun 2015-2019**

<b>Sarana Perdagangan</b>	<b>2015 (Unit)</b>	<b>2016 (Unit)</b>	<b>2017 (Unit)</b>	<b>2018 (Unit)</b>	<b>2019 (Unit)</b>
Pasar Tradisional	13	18	18	23	23
Supermarket	0	1	1	0	0
Minimarket	13	20	30	37	40
Mall/Plaza	2	2	3	3	3
<b>Jumlah</b>	<b>28</b>	<b>41</b>	<b>52</b>	<b>63</b>	<b>66</b>

Sumber : DPM-PTSP Kota Banda Aceh 2020

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, terlihat bahwa sarana perdagangan di Kota Banda Aceh dalam kurun waktu 2015-2019 di dominasi oleh minimarket (meliputi indomaret dan alfamart) yaitu sebanyak 40 unit. Jumlah ini sangat jauh berbeda dengan keberadaan pasar tradisional yang hanya 23 unit. Kondisi ini dikhawatirkan akan mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional, yang mana salah satu pihak yang berdagang disana adalah pedagang kecil. Dari hasil wawancara bahwa dampak keberadaan pasar modern terhadap jumlah pemebel pedagang kecil berdampak negatif, dimana mengalami penurunan sejak munculnya minimarket disekitar usaha pedagang kecil ( wawancara 16 Oktober 2021).



Munculnya minimarket dapat membuka banyak kesempatan kerja sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran. Agar terjadi pemerataan pertumbuhan ekonomi dalam masyarakat, keberadaan pasar modern diharapkan tidak mempengaruhi pendapatan para pedagang tradisional. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Masyhuri (2017) yang menyimpulkan bahwa meskipun keberadaan Alfamart dan Indomaret berlokasi di dekat pasar, tidak mempengaruhi kekurangan jumlah konsumen Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam tentang **“Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Kota Banda Aceh”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perubahan jumlah pembeli di usaha pedagang kecil dengan munculnya pasar modern ?
2. Bagaimana perubahan hasil penjualan di usaha pedagang kecil dengan munculnya pasar modern ?
3. Bagaimana tingkat pendapatan pedagang kecil dengan munculnya pasar modern di sekitar usaha pedagang kecil?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perubahan jumlah pembeli di usaha pedagang kecil dengan munculnya pasar modern.

2. Untuk mengetahui perubahan hasil penjualan di usaha pedagang kecil dengan munculnya pasar modern.
3. Untuk mengetahui tingkat pendapatan pedagang kecil dengan munculnya pasar modern.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Dampak keberadaan Pasar Modern terhadap pendapatan pedagang kecil, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.
2. Manfaat Praktis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan pedagang kecil.
3. Manfaat kebijakan: Memberikan arahan kebijakan untuk masyarakat pelaku bisnis agar mengikuti prosedur yang telah di terapkan, terkait dengan usaha bisnisnya.

#### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini disusun dengan sistematika lima bab, masing-masing bab memuat beberapa pembahasan sesuai dengan tema yang telah di tentukan. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini yaitu:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN:**

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

## **BAB II LANDASAN TEORI:**

Berisi tentang teori yang masing-masing sub bab dilengkapi dengan tema pembahasan yang telah di tentukan. Adapun lima sub bab tersebut yaitu Pasar Modern . Dalam sub bab ini di jelaskan 6 pembahasan, yaitu Pengertian pasar, Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Pengertian Pendapatan. Jenis dan faktor Pendapatan, Adapun sub bab pembahasan kedua yaitu Pedagang Kecil terdiri dari Pengertian Pedagang Kecil, Karakteristik Pedagang Kecil. Sub bahasan selanjutnya Dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan pedagang kecil dan Penelitian Terkait .

## **BAB III METODE PENELITIAN:**

Berisi tentang sub bahasan yaitu jenis penelitian di dalamnya dibahas mengenai pendekatan penelitian, tujuan serta arah penelitian. Sub bahasan kedua mengenai data dan teknik pemerolehannya. Sub bahasan ini terdiri dari jenis data dan populasi serta sample penelitian. Sub bahasan selanjutnya yaitu subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN:**

Berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi hasil penelitian yang berisi mengenai karakteristik informan berdasarkan umur, tingkat pendidikan dan jenis kelamin. Selanjutnya mengenai dampak perubahan jumlah pembeli di usaha pedagang kecil dengan munculnya pasar modern, perubahan hasil penjualan dan tingkat

pendapatan serta strategi yang dilakukan pedagang kecil dalam mempertahankan eksistensi usahanya.

## **BAB V PENUTUP**

Berisi tentang hasil dari kesimpulan dan saran.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Pasar**

##### **2.1.1 Pengertian Pasar**

Pasar adalah tempat terjadinya jual beli barang dengan jumlah penjualnya lebih dari satu, sering disebut dengan mall, pasar tradisional, pusat perbelanjaan, pertokoan, pusat perdagangan, plaza dan tempat perdagangan lainnya (Peraturan Presiden RI, 2007:112).

Menurut Hadi & Hastuti (2011) pasar ialah proses terjadinya transaksi permintaan dan penawaran antara pembeli yang ini menukarkan uangnya dengan barang atau jasa dan si penjual yang ingin menukarkan barangnya dengan uang. Sedangkan menurut Budiono (2002) bahwa “pasar yaitu pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran. Suatu pasar yaitu di mana terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli. Jenis barang atau jasa yang ditransaksikan dapat berupa barang atau jasa apapun, mulai dari sayur-mayur, beras, uang, tenaga kerja maupun jasa angkutan”. Berdasarkan pendapat para ahli dapat di ambil kesimpulan bahwa pasar merupakan suatu tempat terjadinya transaksi mengenai pertukaran uang dengan barang antara penjual dan pembeli. Pasar dapat menjadi pusat perbelanjaan masyarakat yang memang dibutuhkan tiap harinya, kondisi pasar sangat mempengaruhi daya minat dan semangat belanja masyarakat dengan kualitas barang serta pelayanan yang baik bagi konsumen.

Pracoyo (2006). Di dalam analisa ekonomi struktur pasar dibedakan menjadi 4 yaitu :

1. Pasar persaingan sempurna (*free market competition*)

Baik penjual ataupun pembeli tidak berpengaruh untuk memutuskan harga barang di dalam pasar persaingan sempurna. Bagi konsumen dan perusahaan untuk memutuskan banyaknya produksi dan menjual barang adalah sebagai suatu kecenderungan untuk menentukan berapa yang harus di jual dan di beli.

Terdapat 4 kondisi didalam pasar persaingan sempurna yaitu: a) Penjual maupun pembeli tidak bisa mempengaruhi harga pasar. Maka dari itu kurva permintaan bagi setiap perusahaan menjadi elastis sempurna. b) Tidak adanya hambatan masuk atau keluar pasar serta sumber daya juga bergerak bebas dalam kurun waktu jangka panjang. c) Setiap penjual dan pembeli harus memiliki wawasan yang baik dalam menentukan proses produksi dan konsumsi. d) hanya terdapat satu harga, yaitu barang harus bersifat homogen jika tidak maka barang yang dijual akan berbeda-beda satu dan lainnya. Jika barang tersebut homogen maka tidak adanya barang yang di jual berbeda dengan lainnya. Dapat di artikan bahwa homogen disini berarti bukan sifat teknik dari barang itu sendiri melainkan tanggapan dari si pembeli. Jika pembeli menganggap barang itu sama maka dapat di katakan *homogeneous*. Dasar adanya ekonomi persaingan sempurna yaitu *pareto efficient*. Jika kondisi

demikian terpenuhi dalam pasar yang baik maka pasar tersebut dapat dikatakan sebagai pasar persaingan sempurna (Khemani, 2005) .

## 2. Pasar Persaingan Monopolistik

Persaingan monopolistik (*monopolistic competition*) yaitu menggabungkan serta menggabungkan dari struktur industri menjadi elemen monopoli (*monopoly*) dan persaingan sempurna (*perfect competition*) secara bersama. Terdapat banyaknya penjual dan sangat mudah keluar masuk pasar di dalam pasar persaingan sempurna. Akan tetapi, produk yang dijual beraneka ragam tidak sama dengan persaingan sempurna, dengan begitu berpengaruh terhadap harga karena kurva permintaan menjadi menurun. Perusahaan monopolis didalam kondisi ini kurva penawaran lebih elastis dibandingkan dengan monopolis. Jadi dapat dikatakan walaupun produknya beragam tetapi memiliki gantinya. Kurva permintaan bergantung pada harga yang dikenakan pesaing yang hasil produknya mirip. Persaingan monopolistik merupakan situasi dalam struktur pasar yang umum., terlebih pada industri jasa. Karena keseimbangan harga lebih besar daripada *marginal cost* tetapi persaingan monopolistik menunjukkan yaitu *pareto inefficiency*, ketidakefisienan ini yaitu hasil memproduksi beragam jenis barang. Banyaknya perusahaan yang sangat bebas keluar masuk pasar maka persaingan monopolistik tidak menjadi masalah dalam kebijakan persaingan. Perusahaan memperoleh untung ekonomi nol ataupun kecil dalam titik keseimbangan.



### 3. Pasar Monopoli

Dalam menentukan harga perusahaan monopoli memiliki kekuatan besar sebagai penentu harga (*price setter*). Terdapatnya penjual dan pembeli tunggal di dalam pasar sebagai bentuk dari pasar monopoli. Dapat didefinisikan bahwa kurva permintaan yang dihadapi perusahaan monopolis didalam kurva permintaan industri adalah kurva menurun. ciri-ciri dari pasar monopoly yaitu : a) terdapat satu produsen yaitu perusahaan yang menghasilkan produk tertentu. b) produknya tidak memiliki produk substitusi hanya satu perusahaan yang memproduksi. Maka dari itu, kurva permintaan produk sama dengan kurva permintaan pasar. c) terdapat masalah ataupun hambatan untu produk dari perusahaan lain yang ingin memasuki pasar yang sama (*barriers entry*).

### 4. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli hanya memiliki 2-3 perusahaan yang memiliki posisi dominan serta saling ketergantungan satu dengan lainnya secara teori *market structure*. Perusahaan yang dominan dalam oligopoli yaitu pasar yang baik serta dominan dalam menguasai pasar secara independent maupun diam-diam dengan kerja sama untuk dapat menghasilkan produk dengan konsentrasi rasio yang tinggi dengan produk tertentu. Pasar dengan konsentrasi tinggi terdapat mutual *interdependency*, dapat diartikan sebagai keputusan perusahaan mengenai perubahan harga dan output produksi yang akan menimbulkan reaksi dari perusahaan lain. Dalam setiap

perusahaan oligopoli memperhitungkan saling ketergantungan maka dari itu pasar oligopoli berbeda dengan pasar persaingan sempurna. Berbeda dengan persaingan monopolistik (*monopolistic competition*) karena beberapa perusahaan mempunyai kendali atas harga, berbeda dengan monopoli yaitu suatu monopoli tidak terdapat pesaing. Secara umum analisa oligopoli memperhatikan dampak yang saling bergantung satu sama lain untuk menentukan kebijakan harga serta produksi.

### **2.1.2 Pasar Tradisional**

Malono (2011) pasar tradisional yaitu sebagai tempat adanya penjual dan pembeli yang saling bertemu dan adanya transaksi secara langsung serta adanya proses tawar-menawar. Bangunan yang terdapat di pasar tradisional terdiri dari gerai ataupun kios-kios dan los serta dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Biasanya menjual berbagai kebutuhan seperti sayur-sayuran, buah, ikan, daging, telur, pakaian dan bahan elektronik serta jasa dan lain sebagainya. Terdapat juga yang menjual kue-kue dan barang dapur. Pasar tradisional dapat dijumpai dekat dengan kawasan perumahan untuk memudahkan pembeli sampai cepat dengan pasar dan banyak di temukan di Indonesia.

Fungsi pasar tradisional itu sendiri menjadi solusi dalam memberikan serta menyediakan berbagai fasilitas juga sebagai pengatur dan penekan bagi pelaku yang juga terlibat (Abdullah, 2006). Pengelolaan pasar tradisional yaitu penataan pasar tradisional yang tercakup di dalamnya sebagai perencana, pelaksana serat

pengendali bagi pasar tradisional (Permendagri, 2012). Sangat banyak pihak yang ikut terlinat dalam manajemen dan pengelolaan pasar tradisional bagi pihak pengelola serta dalam pengambilan keputusan juga berbeda-beda. Pihak-pihak yang terlibat yaitu: Dinas Pekerjaan Umum terkhusus Bina Marga, Dinas Perparkiran, Dinas Pengelola Pasar, Dinas Perhubungan, Dinas Kebersihan dan Polisi Lalu Lintas. Semua pihak yang terlibat harusnya menjalankan dan berkoordinasi secara baik serta profesional dengan penuh rasa tanggung jawab dalam menjalankan tugasnya untuk pengelolaan pasar tradisional dengan baik (Malano, 2011).

Arianty (2018) Pasar tradisional memiliki ciri-ciri yaitu: a) Pasar tradisional dibangun, dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah. b) Terdapat sistem tawar menawar dengan penjual dan pembeli. Salah satu budaya dalam pasar tradisional yaitu adanya tawar menawar. c) Terdapat pengelompokan dagangan sesuai jenis seperti kelompok pedagang sayur, ikan, daging dan buah-buahan. Tempat usaha pada lokasi yang sama namun beragam dan menyatu. d) Barang yang dijual merupakan hasil dari daerah lain ataupun daerah sendiri yang jaraknya tidak jauh dari pasar maka dapat dikatakan barang yang dijual yaitu barang lokal.

### **2.1.3 Pasar Modern**

Pasar modern ialah suatu pasar yang dibangun koperasi, swasta atau pemerintah dalam bentuk shopping center, departemen store, minimarket, supermarket, mall yaitu mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dilakukan secara modern dengan

manajemen berada di satu tangan, dilengkapi pula label harga yang sudah pasti serta modal relatif kuat (Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 420/MPP/Kep/10/1997). Selanjutnya Sinaga (2006) mengatakan “Pasar modern ialah pasar yang dikelola dengan cara manajemen modern pada umumnya terdapat di kawasan perkotaan yaitu sebagai penyedia barang serta jasa dengan pelayanan dan mutu terbaik untuk konsumennya (pada anggota masyarakat kelas menengah ke atas)”.

Menurut Peraturan Presiden No 112 tahun 2007 “Pasar dengan sistem pelayanan terbaik berupa pasar maupun toko dengan pelayan yang juga mandiri terdapat didalamnya yang menjual barang eceran berbentuk Departement store, Supermarket, Minimarket dan Hypermarket maupun grosir yang bentuknya perkulakan yaitu pasar modern. Terdapat aturan ritel modern yang diatur keberadaan lokasinya yaitu, diperbolehkannya lokasi minimarket ada dalam setiap sistem jaringan jalan, yang dimaksud yaitu sistem jaringan jalan lingkungan dalam kawasan pelayanan lingkungan perumahan di dalam kota maupun perkotaan. Berdasarkan luas lantai toko minimarket memiliki luas lantai  $< 400 \text{ m}^2$ ”.

Pramudiana (2017) Setelah hadirnya hypermarkert Carrefour dan Continent pasar modern mulai bangkit di tahun 1999. Selain dalam bentuk hypermarket pasar modern juga mengalami perkembangan yang sangat pesat yaitu dalam bentuk lainnya seperti perkulakan, department store dan supermarket.

### 1. Supermarket

Supermarket yaitu suatu toko pada umumnya menjual untuk sehari-hari seperti minuman, makanan, tisu dan barang kebutuhan lainnya. Dengan luas toko >1000 m<sup>2</sup> <5000 m<sup>2</sup>. Dengan membaiknya juga meningkatnya bisnis retail para pengusaha menambah jumlah bisnis supermarket dengan menambah jumlah outletnya pada tahun 2000 sampai dengan 2002.

### 2. Hypermarket

Hypermarket ialah suatu toko distribusi *self service* dengan area penjualan seluas 5000 m<sup>2</sup> maupun lebih yang didalamnya menjual variasi barang konsumsi yang lebih luas. Hypermarket sendiri menjual makanan dan non makanan dalam ukuran kauntias atau transaksi dalam bentuk kemasan dengan konsep yang di kembangkan yaitu *one stop shopping*. Yang menjadi keunggulan sebagai diferensiasinya yaitu kelengkapan barang, luas ruang outlet, permodalan, teknologi ataupun manajemen sehingga mendapatkan harga murah jika dibandingkan dengan supermarket lain. Carrefour dan Giant menjadi bisnis retail yang dikategorikan ikut meramaikan dalam hypermarket di indonesia.

### 3. Perkulakan

Bisnis perkulakan berimbas positif setelah perkembangan bisnis supermarket. Saat ini di Indonesia terdapat lima pusat perkulakan yang beroperasi yaitu: PT. Indo Grosir dan The Club

Store, PT. Alfa Retailindo, PT. Makro Indonesia, PT. Goro Batara Sakti. Bisnis perkulakan sendiri memiliki prinsip dalam menjual harga secara grosir walaupun juga dapat menjual secara eceran. Untuk setiap satuan produknya keuntungan yang di peroleh tidak begitu besar, namun dikarenakan kuantitas yang dijual di dalam partai besar maka secara keseluruhan bisnis tersebut masih dapat memperoleh keuntungan yang lumayan besar.

#### 4. Department Store

Department store yaitu suatu toko dengan macam-macam luas area mempunyai hubungan pada proses penyortiran, retailing barang konsumsi yang dapat dikelompokkan berdasarkan gayahiduo atau usia, jenis kelamin, pelayanan penjualan, yang bisanya di bawah manajemen umum. Suatu department store biasanya meliputi sebuah supermarket yang luasnya kurang dari 2000 m<sup>2</sup>.

## 2.2 Pendapatan

### 2.2.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan usaha maupun hasil kerja berupa uang yang diterima oleh perusahaan, perorangan, organisasi dalam bentuk gaji, upah, bunga, sewa, ongkos, komisi dan laba (Soemarso 2009:54). Sadono (2006;47) menyatakan bahwa pendapatan ialah pendapatan berupa uang yang diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi yang diserahkan dan uang yang diterima, yaitu



berupa pendapatan dari kekayaan maupun profesi yang dilakukan sendiri. Selanjutnya Soekartawi (2012:132) menyatakan “pendapatan akan berpengaruh dari banyaknya barang yang dikonsumsi, dengan bertambahnya pendapatan maka dari itu barang yang dikonsumsi bukan hanya bertambah tetapi juga kualitas barang turut menjadi perhatian. Contohnya dengan adanya penambahan pendapatan konsumsi beras menjadi kualitas yang baik berbeda dengan sebelum adanya penambahan pendapatan kualitas beras kurang baik”.

Dapat disimpulkan bahwa menurut beberapa ahli pendapatan yaitu arus kas masuk yang asalnya dari kegiatan normal perusahaan dalam menciptakan barang maupun jasa yang berakibat kenaikan aktiva dan penurunan kewajiban.

### **2.2.2 Jenis-jenis Pendapatan**

Kasmir (2012:46) “Komponen pendapatan dalam laporan laba rugi yang dilaporkan terdiri dari dua jenis di dalam praktiknya. Yaitu: Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari usaha utama perusahaan dan pendapatan maupun penghasilan yang diperoleh dari luar usaha sampingan perusahaan. Terdapat pendapatan utama dan pendapatan lainnya dalam laporan laba rugi.

### **2.2.3 Faktor-faktor Pendapatan**

Mulyadi (2010: 127) Menyatakan “Faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada volume pendapatan perusahaan yaitu



dikategorikan sebagai berikut: (1) Kemampuan serta kondisi penjualan. (2) Kondisi pasar. (3) Modal. (4) Kondisi operasional perusahaan. Boediono (2012:150) menyatakan “Pendapatan seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Antara lain yaitu: (1) Jumlah faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil tabungan tahun ini dan pemberian atau warisan. (2) Harga masing-masing unit dari setiap faktor produksi. Harga tersebut dapat ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi. (3) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Mulyadi (2010) Pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut: (1) Produknya, tugas utama dari manajemen penjualan mengenai desain produk dengan memberi saran perbaikan karena adanya keluhan dari para pelanggan. (2) harga ataupun jumlah uang yang harus di bayar kepada konsumen jika adanya keluhan dari konsumen. (3) Distribusi perantara barang dari produsen ke konsumen maka semakin luas pendistribusiannya akan berpengaruh pada penjualan promosi. (4) Promosi ialah kegiatan yang dilakukan perusahaan yang tujuan utamanya yaitu mengingatkan juga mempengaruhi serta menginformasikan konsumen agar program yang diberikan perusahaan dapat dipilih.

Danil (2013) ada beberapa faktor yang berpengaruh dalam pendapatan yaitu: (1) Semakin banyaknya kesempatan kerja maka semakin banyaknya penghasilan yang diperoleh dari hasil kerja yaitu kesempatan kerja yang tersedia. (2) Keahlian yang dimiliki dengan

usaha yang tinggi akan mempengaruhi dalam peningkatan efisiensi serta efektifitas yang berpengaruh pada penghasilan. (3) Dorongan berupa motivasi yang berpengaruh pada hasil yang akan diperoleh, karena dengan besarnya dorongan seseorang akan termotivasi dalam melakukan pekerjaan dengan begitu penghasilan yang diperoleh akan semakin besar pula. (4) Ketekunan serta keberanian dalam bekerja menjadi suatu tantangan dalam menghaapi segala rintangan yang ada. Apabila terdapat kegagalan dalam bekerja maka menjadi bekal menuju kesuksesan untuk dijadikan pembelajaran. (5) modal yang digunakan berpengaruh terhadap besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang begitupun sebaliknya.

Distribusi pendapatan yaitu pembelanjaan ataupun penyaluran masyarakat sebagai kebutuhan konsumsi. Jika kurangnya distribusi pendapatan akan berimbas pada daya beli yang rendah. Terjadinya tingkat kemiskinan, kelaparan, ketidakadilan dan lain-lain yang akhirnya dapat menimbulkan antipati golongan masyarakat yang berpendapatan rendah, terhadap yang berpendapatan tinggi. Sehingga dapat menimbulkan kecemburuan sosial dalam masyarakat.

#### **2.2.4 Sumber Pendapatan**

Pendapatan merupakan sesuatu yang dapat digunakan untuk kesejahteraan seseorang dengan pendapatan maka seseorang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya secara langsung maupun tidak. Nursandy (2013) pendapatan masyarakat itu sendiri bersumber dari beberapa sektor, yaitu terdiri dari:

1. Sektor formal yaitu upah atau gaji yang didapatkan secara pasti dalam jumlah yang sudah ditentukan.
2. Sektor informal yaitu penghasilan tambahan yang berupa pendapatan dari perolehan tambahan misalnya; penghasilan buruh, tukang, dagang, dan lain sebagainya.
3. Sektor subsisten yaitu pendapatannya bersumber dari hasil usaha sendiri yaitu seperti ternak, tanaman pemberian dari orang lain dan kiriman.

Purnama (2014) Segala hasil seperti barang ataupun uang yang diterima sebagai balas jasa dari sektor informal merupakan pendapatan sektor informal. Sumber pendapatannya dapat berupa :

- 1) Pendapatan dari usaha yang meliputi hasil usaha sendiri yaitu hasil bersih, penjualan dan komisi.
- 2) Pendapatan dari investasi.
- 3) Pendapatan dari keuntungan sosial.

Di dalam kesepakatan antara pedagang dan pembeli terjadinya transaksi yang akan memperoleh pendapatan. Hasil yang diterima dari seluruh penerimaan yang dikurangi pengeluaran biaya operasi yaitu pendapatan bersih yang diterima merupakan pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini.

## **2.3 Pedagang Kecil**

### **2.3.1 Pengertian Pedagang Kecil**

Pedagang kecil atau pedagang kaki lima biasanya dikatakan sebagai orang yang gagah, luhur, berjiwa pejuang juga sebagai wiraswasta, berani dan layak menjadi contoh dalam bidang usaha dan dapat dikatakan seseorang yang berdiri diatas kaki sendiri (Soeryanto, 2009:89). Chandrakirana dan Sadoko (2005: 73) mengatakan “PKL adalah mereka yang dalam usaha untuk menggunakan bagian trotoar/jalan dan tempat umum bagi kepentingan bersama yang tidak diperuntukkan sebagai tempat usaha atau tempat lainnya yang bukan miliknya”.

Pedagang kecil sendiri merupakan suatu usaha di dalam perdagangan dan juga sebagai salah satu wujud sektor informal. Pedagang kecil merupakan orang dengan modal yang sedikit dalam bidang penjualan dan produksi barang atau jasa untuk kebutuhan tertentu di dalam masyarakat. Usaha pedagang kecil dilakukan di tempat yang strategis dilingkungan yang informal (Sinambela, 2008:14).

Nugroho (2003:159) Pedagang kecil merupakan salah satu istilah untuk penyebutan sebagai penjaja makanan untuk pejalan kaki yang usahanya komersial di atas daerah milik jalan. PKL juga sering digunakan dengan istilah lain seperti pedagang yang menjual dagangannya menggunakan gerobak. Dikarenakan jumlah kaki pedagangnya lima maka istilah tersebut sering digunakan, yaitu dua kaki pedagang dan tiga kaki gerobak atau tiga roda gerobaknya.

### **2.3.2 Karakteristik Pedagang Kecil**

Pedagang kecil mempunyai karakteristik yaitu mampu menangkap peluang usaha dan mencari peluang usaha juga memiliki karakteristik pribadi usaha memiliki sifat percaya diri, kreatif, keuletan dan juga inovatif. PKL mempunyai potensi yang baik yaitu sebagai berikut:

1. Pedagang kecil eksistensinya tidak bisa dihapuskan dan dipisahkan dari budayanya.
2. Pedagang kecil digunakan sebagai penghias kota jika digunakan dengan baik.
3. Pedagang kecil tersimpannya potensi pariwisata.
4. Pedagang kecil membentuk estetika kota jika dikelola dengan baik.

Karakteristik aktivitas PKL jika dilihat dari segi sarana fisik didalam ruang perkotaan yaitu karakteristik dari PKL jika dilihat oleh Simanjutak (2009: 44) yaitu:

1. Kegiatan usaha relatif mudah juga tidak mempunyai sistem kerjasama yang sulit, pembagian kerja juga lebih fleksibel.
2. Jika dilihat dari modal usaha, pendapatan, modal kerja, biasanya lebih kecil dalam skala usaha yang relatif kecil.
3. Kegiatan yang tidak memiliki izin usaha.

### **2.4 Dampak Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil**

Sarwoko (2008) pada dasarnya ada kelebihan di masing-masing pasar tradisional dan pasar modern jika dilihat dari

segmentasi pasar yang beda satu dengan lainnya. Pasar tradisional adanya proses tawar menawar yang dapat terjalinnya kedekatan antara penjual dan pembeli dan tidak didapatkan jika berbelanja di pasar modern. Berbeda di pasar modern harga yang sudah pasti tidak bisa lagi di tawar karna adanya label harga di masing-masing produk. Akan tetapi di pasar modern terdapat kerjasama yang besar dengan pemasok barang disitulah terjalin kerjasama yang baik dalam jangka waktu yang lama merupakan suatu keunggulan yang ada di pasar modern. Dalam jangka waktu yang lama akan menimbulkan dalam peningkatan efisiensi dengan skala ekonomi yang besar. Juga ada beberapa strategi harga seperti parkir gratis, pembelian secara gabungan, jam buka yang lebih lama, strategi non harga di antara iklan, diskriminasi harga antar waktu dan adanya pemangkasan harga.

Selanjutnya Sarwoko (2008) berpendapat bahwa dampak yang akan terjadi karena adanya pasar modern yaitu sebagai masalah yang ada dari keberadaan pasar modern yaitu; pertama, adanya pergeseran kebiasaan konsumen yang dapat mematikan para pedagang kecil. Lokasi yang juga dekat dengan pasar modern yang memiliki kelebihan daripada pasar tradisional yang menyebabkan pembeli beralih berbelanja dari pasar tradisional ke pasar modern. Kedua, mengenai masalah perekonomian lokal, perputaran uang daerah yang merupakan kontribusi dari UKM akan tetapi seiring berkurangnya UKM juga pasar tradisional yang kalah bersaing



dengan pasar modern maka secara otomatis dapat mengurangi kontribusi mereka.

Untuk para pedagang kecil dengan munculnya pertumbuhan pasar modern yang begitu pesat persebarannya juga berdampak pada penurunan daya saing pedagang kecil serta dapat melemahkan posisi tawar menawar terhadap pemasok. Mutu layanan yang dikatakan puas menjadi alasan yang kuat yang berakibat pasar modern mampu mengajak minat para konsumen di berbagai wilayah. Berkembangnya pasar modern berdampak pada usaha pedagang kecil, jika dilihat dari hukum bisnis yaitu apabila pedagang kecil tidak mampu bersaing dan memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen jika di tinjau dari sisi harga, kualitas produk, kenyamanan, maka akan ditinggalkan konsumen. terkhusus untuk harga, tentunya menjadi kelebihan di pasar modern karna dengan harga mereka mampu menjual barang lebih murah artinya mereka mampu bersaing dengan pasar tradisional untuk produk yang sama dikarenakan pasar modern mengambil barang kepada pemasok dalam jumlah banyak maka harga yang ditawarkan lebih murah berbeda dengan pedagang kecil yang modalnya relatif lebih rendah.

Pamudiana (2017) permasalahan bagi pedagang pasar tradisional yaitu tingginya persaingan pedagang menjadi satu-satunya strategi yang di lakukan yaitu dari segi harga, pedagang menjual barang dagangannya dengan harga murah sesuai keinginan pembeli melalui proses tawar menawar agar pembeli tidak beralih ke tempat usaha pedagang lain. Perubahan konsumtif masyarakat pada



awalnya tidak menjadi masalah namun ternyata berdampak bagi masyarakat karena pasar modern juga menargetkan kalangan menengah keatas. Di pasar tradisional identik dengan kondisi pasar yang becek, kumuh serta orang berpandangan dengan tampilan yang buruk harga jual dan tawar menawar masih bersifat konvensional. Akan tetapi supermarket dan hypermarket muncul dengan banyaknya perubahan di masyarakat. Sebagai konsumen, masyarakat berbelanja dengan banyak tuntutan seperti meningkatnya pengetahuan masyarakat dalam hal berbelanja, pengetahuan, jumlah keluarga berpendapatan ganda dengan waktu belanja yang terbatas .

Terdapat pula faktor lain yang juga sebagai sebab kurangnya perkembangan pasar tradisional yaitu minimnya dukungan bagi pedagang tradisional. (Wiboonpongse dan Sriboonchitta 2006) Ada beberapa strategi yang kurang baik yaitu tidak ada skala ekonomi, jaminan yang menyebabkan terbatasnya akses permodalan, jalinan kerja sama dengan pemasok kurang baik atau tidak ada kerjasama, manajemen pengadaan yang buruk serta ketidakmampuan dalam menyesuaikan keinginan konsumen. Paesoro (2007) mengatakan salah satu penyebab kalah dalam persaingan pasar tradisional dengan pasar modern yaitu lemahnya manajemen dan buruknya infrastruktur dari pasar tradisional, bukan dari keberadaan pasar modern saja. Pasar modern dapat mengambil keuntungan dari kondisi yang terjadi di pasar tradisional.

Pramudiana (2017) juga berpendapat bahwa terdapat aspek-aspek kekuatan dari pasar tradisional yaitu dari segi harga yang

relatif murah serta dapat ditawar, berdekatan dengan pemukiman, serta memberikan banyaknya pilihan produk segar. Dengan beberapa aspek tersebut bukan berarti pasar tradisional tidak memiliki kelemahan, justru dikenal banyak sekali kelemahan pada pasar tradisional. Jika dilihat dari tempatnya yang terkesan becek, bau, kotor dan juga padatnya lalu lintas menjadi suatu kelemahan dalam pasar tradisional. Wanita karir yang tinggal di perkotaan bahkan dapat dikatakan tidak mempunyai waktu untuk berbelanja di pasar tradisional karena ancaman keadaan sosial masyarakat yang berubah memilih berbelanja di pasar modern khususnya seperti supermarket.

Pembeli lebih memilih tempat yang nyaman, aman juga memadai yang menjadi pilihan utama para pembeli secara umum. Seharusnya para pedagang tradisional harus lebih memperhatikan kondisi tersebut yang akan menjadi masalah serius bagi pedagang tradisional. Meskipun demikian pasar tradisional tetap mempunyai daya tarik tersendiri untuk dikunjungi. Para pedagang harus memperhatikan bukan hanya dari segi kualitas dan juga harga produknya, akan tetapi juga pada bagaimana cara dalam memuaskan pelanggan dengan adanya kenyamanan dalam membeli juga daya tarik tersendiri khususnya suasana dalam berbelanja yang tidak dimiliki pasar modern (Pangestu, 2007)

## **2.5 Penelitian Terkait**

Penelitian ini dijelaskan dengan satu maksud dan tujuan, bahwa referensi yang di ambil tidak hanya di buku saja tetapi juga

dari penelitian sebelumnya yang relevan. selanjutnya untuk mengetahui perbedaan dan persamaan agar dapat terhindar dari *plagiasi* isi. Sejauh amatan serta temuan penelitian terdahulu belum adanya kajian yang memfokuskan kepada pengaruh keberadaan indomaret terhadap pendapatan pedagang kecil di kota Banda Aceh. Akan tetapi terdapat beberapa tulisan yang relevan dengan pembahasan skripsi ini. Tulisan relevan tersebut bisa dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terkait**

No	Judul	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil
1	Dian Sukma Dewi, 2019. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pedagang Pasar Tradisional.	Deskriptif Kualitatif	Subjek penelitian yaitu kawasan Pasar Tradisional Desa Tanggul Angin kecamatan Punggur.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang pasar tradisonal	Pendapatan yang diperoleh pedagang pasar tradisional mengalami penurunan akibat adanya pasar modern.

**Tabel 2.1 -Lanjutan**

2	Kasman Rasyidin dan T.Zulham, 2017. Dampak Kemunculan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh	Deskriptif Kualitatif	Objek penelitian dalam penelitian ini pedagang pasar tradisional yang berkaitan dengan jumlah pelanggan dan pendapatan sebelum dan setelah adanya pasar modern, serta strategi yang dilakukan pedagang pasar tradisional dalam menghadapi	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kemunculan pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional di Kota Banda Aceh.	Persepsi positif antara lain bahwa adanya manfaat bagi masyarakat serta sering berbelanja di pedagang kaki lima dikarenakan harga barang yang dijual lebih murah juga kualitas yang sama seperti barang yang dijual di toko dan supermarket. persepsi negatif yaitu keberadaan pedagang kaki lima bisa mengganggu ketertiban
---	---	-----------------------	---	--	--

Tabel 2.1 -Lanjutan

2			pasar modern.		dan juga kebersihan kota karena kondisi PKL yang berantakan dan tidak tertata dengan rapi, mereka juga sering membuang sampah sembarangan, serta dapat mengganggu kelancaran arus lalu lintas dan menyebabkan kemacetan di jalan Kota Banda Aceh
3	Haditya Raharjo, 2015. Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko	Kuantitatif.	Subjek penelitian yaitu kawasan semarang barat banyumanik, pedurungan kota semarang	Menganalisis tingkat keuntungan sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitarnya.	Dampak yang cukup signifikan adanya perubahan tingkat omset jumlah pembeli, keuntungan,

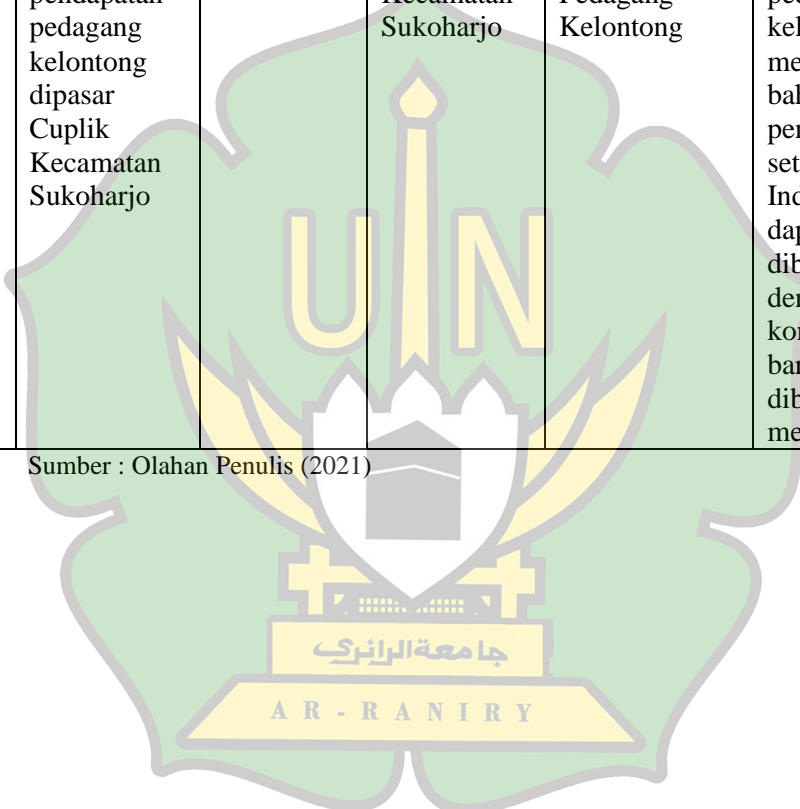
**Tabel 2.1 –Lanjutan**

3	Kelontong Di Sekitarnya				Jumlah pembeli dan jam buka toko akibat dari munculnya mini market modern
4	Yuliasih, 2013. Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Waserda Dan Pedagang Pasar Tradisional Di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen.	Deskriptif Kualitatif	Subjek penelitian yaitu kawasan Kecamatan Klirong.	Menganalisis Dampak Keberadaan Pasar Modern.	Peraturan pemerintah mengenai pasar modern tidak berjalan semestinya. usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional untuk mempertahankan eksistensi usahanya sangat minim, misalnya hanya dengan menurunkan harga jual beberapa jenis barang.

**Tabel 2.1 -Lanjutan**

5	Nashiruddin, 2012. Dampak keberadaan Indomaret terhadap pendapatan pedagang kelontong dipasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo	Deskriptif Kualitatif	Subjek penelitian yaitu kawasan Pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo	Menganalisis Dampak Ekonomi Keberadaan Indomaret terhadap Pedagang Kelontong	Hasil Penelitian terdapat dampak negatif bagi pedagang yaitu mayoritas pedagang kelontong mengatakan bahwa terjadi penurunan setelah adanya Indomaret dapat dibuktikan dengan jumlah komoditas barang yan dibeli semakin menurun
---	---	-----------------------	--	--	--

Sumber : Olahan Penulis (2021)



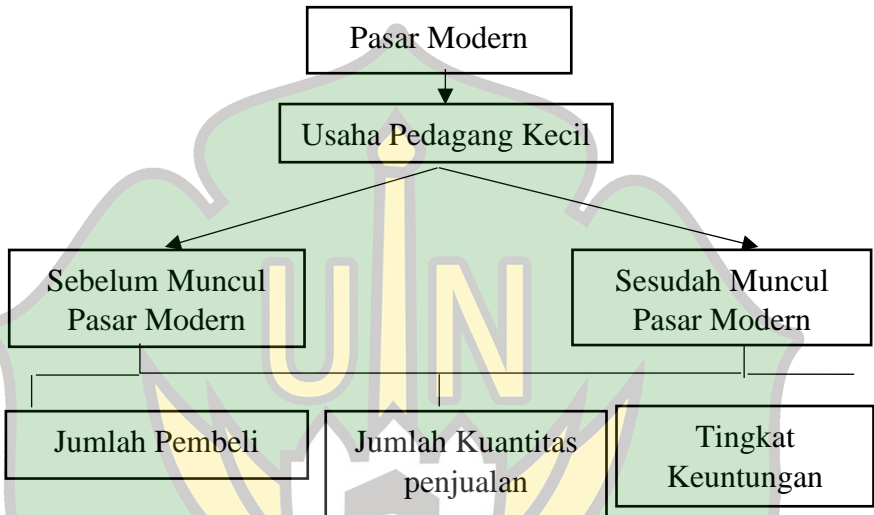


## 2.6 Kerangka Konseptual

**Gambar 2. 1**

### **Kerangka Konseptual**

Berikut adalah skema kerangka konseptual:



Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan gambar 2.1 pasar modern berdampak terhadap pendapatan pedagang kecil, dalam penelitian ini ingin melihat dampak yang ditimbulkan yaitu dampak sesudah dan sebelum munculnya pasar modern dari segi jumlah pembeli, jumlah kuantitas penjualan dan tingkat keuntungan yang diperoleh pedagang kecil.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2013:1), Penelitian kualitatif yaitu penelitian dengan menggunakan kondisi objek alamiah dimana, peneliti sebagai instrumen kunci yang digunakan untuk meneliti. Dalam penelitian ini objek yang alamiah, yang dimaksud pada temuan fakta alamiah di lapangan terkhusus mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan pedagang kecil di Kota Banda Aceh.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian digunakan untuk mendapatkan data, informasi, keterangan dan hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan penelitian serta sebagai tempat pelaksanaannya penelitian ini. Lokasi penelitian ini adalah di 3 kecamatan Kota Banda Aceh, yaitu kecamatan Kuta Alam, kecamatan Baiturrahman dan kecamatan Syiah Kuala. Dasar pemilihan lokasi merupakan kecamatan dengan jumlah sarana perdagangan terbanyak di Kota Banda Aceh. Jumlah populasi pedagang yang berada di 9 kecamatan di Kota Banda Aceh berjumlah 64 sarana perdagangan pasar modern. Besaran sampel yang di ambil untuk pedagang kecil berjumlah 38 orang.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Sugiyono (2013: 62) mengatakan bahwa data penelitian dapat diperoleh dari sumber primer dan juga sumber sekunder. Begitu pula didalam penelitian ini, dikarenakan masuk dalam penelitian lapangan yang datanya langsung diperoleh dari latar alami sebagai sumber primer. Dalam batasan tertentu, penelitian ini juga diperoleh dari data kepustakaan sebagai sumber sekunder. Maka dari itu jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan sekunder.

#### 1. Data primer

Data primer ialah data yang sumbernya langsung diberikan kepada peneliti. Terdapat dua cara data primer yang diperoleh, yaitu observasi dan wawancara. Kedua cara ini diharapkan mampu memberikan temuan mengenai permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber datanya dalam penelitian dapat diperoleh melalui media perantara maupun secara tidak langsung yang berupa catatan, buku, bukti yang sudah ada, maupun arsip yang tidak dipublikasikan ataupun yang dipublikasikan secara umum. Dapat dikatakan peneliti mengumpulkan data dengan datang langsung ke perpustakaan, pusat arsip ataupun membaca banyak buku yang mengarah pada penelitian juga pusat kajian. Dkemudian data sekunder yang dibutuhkan yaitu jumlah sarana perdagangan di Kota Banda Aceh dan jumlah sarana

perdagangan per kecamatan Kota Banda Aceh yang di dapatkan dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Banda Aceh.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara.

#### **1. Observasi**

Observasi adalah suatu aktivitas dalam meneliti dengan rangka mengumpulkan data yang kaitannya dalam masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung di lapangan. Kemudian peneliti langsung berada di tempat untuk memperoleh bukti yang valid dalam laporan yang akan diajukan. Observasi ialah pengumpulan data dengan metode dimana sebagai peneliti mencari dan mencatat informasi yang didapatkan serta saksi ketika penelitian (Gulo, 2002: 116).

#### **2. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu (Moleong, 2015). Wawancara dilakukan dengan berhadapan langsung dengan narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terstruktur kepada pedagang kecil di mana peneliti sudah menyiapkan daftar pertanyaan yang diperlukan sehingga proses wawancara akan terarah dengan baik. Berikut merupakan kriteria informan yang akan diwawancarai pada penelitian ini :

1. Usaha pedagang kecil yang disurvei sudah berdiri terlebih dahulu di wilayah tersebut sebelum adanya pasar modern minimal 6 Bulan .
2. Usaha pedagang kecil tersebut memiliki radius 100 meter dari pasar modern seperti Swalayan, Minimarket, Mall/Plaza.

### 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah seluruh sarana perdagangan Kota Banda Aceh yang berada di 9 Kecamatan.

**Tabel 3. 1**

#### **Jumlah Sarana Perdagangan (Pasar Modern) Per Kecamatan**

No	Kecamatan	Jumlah sarana perdagangan pasar modern (Unit)
1	Kuta Alam	10
2	Baiturrahman	12
3	Syiah Kuala	15
4	Ulee Kareeng	7
5	Lueng Bata	8
6	Jaya Baru	2
7	Meuraxa	6
8	Banda Raya	2
9	Kuta Raja	2
<b>JUMLAH</b>		<b>64</b>

Sumber : DPM-PTSP Kota Banda Aceh 2020

### 3.5.2 Teknik Penarikan Sampel

Sampel yaitu jumlah dari suatu populasi yang diteliti secara rinci, untuk menetapkan ukuran sampel dari populasi menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin (Sugiyono, 2013).

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

(3.1)

Dimana :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

E : nilai kritis yang ditoleransi 10%

dengan menggunakan rumus diatas maka persamaan untuk mencari sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{64}{1 + 64(0,1)^2}$$

$$n = \frac{64}{1 + 0,64}$$

$$n = \frac{64}{1 + 0,64}$$

$$n = \frac{64}{1,64}$$

$$n = 39,02 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi 39 sampel}$$

Untuk menentukan besarnya sampel yang akan diambil disetiap kecamatan digunakan metode proporsional yaitu dengan menentukan jumlah sampel berdasar persentase jumlah sarana perdagangan Kota Banda Aceh di suatu kecamatan terhadap jumlah keseluruhan sarana perdagangan di 9 kecamatan. Penentuan sampel yang akan dijadikan informan dilakukan secara acak (random sampling).

$$\text{Sampel } X = \frac{\text{Populasi } x}{\text{Total Populasi}} \times \text{Total Sampel} \quad (3.2)$$

Dengan menggunakan rumusan di atas, maka perhitungan komposisi jumlah sampel sebagai berikut:

1. Kuta Alam =  $\frac{10}{64} \times 39 = 6,09$  dibulatkan menjadi 6
2. Baiturrahman =  $\frac{12}{64} \times 39 = 7,31$  dibulatkan menjadi 7
3. Syiah Kuala =  $\frac{15}{64} \times 39 = 9,14$  dibulatkan menjadi 9
4. Ulee Kareeng =  $\frac{7}{64} \times 39 = 4,26$  dibulatkan menjadi 4
5. Lueng Bata =  $\frac{8}{64} \times 39 = 4,87$  dibulatkan menjadi 5
6. Jaya baru =  $\frac{2}{64} \times 39 = 1,21$  dibulatkan menjadi 1
7. Meuraxa =  $\frac{6}{64} \times 39 = 3,65$  dibulatkan menjadi 4
8. Banda Raya =  $\frac{2}{64} \times 39 = 1,21$  dibulatkan menjadi 1
9. Kuta Raja =  $\frac{2}{64} \times 39 = 1,21$  dibulatkan menjadi 1



**Tabel 3. 2**  
**Distribusi Sampel Pedagang Kecil**

No	Kecamatan	Jumlah Sarana Perdagangan (Pasar Modern)	Jumlah Sampel (Orang)
1	Kuta Alam	10	6
2	Baiturrahman	12	7
3	Syiah Kuala	15	9
4	Ulee Kareng	7	4
5	Lueng Bata	8	5
6	Jaya Baru	2	1
7	Meuraxa	6	4
8	Banda Raya	2	1
9	Kuta Raja	2	1
<b>Jumlah</b>		<b>64</b>	<b>38</b>

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel distribusi diatas, maka besarnya sampel yang dijadikan sebagai informan adalah sebanyak 22 orang yang tersebar di 3 kecamatan (kecamatan Kuta Alam, kecamatan Baiturrahman dan kecamatan Syiah Kuala). Jumlah informan yang dimaksud adalah jumlah pedagang kecil yang berada di sekitaran pasar modern.

### 3.6 Metode Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan dari perpustakaan kemudian dianalisis menggunakan cara ilmiah yang bersifat kualitatif didalam menganalisis data. Penulis menggunakan metode *deskriptif analisis* ialah suatu metode yang fungsinya untuk mendeskripsikan ataupun memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan

analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Artinya penulis akan menguraikan konsep dari pasar modern yang di dalamnya membahas secara rinci mengenai indomaret, pengaruh indomaret terhadap pendapatan pedagang kecil.

Pada langkah ini, data yang dihasilkan dalam penelitian yaitu data primer yang didapatkan melalui *observasi* serta wawancara ataupun dari data sekunder yang mencakup dokumentaris selanjutnya akan dianalisis secara *kualitatif*. Analisis data berdasarkan yang sudah dikumpulkan. Bungin (2012: 143) mengatakan bahwa analisis data dengan pengumpulan data di lapangan secara berkesinambungan, maka dari itu teknik analisis data yang penulis lakukan mencakup tiga hal yaitu:

1. Mereduksi data, langkah ini peneliti mengusahakan memuat data hasil observasi serta wawancara melalui cara mengklarifikasi data agar tercapai konsistensi, artinya peneliti hanya memuat data yang sesuai pada fokus penelitian.
2. Merangkum dan menganalisis melalui kajian konseptual yaitu peneliti merangkum masalah yang telah didapatkan kemudian masalah tersebut dianalisis melalui teori ekonomi yang dikhususkan dalam masalah pendapatan pedagang kecil dikarenakan adanya pengaruh dari indomaret itu sendiri .
3. Kesimpulan, yaitu langkah ini merupakan langkah terakhir dengan membuat suatu konklusi atau kesimpulan

terkait dengan jawaban dari rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah di 3 Kecamatan yaitu Kecamatan Kuta Alam, Baiturrahman dan Syiah Kuala. Ketiga Kecamatan tersebut merupakan Kecamatan dengan jumlah sarana perdagangan terbanyak di Kota Banda Aceh.

##### **4.1.1 Wilayah dan Penduduk Kecamatan Kuta Alam**

Kecamatan Kuta Alam memiliki 11 desa/kelurahan yang terdiri dari Desa Laksana, Peunayong, Kuta Alam, Keuramat, Beurawe, Bandar Baru, Kota Baru, Mulia, Lamdingin, Lampulo, Lambaro Skep. Kecamatan Kuta Alam memiliki luas wilayah 10,2045 Km<sup>2</sup> atau 1020,45 Ha. Wilayah Kecamatan Kuta Alam di sebelah utara berbatasan dengan Selat Malaka juga sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Baiturrahman dan sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Syiah Kuala serta di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Kuta Raja (Kecamatan Kuta Alam Dalam Angka,2020).

Jumlah penduduk di Kecamatan Kuta Alam tahun 2019 berdasarkan data Kecamatan Kuta Alam Dalam Angka 2020 tercatat 53.679 jiwa yang terdiri atas penduduk pria 27.895 jiwa dan penduduk wanita 25.784 jiwa (Kecamatan Kuta Alam Dalam Angka,2020).

**Tabel 4. 1**

**Jumlah Penduduk menurut Gampong dan Jenis kelamin dalam Kecamatan Kuta Alam Tahun 2019**

No	Nama gampong	Jenis Kelamin		Jumlah (Jiwa)
		Laki-laki	Perempuan	
1	Peunayong	1.622	1.414	3.036
2	Laksana	2.742	2.678	5.420
3	Keuramat	2.453	2.325	4.778
4	Kuta Alam	2.404	2.281	4.685
5	Beurawe	3.258	3.050	6.308
6	Kota Baru	918	881	1.799
7	Bandar Baru	3.629	3.453	7.082
8	Mulia	2.971	2.656	5.627
9	Lampulo	3.162	2.759	5.921
10	Lamdingin	1.889	1.629	3.518
11	Lambaro Skep	2.847	2.658	5.505
<b>Jumlah</b>		<b>27.895</b>	<b>25.784</b>	<b>53.679</b>

Sumber: Kecamatan Kuta Alam Dalam Angka (2020)

#### **4.1.2 Wilayah dan Penduduk Kecamatan Baiturrahman**

Kecamatan Baiturrahman terdapat keunikan tersendiri jika dibandingkan dengan Kecamatan yang lain, yaitu posisinya berada di tengah Kota Banda Aceh. Kecamatan ini memiliki 10 desa/kelurahan yang terdiri dari Ateuk Deah Tanoh, Ateuk Jawo, Ateuk Munjeng, Ateuk Pahlawan, Seutui, Sukaramai, Neusu Aceh, Neusu Jaya, Peuniti, Kampung Baru. Kampung Baru merupakan gampong dengan luas terbesar dibandingkan dengan gampong yang lainnya di Kecamatan Baiturrahman yakni 93,25 Ha, kemudian gampong dengan luas terkecil yaitu Ateuk Deah Tanoh memiliki luas 15,75 Ha. Kecamatan Baiturrahman memiliki luas wilayah 0,48917 Km<sup>2</sup> (489,17 Ha). Wilayah Kecamatan Baiturrahman di

sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kuta Raja, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Banda Raya, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Baiturrahman dan di sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Meuraxa (Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka,2020).

Jumlah penduduk di Kecamatan Baiturrahman tahun 2019 berdasarkan data Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka 2020 tercatat 38.192 jiwa yang terdiri atas penduduk pria 19.499 jiwa dan penduduk wanita 18.693 jiwa (Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka,2020).

**Tabel 4. 2**  
**Jumlah Penduduk menurut Gampong dan Jenis kelamin**  
**dalam Kecamatan Baiturrahman Tahun 2019**

No	Nama gampong	Jenis Kelamin		Jumlah (Jiwa)
		Laki-laki	Perempuan	
1	Ateuk Jawo	1.340	1.283	2.623
2	Ateuk Deah Tanoh	568	557	1.125
3	Ateuk Pahlawan	2.870	2.767	5.637
4	Ateuk Munjeng	1.128	1.090	2.218
5	Neusu Aceh	2.060	2.016	4.076
6	Seutui	1.919	1.912	3.831
7	Sukaramai	2.288	2.382	4.670
8	Neusu Jaya	2.025	1.740	3.765
9	Peuniti	3.524	3.528	7.052
10	Kampung Baru	1.777	1.418	3.195
<b>Jumlah</b>		<b>19.499</b>	<b>18.693</b>	<b>38.192</b>

Sumber:Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka (2020)

#### 4.1.3 Wilayah dan Penduduk Kecamatan Syiah Kuala

Kecamatan Syiah Kuala memiliki 19 gampong/desa yang berasal dari Kecamatan Ingin Jaya dan Kecamatan Darussalam

dengan ibukota Kecamatan berada di Gampong Lamgugob. Akan tetapi Peraturan Daerah Kota Banda Aceh No.8 Tahun 2000 mengenai pembentukan susunan organisasi dan tata kerja Kecamatan Jaya Baru, Kecamatan Ulee Kareng, Kecamatan Banda Raya, Kecamatan Kuta Raja dan Kecamatan Lueng Bata telah menjadi penyebab perubahan wilayah dengan demikian sebagian wilayah Kecamatan Syiah Kuala berkurang dan membentuk Kecamatan Ulee Kareng sebagai pecahan dari kecamatan induk.

Saat ini Kecamatan Syiah Kuala terdiri dari 3 Kemukiman, 10 Gampong dan 41 Dusun. Sesuai Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 175 Tahun 2006 tanggal 17 April 2006 tentang Pembentukan Gampong Peurada Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh, gampong termuda juga merupakan satu-satunya gampong yang lahir setelah Kecamatan Syiah Kuala terbentuk yaitu Gampong Peurada.(Kecamatan Syiah Kuala dalam angka,2020).

Kecamatan Syiah Kuala memiliki luas wilayah 14,244 Km<sup>2</sup> (1.424,4 Ha). Wilayah Kecamatan Syiah Kuala di sebelah utara berbatasan dengan selat malaka, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Ulee Kareng, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Besar dan di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Kuta Alam (Kecamatan Syiah Kuala Dalam Angka,2020).

Jumlah penduduk di Kecamatan Syiah Kuala tahun 2019 berdasarkan data Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka 2020 tercatat 37.938 jiwa yang terdiri atas penduduk pria 19.342 jiwa dan



penduduk wanita 18.596 jiwa (Kecamatan Syiah Kuala Dalam Angka,2020).

**Tabel 4. 3**

**Jumlah Penduduk menurut Gampong dan Jenis kelamin dalam Kecamatan Syiah Kuala Tahun 2019**

No	Nama gampong	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Ie Masen Kaye Adang	2.281	2.222	4.503
2	Pineung	2.272	2.205	4.477
3	Lamgugob	2.336	2.156	4.492
4	Kopelma Darussalam	2.192	2.631	4.823
5	Rukoh	2.757	2.529	5.286
6	Jeulingke	3.517	3.182	6.699
7	Tibang	827	718	1.545
8	Deah Raya	562	482	1.044
9	Alue Naga	913	747	1.660
10	Peurada	1.685	1.724	3.409
<b>Jumlah</b>		<b>19.342</b>	<b>18.596</b>	<b>37.938</b>

Sumber: Kecamatan Syiah Kuala Dalam Angka (2020)

## 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Data informan yang disajikan meliputi profil informan yang terdiri dari umur, tingkat pendidikan informan dan jenis kelamin.

### 4.2.1 Karakteristik Informan Berdasarkan Umur

Umur informan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini :

**Tabel 4. 4**  
**Identitas Umur Informan**

No	Umur	Umur Informan
1	< 20 tahun	-
2	21 - 30 tahun	10
3	31- 40 tahun	8
4	> 41 tahun	4
<b>Total</b>		<b>22</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Diolah).

Dari tabel 4.4 di peroleh informasi bahwa umur informan, yang berumur kurang dari 20 tahun tidak ada, kemudian informan berumur antara 21-30 tahun berjumlah 10 informan, sedangkan informan berumur 31-40 tahun berjumlah 8 dan informan yang berumur lebih dari 41 tahun berjumlah 4 informan.

#### **4.2.2 Karakteristik Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Berdasarkan tingkat pendidikannya, informan dapat dikategorikan menjadi beberapa kategori, yaitu: SD, SMP, SMA. Berikut ini adalah tabel distribusi informan berdasarkan tingkat pendidikannya.

**Tabel 4. 5**  
**Tingkat Pendidikan Informan**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Informan
1	SD/Sederajat	4
2	SMP/Sederajat	15
3	SMA/Sederajat	3
<b>Total</b>		<b>22</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Diolah).

Tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan informan sangat beragam. Dari dua puluh dua informan terdapat 4 informan yang hanya tamat SD. Selain itu, terdapat 15 informan yang tamat hingga SMP dan informan yang tamat hingga SMA sebanyak 3 orang.

#### 4.2.3 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelaminnya, informan diklasifikasikan menjadi 2 kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Deskripsi informan berdasarkan jenis kelaminnya, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4. 6**  
**Jenis Kelamin Informan**

No	Kecamatan	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Kuta Alam	3	3	6
2	Baiturrahman	5	2	7
3	Syiah Kuala	5	4	9
<b>Jumlah</b>		<b>13</b>	<b>9</b>	<b>22</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Diolah).

Tabel di atas menunjukkan bahwa informan laki-laki sebanyak 13 orang. Sedangkan informan perempuan berjumlah 9 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah informan laki-laki lebih banyak dari informan perempuan atau pedagang kecil di 3 kecamatan lebih didominasi oleh laki-laki.

#### 4.3 Pembahasan

Wawancara adalah suatu bagian dari teknik yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Informasi yang diperoleh dengan

menyanyi langsung para informan sehingga menghasilkan informasi yang mampu menjawab permasalahan dalam penelitian ini. pada tahap ini penulis menghimpun data dengan cara wawancara dengan pedagang kecil di tiga kecamatan yang ada di Kota Banda Aceh. Hal ini dijadikan pedoman pada pembahasan bab ini agar penelitian dapat berjalan dengan baik dan sesuai prosedur.

#### **4.3.1 Dampak Perubahan Jumlah Pembeli Di Usaha Pedagang Kecil Dengan Munculnya Pasar Modern**

Dari hasil wawancara, diketahui bahwa jumlah pembeli mengalami penurunan setelah berdirinya pasar modern di 3 Kecamatan yaitu, Kecamatan Kuta Alam, Kecamatan Baiturrahman dan Kecamatan Syiah Kuala. Perubahan jumlah pembeli di tiga Kecamatan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini.

**Tabel 4. 7**  
**Perubahan Jumlah Pembeli Usaha pedagang kecil**

No	Nama Informan	Q1	Q2	Perubahan Jumlah Pembeli
1	Af	20	10	-10
2	Zw	25	10	-15
3	Ma	20	15	-5
4	Ri	15	10	-5
5	Li	15	10	-5
6	Mz	20	10	-10
7	Ni	20	10	-10
8	Bd	25	20	-5
9	Ab	15	10	-5
10	Ad	20	15	-5
11	Ed	25	20	-5

12	In	30	20	-10
13	Si	30	20	-10
14	Ra	25	15	-10
15	Pu	20	10	-10
16	Ar	20	10	-10
17	Ag	35	20	-15
18	Sa	30	15	-15
19	Ba	20	15	-5
20	An	25	15	-10
21	Rd	20	15	-5
22	Ha	20	15	-5
<b>Jumlah</b>		<b>495</b>	<b>310</b>	<b>-185</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>22</b>	<b>14</b>	<b>-8</b>

Sumber: *Data primer yang diolah (2021)*

Keterangan:

Q1 = Jumlah pembeli sebelum adanya pasar modern

Q2 = Jumlah pembeli setelah adanya pasar modern

Tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi perubahan jumlah pembeli antara sebelum dan setelah adanya pasar modern. Perubahan jumlah pembeli tertinggi mencapai 15 orang berada di 3 informan sedangkan yang paling sedikit yaitu 5 orang. Rata-rata jumlah pembeli usaha pedagang kecil sebelum adanya pasar modern berjumlah 22 orang sedangkan setelah adanya pasar modern jumlah pembeli mereka menjadi 14 orang, yang berarti bahwa terjadi penurunan sebanyak 8 pembeli.

Dari hasil wawancara pedagang kecil, mereka mengatakan bahwa terjadi perubahan jumlah pembeli sebelum dan sesudah

adanya pasar modern. Hal itu menjadi salah satu penyebab berkurangnya pendapatan para pedagang kecil. Sebagaimana yang dikatakan oleh informan Af.

*“Af sudah berjualan selama 4 tahun, menurutnya jumlah pembeli setelah adanya pasar modern menjadi berkurang dikarenakan, orang lebih memilih berbelanja di pasar modern karna kenyamanan tempat dan juga harga yang sudah tertera di masing-masing produk” (Wawancara, 11 oktober 2021).*

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa kenyamanan menjadi salah satu tolak ukur orang dalam berbelanja, karna kenyamanan menjadi nilai tersendiri dalam berbelanja baik dari segi tempat juga kebersihannya. Selain contoh diatas terjadi perubahan jumlah pembeli juga dialami oleh informan Zw sebagaimana yang dikatakannya bahwa:

*“Zw sudah berdagang 3 tahun sebagai pedagang kecil Mengenai barang dagangan yang ia jual sama harganya seperti toko lain atau pasar modern, akan tetapi terdapat perubahan jumlah pembeli setelah adanya pasar modern, oleh karna itu pendapatan yang ia peroleh pun berkurang” (Wawancara, 11 oktober 2021).*

Keterangan tersebut juga menunjukkan bahwa dengan berdirinya pasar modern di dekat usaha pedagang kecil menjadi kendala bahwa orang akan lebih memilih berbelanja di pasar modern daripada pedagang kecil. Keterangan yang sama juga dikemukakan oleh Ma dan Ri:

“Ma sudah berdagang selama 8 bulan dan Ri sudah berdagang selama 9 bulan sebagai pedagang kecil, mereka mengatakan bahwa orang lebih memilih berbelanja di pasar modern, karena tempatnya bersih juga banyak harga diskon. dengan begitu terjadi perubahan jumlah pembeli setelah adanya pasar modern” (Wawancara, 12 oktober 2021).

#### **4.3.2 Dampak Perubahan Hasil Penjualan Di Usaha Pedagang Kecil Dengan Munculnya Pasar Modern**

Perubahan hasil penjualan menunjukkan keadaan yang bisa menguntungkan maupun bisa tidak menguntungkan (rugi) bagi pedagang kecil, hasil penjualan di usaha pedagang kecil dapat diketahui yaitu mengalami penurunan. Dari dua puluh dua informan, tidak ada satupun informan yang mengatakan bahwa hasil penjualan mereka tidak berubah ataupun mengalami peningkatan. Adapun perubahan hasil penjualan di usaha pedagang kecil dapat dilihat pada tabel 4.8.

**Tabel 4. 8**  
**Perubahan Hasil Penjualan Pedagang kecil**

No	Nama Informan	X1(Rp) Perbulan	X2(Rp) Perbulan	Penurunan Hasil Penjualan
1	Af	Rp 3.500.000	Rp 2.500.000	-Rp 1.000.000
2	Zw	Rp 3.000.000	Rp 2.000.000	-Rp 1.000.000
3	Ma	Rp 3.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.500.000
4	Ri	Rp 2.500.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.000.000
5	Li	Rp 3.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.500.000



6	Mz	Rp 3.000.000	Rp 2.000.000	-Rp 1.000.000
7	Ni	Rp 3.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.500.000
8	Bd	Rp 3.500.000	Rp 2.500.000	-Rp 1.000.000
9	Ab	Rp 3.500.000	Rp 2.500.000	-Rp 1.000.000
10	Ad	Rp 3.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.500.000
11	Ed	Rp 2.500.000	Rp 2.000.000	-Rp 500.000
12	In	Rp 3.500.000	Rp 3.000.000	-Rp 500.000
13	Si	Rp 3.500.000	Rp 1.500.000	-Rp 2.000.000
14	Ra	Rp 3.000.000	Rp 2.500.000	-Rp 500.000
15	Pu	Rp 2.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 500.000
16	Ar	Rp 3.500.000	Rp 2.500.000	-Rp 1.000.000
17	Ag	Rp 2.500.000	Rp 2.000.000	-Rp 500.000
18	Sa	Rp 3.000.000	Rp 2.000.000	-Rp 1.000.000
19	Ba	Rp 2.500.000	Rp 1.000.000	-Rp 1.500.000
20	An	Rp 3.500.000	Rp 2.500.000	-Rp 1.000.000
21	Rd	Rp 3.000.000	Rp 2.500.000	-Rp 500.000
22	Ha	Rp 3.500.000	Rp 2.500.000	-Rp 1.000.000
<b>Jumlah</b>		Rp 67.500.000	Rp 44.500.000	-Rp 17.000.000
<b>Rata-rata</b>		Rp 3.068.181	Rp 2.022.727	-Rp 727.727

Sumber: *Data primer yang diolah*

Keterangan:

X1 = Hasil penjualan sebelum adanya pasar modern

X2 = Hasil penjualan setelah adanya pasar modern

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa hasil penjualan para pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan. Terjadi penurunan paling

tinggi yaitu Rp2.000.000/bulan sedangkan yang paling rendah mencapai Rp500.000/bulan. Perubahan hasil penjualan pedagang kecil rata-rata sebelum dan setelah adanya mini market yaitu dari Rp3.068.181/bulan menjadi Rp2.022.727/bulan atau mengalami penurunan sebesar Rp727.727/bulan.

Dari hasil wawancara dampak perubahan hasil penjualan di usaha pedagang kecil menjadi faktor penyebab menurunnya tingkat pendapatan para pedagang kecil. Hasil penjualan mengalami penurunan jumlah barang yang terjual mengalami penurunan sejak hadirnya pasar modern. Informan Ba mengatakan bahwa:

*“Hadirnya pasar modern menjadi kendala dalam usaha pedagang kecil, dimana kuantitas ataupun jumlah harga barang yang terjual mengalami penurunan sehingga berdampak pada hasil penjualan sejak hadirnya pasar modern, berbeda dengan sebelum hadirnya pasar modern”* (Wawancara, 21 Oktober 2021).

Keterangan yang sama juga dikemukakan oleh An yang menyatakan bahwa:

*“Dengan hadirnya pasar modern bukan hanya berdampak pada pendapatan pedagang kecil saja, akan tetapi juga berdampak pada hasil penjualan serta jumlah pembeli yang membeli barang di usaha pedagang kecil, karena masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern, terlebih pasar modern membuka usahanya dekat dengan pedagang kecil”* (Wawancara, 21 Oktober 2021).

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern sudah menjadi masalah bagi pendapatan para pedagang

kecil, dimana hadirnya pasar modern berdampak bagi sebagian besar para pedagang kecil, usaha mereka tetap berjalan akan tetapi pendapatannya berkurang, hanya bisa untuk mnghidupi kesehariannya saja.

### **4.3.3 Dampak Tingkat Pendapatan Pedagang Kecil Dengan Munculnya Pasar Modern**

Keberadaan pasar modern berdampak pada pendapatan pedagang kecil, hal ini berdampak pada pendapatan serta jumlah pembeli rata-rata perhari sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Pedagang kecil tidak memiliki strategi khusus dalam menangani kehadiran pasar modern. Hadirnya pasar modern yang berdekatan dengan paara pedagang kecil memberikan suatu pengalaman baru bagi masyarakat dalam hal berbelanja. Perubahan pendapatan pedagang kecil dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

**Tabel 4. 9**  
**Perubahan Pendapatan Pedagang Kecil**

No	Nama Informan	Y1(Rp) Perbulan	Y2(Rp) Perbulan	Penurunan Pendapatan
1	Af	Rp 3.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.500.000
2	Zw	Rp 2.800.000	Rp 1.300.000	-Rp 1.500.000
3	Ma	Rp 2.500.000	Rp 1.200.000	-Rp 1.300.000
4	Ri	Rp 1.500.000	Rp 750.000	-Rp 750.000
5	Li	Rp 2.300.000	Rp 1.000.000	-Rp 1.300.000
6	Mz	Rp 3.500.000	Rp 1.500.000	-Rp 2.000.000
7	Ni	Rp 2.000.000	Rp 1.400.000	-Rp 600.000
8	Bd	Rp 3.000.000	Rp 2.500.000	-Rp 500.000
9	Ab	Rp 3.000.000	Rp 1.300.000	-Rp 1.700.000
10	Ad	Rp 2.500.000	Rp 1.000.000	-Rp 1.500.000
11	Ed	Rp 3.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.500.000
12	In	Rp 3.500.000	Rp 2.000.000	-Rp 1.500.000
13	Si	Rp 2.500.000	Rp 1.000.000	-Rp 1.500.000
14	Ra	Rp 2.500.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.000.000
15	Pu	Rp 3.000.000	Rp 2.500.000	-Rp 500.000
16	Ar	Rp 3.500.000	Rp 2.000.000	-Rp 1.500.000
17	Ag	Rp 3.500.000	Rp 2.000.000	-Rp 1.500.000
18	Sa	Rp 2.000.000	Rp 1.000.000	-Rp 1.000.000
19	Ba	Rp 2.500.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.000.000
20	An	Rp 3.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.500.000
21	Rd	Rp 3.000.000	Rp 2.000.000	-Rp 1.000.000
22	Ha	Rp 2.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 500.000
<b>Jumlah</b>		Rp 60.100.000	Rp 33.450.000	-Rp 26.650.000
<b>Rata-rata</b>		Rp 2.731.818	Rp 1.520.454	-Rp 1.211.363

Sumber: *Data primer yang diolah (2021)*

Keterangan:

Y1 = Pendapatan sebelum adanya pasar modern

Y2 = Pendapatan setelah adanya pasar modern

Dari tabel di atas, diketahui bahwa pendapatan pedagang kecil mengalami penurunan. Seluruh informan mengalami

penurunan pendapatan setelah adanya pasar modern di sekitar pedagang kecil. Penurunan pendapatan tertinggi yaitu Rp1.700.000 sedangkan terkecil Rp500.000. Pendapatan pedagang kecil menurun dari rata-rata Rp 2.731.818/bulan menjadi Rp 1.520.454/bulan atau mengalami penurunan sebesar Rp 1.211.363/bulan.

Dari hasil wawancara dengan pedagang kecil mereka mengaku bahwa sejak hadirnya pasar modern pendapatan mereka menjadi berkurang berbeda dengan sebelum adanya pasar modern, masyarakat memilih berbelanja di pasar modern dikarenakan tempat yang nyaman, harga sudah tertera. Sebagaimana hasil wawancara dengan informan Ri :

*“Pendapatan setelah adanya pasar modern menjadi menurun, yang biasanya dapat mencapai Rp 1.500.000,- perbulan bahkan bisa lebih, namun saat ini semenjak hadirnya pasar modern hanya dapat mencapai Rp 750.000,- ”* (Wawancara, 26 Agustus 2021).

Dari keterangan tersebut menunjukkan bahwa sejak hadirnya pasar modern menjadi kendala bagi pedagang kecil dalam berusaha, dimana masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern, dengan begitu pendapatan pedagang kecil menjadi berkurang. begitu pula hasil wawancara dengan informan Li beliau mengatakan bahwa:

*“Menurutnya semenjak hadirnya pasar modern membuat pendapatan yang biasanya dapat mencapai Rp 2.300.000,- bahkan bisa lebih, namun sekarang ini dalam sebulan hanya mampu*

*mendapat Rp 1.000.000,- Menurut beliau konsumen lebih tertarik berbelanja dipasar modern yang disuguhi fasilitas yang nyaman dan bersih sedangkan ia hanya berjualan di pinggir toko yang jaraknya berdekatan dengan swalayan” (Wawancara, 26 Agustus 2021).*

Keterangan dari informan Li juga demikian sama halnya dengan informan Ri. Pendapatan para pedagang kecil berkurang sejak hadirnya pasar modern, konsumen lebih tertarik berbelanja di pasar modern dikarenakan fasilitas yang nyaman dan bersih. Fasilitas kenyamanan pedagang kecil berbeda dengan pasar modern, dengan begitu fasilitas yang nyaman dan bersih menjadi hambatan bagi pedagang kecil. Selanjutnya hasil wawancara dengan informan Mz.

*“pendapatan setelah adanya pasar modern menjadi menurun, yang biasanya dapat mencapai Rp 3.500.000,- perbulan bahkan bisa lebih, namun saat ini semenjak hadirnya pasar modern hanya dapat mencapai Rp 1.500.000,-. Sebelum adanya pasar modern jumlah pembeli ramai setelah adanya pasar modern menjadi berkurang. Barang yang dijual pun sama harganya dengan pasar modern” (Wawancara, 26 Agustus 2021)*

Keterangan dari informan Mz bahwa setelah hadirnya pasar modern pendapatan yang ia peroleh menjadi berkurang padahal barang yang dijual sama harganya dengan pasar modern, hasil wawancara dengan informan Rd yaitu:

*“Pendapatan setelah adanya pasar modern menjadi berkurang, jumlah pembeli serta kuantitas penjualan juga*



*berkurang. Masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern karena tempatnya yang nyaman, harga sudah tertera di masing-masing prooduk, berbeda dengan pedagang kecil” (Wawancara, 26 Agustus 2021)*

Keterangan dari informan Rd bahwa pembeli lebih memilih berbelanja di pasar modern dikarenakan harga yang sudah tertera membuat masyarakat lebih nyaman berbelanja di pasar modern, sedangkan di usaha pedagang kecil tidak ada label harga yang tertera. Begitupun hasil wawancara dengan informan Ha, beliau mengatakan bahwa:

*“Pendapatan setelah adanya pasar modern menjadi berkurang berbeda dengan sebelum hadirnya pasar modern di dekat usaha pedagang kecil, masyarakat mulai banyak berbelanja di pasar modern dikarenakan tempatnya yang bersih, fasilitas yang nyaman serta harga yang sudah pasti. Dimana berbeda dengan pedagang kecil tidak ada label harga di masing-masing barang yang di jual” (Wawancara, 26 Agustus 2021)*

Keterangan dari informan Ha bahwa setelah adanya pasar modern mereka mengalami penurunan pada pendapatan yang diperoleh karena turunnya jumlah pembeli juga dipengaruhi oleh gaya masyarakat yang makin modern sehingga lebih senang berbelanja di pasar modern.

Dari hasil wawancara oleh pedagang kecil dapat dianalisis bahwa pendapatan pedagang kecil mengalami penurunan sejak hadirnya pasar modern, penurunan pendapatan dapat disebabkan



oleh faktor promosi yang dilakukan pasar modern untuk menarik minat konsumen berbelanja dipasar modern serta disebabkan juga oleh faktor harga apabila pasar modern melakukan diskon harga secara besar-besaran otomatis hal tersebut membuat konsumen lebih tertarik untuk berbelanja dipasar modern.

Dampak adalah pengaruh sesuatu yang menimbulkan akibat, benturan yang cukup kuat sehingga menimbulkan perubahan (Dewi, 2019). Dampak dapat dibagi menjadi dua, yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positif yang dirasakan oleh pedagang kecil adalah dimana para pedagang kecil harus berusaha mempertahankan usaha yang dikelolanya dengan cara apapun sehingga menjadi ciri khas tersendiri didalam mengelola usaha dagangannya dan secara otomatis dapat menambah hasil keuntungan yang diperoleh, selain itu pedagang kecil dapat mengubah penataan produk secara rapi dan sesuai, tidak mencampur menjadi satu. Dampak negatif yang dirasakan oleh pedagang kecil adalah dengan turunnya pendapatan mereka secara signifikan. Banyak konsumen yang beralih untuk berbelanja di pasar modern karena tempatnya lebih nyaman dan bersih.

Dampak sosial yaitu suatu pengaruh maupun akibat yang terjadi dikarenakan adanya suatu hal (Dewi 2019). Akibat yang terjadi adalah pengaruh yang dimaksudkan pada dampak sosial, baik dikarenakan kejadian yang berpengaruh terhadap masyarakat maupun hal lain yang terjadi pada masyarakat. Maka dari itu juga berdampak pada ekonomi. Setelah kehadiran pasar modern

ditengah-tengah pedagang kecil menyebabkan perubahan pola gaya hidup konsumen yang lebih memilih pasar modern, padahal produk yang dijual pedagang kecil sama saja dengan produk yang dijual dipasar modern. Dewi (2019) berpendapat yaitu perubahan sosial sebagai suatu perubahan dalam suatu masyarakat yang berpengaruh sistem sosialnya yang dimaksud didalamnya sikap, nilai dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok masyarakat.

#### **4.4 Strategi yang dilakukan pedagang kecil dalam mempertahankan eksistensi usahanya**

Strategi yang dilakukan oleh pedagang kecil untuk mempertahankan eksistensi usahanya masih belum dapat dilihat. Mereka masih berjualan seperti biasa dan mengikuti arus pasar yang ada. Para pedagang kecil mengatakan tidak adanya strategi pemasaran terbaru didalam kegiatan usahanya, mereka hanya menjual dengan cara yang mereka lakukan saat ini. Mereka juga tidak berfikir untuk mengubah strategi pemasaran pada usahanya.

Harga barang yang dijual di toko ataupun warung mereka tidak ada perbedaan dengan harga barang di pasar modern. Para pedagang tidak memberi diskon pada para pelanggan. Potongan harga hanya diberikan terhadap pelanggan ataupun konsumen yang berbelanja dalam jumlah besar. Namun pada umumnya tidak ada potongan harga atau diskon yang diberikan. Hasil wawancara dengan informan Ra mengatakan bahwa:

*“ Tidak ada strategi khusus yang dilakukan, beliau berjualan seperti biasanya, tidak ada potongan harga ataupun diskon yang diterapkan” (Wawancara 16 Oktober 2021)*

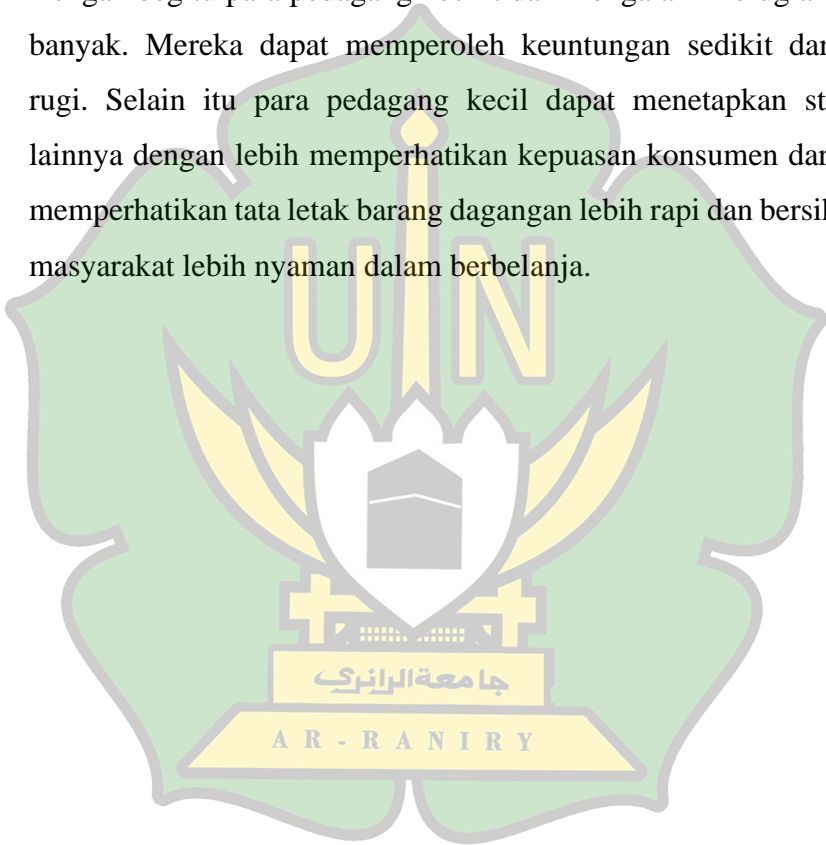
Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa, upaya yang dilakukan pedagang kecil untuk menjaga eksistensi usahanya masih sangat minim. Mereka mengaku berjualan seperti biasanya, sama seperti ketika belum ada pasar modern. Dari segi strategi pemasaran, mereka menjual dagangannya secara tradisional dengan cara melayani pembeli satu persatu dan tidak ada harga yang tertera di masing-masing barang dagangan serta penataan barang dagangan yang kurang menarik. Hasil wawancara dengan informan Ba:

*“Tidak ada strategi khusus yang ia terapkan dalam berjualan, harga yang dijual sama dengan pasar modern namun, pasar modern menerapkan harga diskon sedangkan para pedagang kecil tidak menerapkan harga diskon” (Wawancara 16 Oktober 2021)*

Mereka tidak menerapkan strategi pemasaran terbaru dalam perkembangan bisnisnya. Dari segi harga barang tidak menjual barang dagangan dengan harga lebih murah daripada pasar modern. Sedangkan untuk produk makanan juga kebutuhan sehari-hari, mereka menjual dengan harga sama, terkadang lebih mahal dari pasar modern.

Strategi yang disarankan oleh penulis menyarankan bahwa dengan hadirnya pasar modern yang menjadi hambatan bagi para pedagang kecil akan lebih baik jika para pedagang kecil melakukan beberapa startegi dalam meningkatkan kuantitas penjualan juga

meningkatkan jumlah pembeli serta meningkatkan tingkat pendapatan perbulan. Penulis menyarankan bahwa para pedagang kecil menjual barang dagangannya dengan harga diskon atau dengan pemotongan harga sebelum habis masa kadaluarsa barang tersebut. Dengan begitu para pedagang kecil tidak mengalami kerugian yang banyak. Mereka dapat memperoleh keuntungan sedikit daripada rugi. Selain itu para pedagang kecil dapat menetapkan strategi lainnya dengan lebih memperhatikan kepuasan konsumen dari segi memperhatikan tata letak barang dagangan lebih rapi dan bersih agar masyarakat lebih nyaman dalam berbelanja.



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

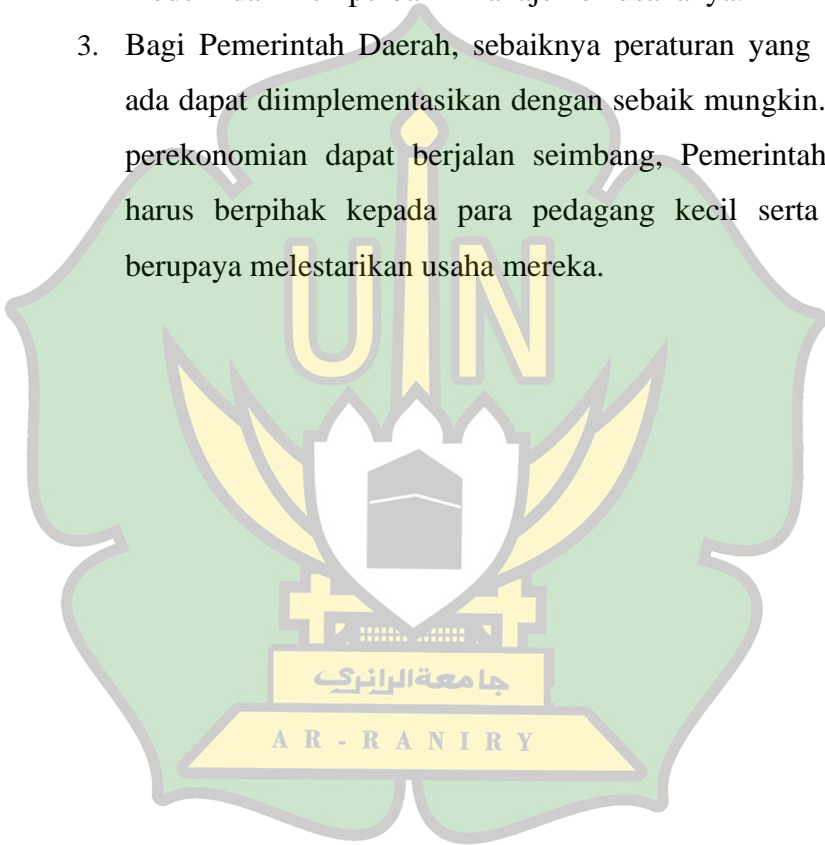
Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dampak keberadaan pasar modern di Kota Banda Aceh terhadap jumlah pembeli pedagang kecil memiliki dampak negatif, dimana jumlah pembeli pedagang kecil mengalami penurunan setelah adanya pasar modern.
2. Dampak keberadaan pasar modern terhadap perubahan hasil penjualan di usaha pedagang kecil juga berdampak negatif. Dimana rata-rata sebelum dan setelah adanya minimarket yaitu dari Rp3.068.181/bulan menjadi Rp2.022.727/bulan atau mengalami penurunan sebesar Rp727.727/bulan.
3. Dampak keberadaan pasar modern terhadap tingkat pendapatan di usaha pedagang kecil juga menurun dari rata-rata Rp2.731.818/bulan menjadi Rp1.520.454/bulan atau mengalami penurunan sebesar Rp1.211.363/bulan.

### **5.2 Saran**

1. Bagi para pedagang kecil menjual barang dagangannya dengan harga diskon atau pemotongan harga sebelum habis masa kadaluarsa barang yang di jual. Dengan begitu para pedagang kecil tidak mengalami kerugian yang banyak. Mereka dapat memperoleh keuntungan sedikit daripada rugi.

2. Bagi pelaku usaha pedagang kecil sebaiknya melakukan upaya dalam mempertahankan eksistensi usahanya misalnya dengan menambah modal usaha juga meningkatkan kualitas pelayanan usahanya supaya mampu bersaing dengan pasar modern dan memperbaiki manajemen usahanya.
3. Bagi Pemerintah Daerah, sebaiknya peraturan yang sudah ada dapat diimplementasikan dengan sebaik mungkin. Agar perekonomian dapat berjalan seimbang, Pemerintah juga harus berpihak kepada para pedagang kecil serta turut berupaya melestarikan usaha mereka.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. (2006). *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Asribestari, R. dan Setyono, J. S. (2013). Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Pasar Karangayu Dan Giant Superdome). *Jurnal Teknik PWK* 539-548.
- Boediono. (2012). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga. Hal 150.
- BPS Aceh, 2020. *Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka*.
- BPS Aceh, 2020. *Kecamatan Kuta Alam Dalam Angka*.
- BPS Aceh, 2017. *Kecamatan Baitussalam Dalam Angka*.
- Bungin, B. (2012). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Danil Mahyu. Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen. *Journal konomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh, Vol. IV No. 7: 9*.
- Dewi Sukma Dian. (2018). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur). *Jurnal Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*. Hal (37).
- DPM-PTSP Kota Banda Aceh.
- Endi Sarwoko. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang*.
- Gulo, W. 2002. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hadi Waluyo, Hastuti Dini. (2011). *Kamus Terbaru Ekonomi & Bisnis*. Surabaya: Reality Publisher.



- Hamazair, dkk. (2006). *Menggali Potensi Wirausaha-Feasibility Study Plus And Implementation*. Bekasi Utara: CV Dian Anugrah Prakasa.
- I.G.A.L. Yasmita (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Gulingan Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung*. *Majalah Ilmiah Universitas Tabanan*, Vol. 17. No.1 : 113-127.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama Cetakan Kelima Jakarta: Raja Grafindo Persada*. Hal 46.
- Khemani, R.S. (2005). *Glossary of Industrial Organization Economic and Competition Law*.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Malano Herman. (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional*. Gramedia Pustaka Utama Jakarta. Hal 62.
- Masyhur Mahmudah dan Utomo Wahyudi Supri. (2017). Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko Di Kota Madiun. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan Vol. 6 No. 1 Hlmn. 59-72*.
- Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 420/MPP/Kep/10/1997 *tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan*.
- Moleong, Lexy. J. (2015). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. (2010). *Sistem Akuntansi*. Edisi ke-3 Cetakan ke-5. Penerbit Salemba empat. Hal 127.
- Nashiruddin Much. (2012). Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Pendapatan Pedagang Kelonotong Di Pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hal 5*.

- Pramudiana Devy Ika. (2017). *Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern*. Vol. 1 No. 1.
- Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 *tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*.
- Permendagri. (2012). *Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional*. Jakarta: Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia.
- Purnama Angga Pradipta Rosy . (2014). *Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Lama Usaha, dan Teknologi Proses Produksi terhadap Produksi Kerajinan Kendang Jimbe di Kota Blitar*,(Malang: Universitas Brawijaya). jurnal ilmiah.
- Raharjo Haditya Reza. (2015). Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang). *Jurnal Universitas Diponegoro*. Hal 30.
- Rasyidin Kasman, Zulham. T. (2017). Dampak Kemunculan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala Banda Aceh*. Hal 125.
- Saputra Bayu Rholen. (2014). Profil Pedagang Kaki Lima (PKL) Yang Berjualan Di Badan Jalan (Studi di Jalan Teratai Dan Jalan Seroja Kecamatan Senapelan). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Riau*. Vol 1, Hal 4.
- Sinaga Pariaman. (2006). *Pasar Modern VS Pasar Tradisional*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Soekartawi. (2012). *Faktor-faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat. Hal 132.

- Soemarso S.R. (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat. Hal 54.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sukirno Sadono. (2006). *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Rajagrafindo Persada Jakarta. Hal 47.
- Sudrajat Anton. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Muslim. *e-Jurnal, Vol.8, Tahun: 2014, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI)*.
- Syahrul Anwar. (2020). *Dampak Pendapatan Pedagang Eceran & Toko Setelah Adanya Minimarket Modern Sebelum & Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar*. Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yuliasih Eka. (2013). Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Waserda Dan Pedagang Pasar Tradisional Di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen. *Jurnal Pendidikan Ekonomi. Universitas negeri Yogyakarta. Hal 13.*



## DAFTAR WAWANCARA

1. Berapa rata-rata perbulan jumlah pembeli sebelum adanya pasar modern ?
2. Berapa rata-rata perbulan jumlah pembeli setelah adanya pasar modern ?
3. Berapakah kuantitas penjualan perbulan sebelum adanya pasar modern?
4. Berapakah kuantitas penjualan perbulan setelah adanya pasar modern?
5. Bagaimana tingkat keuntungan perbulan bapak/ibu sebelum munculnya pasar modern?
6. Bagaimana tingkat keuntungan perbulan bapak/ibu setelah munculnya pasar modern ?
7. Apakah Anda menjual barang dagangan dengan harga lebih murah dari pasar modern untuk menarik pelanggan?
8. Apakah ada strategi lain yang diterapkan dalam usaha Anda?

