

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi pada dasarnya dicerminkan oleh terjadinya perubahan dalam aliran-aliran baru yang menyangkut arus pendapatan dan manfaat (*benefit*) kepada masyarakat lokal, regional, bahkan sampai tingkat nasional. Program pembangunan dapat mendatangkan dampak berupa manfaat-manfaat yang positif atau negatif kepada masyarakat, terutama kepada mereka yang tinggal di dekat sekitar kegiatan ekonomi sebagai penerima akibat (dampak) dari program pembangunan yang bersangkutan. Komunitas lokal harus mencari atau mendapat peluang agar terjadi penyesuaian terhadap perubahan karena keadaan baru tersebut (Ahmadi, 1995).

Pembangunan dapat dikonseptualisasikan ke dalam suatu proses perbaikan yang berkesinambungan atas suatu masyarakat atau suatu sistem sosial secara keseluruhan menuju kehidupan yang lebih baik atau manusiawi (Iryanti, 2003).

Rencana pembangunan atau pengembangan yang biasanya dihasilkan oleh tenaga ahli atau konsultan pada umumnya berasal dari budaya atau latar belakang sosial yang berbeda dalam mengatasi permasalahan penting yang mereka temukan. Seyogyanya rencana pembangunan dimulai dengan mengenali potensi dan kebutuhan masyarakat penerima manfaat dan penanggung resiko. Dengan demikian kegiatan pembangunan yang mencakup perencanaan, pembiayaan, pelaksanaan, dan pemantauan serta evaluasi, akan bertitik tolak dari keinginan dan kemampuan masyarakat penerima manfaat dan penanggung risiko itu sendiri.

Salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional karena kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja dan Produk Domestik Bruto (PDB) dapat melebihi kontribusi usaha besar adalah sektor usaha mikro, kecil dan Menengah (UMKM). Sektor usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sudah terbukti dapat bertahan dan cenderung berkembang meskipun perekonomian nasional menghadapi krisis ekonomi global. Sektor UMKM secara efisien menciptakan pertumbuhan industri kecil yang berdampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi (Radam, 2013).

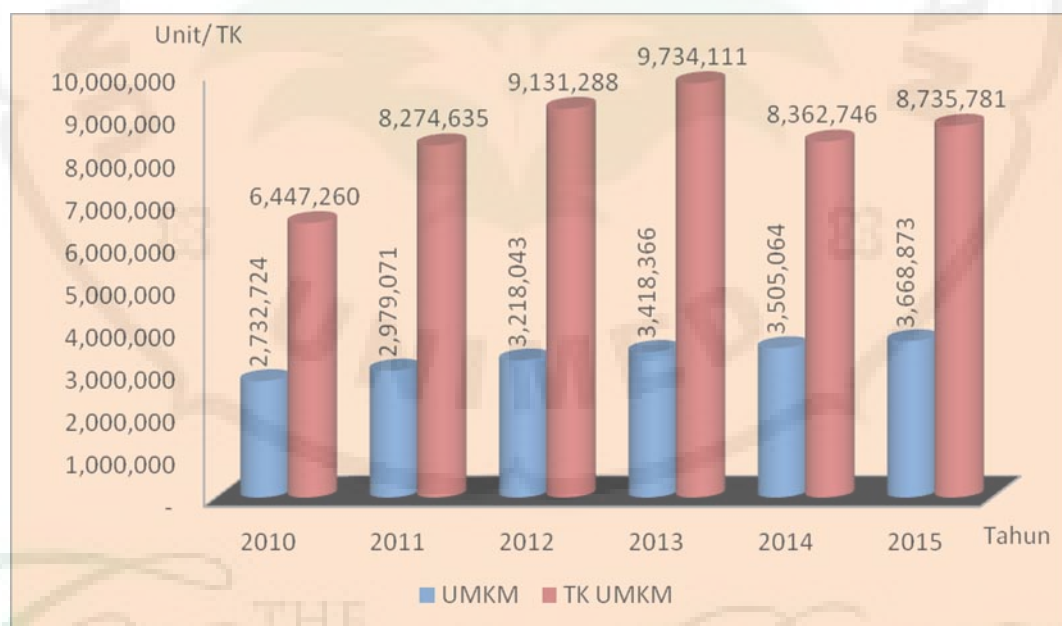
Kontribusi usaha mikro, kecil dan menengah terhadap perekonomian nasional dapat ditinjau dari dua aspek penting, yaitu aspek pembentukan produksi agregat dan penyerapan tenaga kerja. Kontribusi usaha mikro, kecil dan menengah terhadap produksi agregat dan penyerapan tenaga kerja lebih tinggi dibandingkan dengan kontribusi usaha besar. Akan tetapi produktivitas usaha mikro dan kecil jauh lebih rendah dari produktivitas usaha sedang dan besar. Disisi lain, Pendapatan tenaga kerja pada usaha mikro dan kecil lebih rendah dibandingkan dengan pendapatan tenaga kerja pada usaha sedang dan besar.

Produktifitas UMKM yang merupakan tolok ukur bagi keberhasilan pengembangan UMKM itu sendiri dipengaruhi oleh bebarapa faktor, diantaranya adalah ketengakerjaan UMKM dan struktur modal/ investasi UMKM, serta jumlah unit UMKM itu sendiri yang tersebar di seluruh Indonesia. (Sinungan, 2005: 18).

Jika dianalisis dari PDB atas dasar harga berlaku menurut sektor usaha selama tahun 2011 hingga 2013 menunjukkan bahwa sektor usaha mikro memberikan kontribusi yang tidak sedikit bagi PDB, yaitu sebesar 56,53 persen

dari total PDB, sedangkan sektor usaha besar menyumbang sebesar 43,47 persen. Begitupun bila dibandingkan dengan PDB atas dasar harga konstan tahun 2000, dimana secara agregat kontribusi sektor UMKM terhadap PDB nasional mencapai 58,17 persen dari total PDB dibandingkan dengan sektor usaha besar yang menyumbang terhadap PDB nasional sekitar 41,83 persen (Kementerian Koperasi & UMKM, 2015).

Pertumbuhan PDB sektor UMKM menunjukkan bahwa kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional tidak dapat dipandang sebelah mata, bahkan ketika krisis ekonomi menerpa perekonomian nasional sektor UMKM mampu bertahan dibandingkan dengan sektor usaha besar.



Sumber : BPS

Gambar 1.1. Jumlah UMKM dan Tenaga Kerja UMKM di Indonesia Tahun 2010 – 2015

Gambar 1.1 menunjukkan perkembangan UMKM dan penyerapan tenaga kerja sektor UMKM di Indonesia selama tahun 2010 – 2015, tercatat jumlah

UMKM terus meningkat, sedangkan tenaga kerja yang terserap di sektor ini cenderung meningkat, namun di tahun 2014 terjadi penurunan.

Jumlah UMKM di tahun 2010 mencapai 2.732.724 unit, hingga akhir tahun 2015 menjadi sebanyak 3.668.873 unit. Sementara itu, jumlah tenaga kerja yang terserap dalam sektor UMKM di tahun 2010 mencapai 6.447.260 tenaga kerja dan terus meningkat hingga tahun 2013 menjadi sebanyak 9.734.111 orang. Namun di tahun 2014 jumlah tenaga yang terserap di sektor ini turun hingga mencapai 8.362.746 orang dan kembali meningkat di tahun 2015 menjadi sebesar 8.735.781 orang tenaga kerja.

Peningkatan sektor UMKM dan cenderung dapat bertahan dan cenderung meningkat disebabkan oleh : 1). Sebagian besar industri UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastisitas permintaan yang rendah; 2). Sebagian besar UMKM mempergunakan modal sendiri dan tidak dapat mendapat modal dari Bank; 3). Sektor formal banyak memberhentikan pekerjanya, sehingga para penganggur memasuki industri informal dengan berdagang atau melakukan usaha yang berskala kecil yang berdampak UMKM terus meningkat (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2012).

Pengembangan UMKM merupakan langkah strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian sebagian besar rakyat Indonesia, khususnya dalam hal penyediaan lapangan kerja, mengurangi kesenjangan dan kemiskinan, mempercepat pemulihan ekonomi, serta memperkuat landasan pembangunan yang berkelanjutan dan berkeadilan berdasarkan sistem ekonomi kerakyatan.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan suatu subyek yang penting dalam analisa kebijakan pemerintah Indonesia, yang didasari oleh beberapa alasan (Hill, 2001), yaitu :

- 1) UMKM di negara manapun memainkan suatu peran yang sangat penting di dalam pembangunan ekonomi, dan secara khas mempekerjakan 60% atau lebih banyak lapangan kerja industri dan menghasilkan sampai separuh output.
- 2) UMKM merupakan sarana untuk mempromosikan bisnis pribumi.
- 3) Tidak bisa diasumsikan bahwa jenis kebijakan yang sama yang dikeluarkan untuk industri besar akan berlaku bagi UMKM. UMKM menunjukkan suatu konsentrasi aktivitas khusus dalam industry dan biasanya memperlihatkan suatu konsentrasi yang lebih sedikit di sekitar pusat kota dibandingkan dengan perusahaan besar. Hanya sebagian kecil UMKM yang dimiliki oleh orang asing (atau pemerintah) dan hanya sedikit yang berorientasi ekspor, paling tidak ekspor langsung.
- 4) Pengalaman internasional menyatakan bahwa sektor UMKM kondusif bagi pertumbuhan industri yang cepat dan merupakan struktur industri yang fleksibel.

Namun disadari pula bahwa pengembangan usaha kecil menghadapi beberapa kendala seperti tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan. Secara lebih spesifik, masalah dasar yang dihadapi pengusaha kecil adalah (Kuncoro, 2005) :

- 1) Tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan UKM dikelola oleh perorangan yang merangkap

sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan, serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya.

- 2) Akses industri kecil terhadap lembaga kredit formal rendah, sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber lain, seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara, bahkan rentenir.
- 3) Sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum dipunyainya status badan hukum. Mayoritas UKM merupakan perusahaan perorangan yang tidak berakta notaris. Keempat, masalah utama yang dihadapi dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja adalah tidak terampil dan mahal biaya tenaga kerja. Kelima, dalam bidang pemasaran, masalahnya terkait dengan banyaknya pesaing yang bergerak dalam industri yang sama.

Lapangan kerja sektor formal menjadi prioritas utama bagi para tenaga kerja. Untuk itulah lapangan kerja sektor informal perlu dikembangkan, hal ini dikarenakan sektor informal sangat membantu kepentingan masyarakat, yaitu menyediakan lapangan pekerjaan dengan penyerapan tenaga kerja secara mandiri atau dengan kata lain menjadi *safety belt* bagi tenaga kerja yang memasuki pasar kerja, selain itu juga menyediakan kebutuhan masyarakat golongan menengah ke bawah (Kuncoro, 2005).

Medan sebagai ibukota Propinsi Sumatera Utara dalam wilayah NKRI berkontribusi dalam perekonomian nasional yang terukur dalam PDB dan perekonomian daerah Propinsi Sumatera Utara serta perekonomian daerah Kota Medan itu sendiri yang tercakup dalam PDRB.

Dengan dukungan dari 21 kecamatan yang tersebar di seluruh wilayah, dimana salah satunya adalah Medan Petisah yang merupakan fokus penelitian ini. Hal ini disebabkan terutama karena memiliki pasar tradisional yang sudah cukup lama beroperasi disamping memiliki beragam produk serta jumlah unit pedagang yang cukup banyak. Pasar tersebut adalah pasar Petisah yang merupakan salah satu pasar yang paling banyak diminati masyarakat sebagai tempat berbelanja. Di tengah banyak dan maraknya pembangunan pusat-pusat perbelanjaan yang modern, Pasar Petisah tetap berdiri dan bergairah. Bahkan Pasar Petisah yang baru (Pasar Petisah Tahap II) sudah dibangun dan sudah beroperasi beberapa tahun terakhir ini, yang berarti bahwa dengan dibangunnya pasar baru ini maka penyerapan tenaga kerja pun akan semakin besar.

Pasar yang seusia kota Medan ini selalu ramai dikunjungi oleh para pembeli, termasuk oleh para pelancong yang datang dari luar kota Medan. Salah satu keistimewaan pasar ini terletak pada lokasinya yang berada di pusat kota Medan, sehingga memudahkan bagi pelancong untuk menjangkaunya.

Pasar Petisah juga menarik banyak wisatawan asing karena harga yang ditawarkan relatif murah dibandingkan di mall-mall besar di Medan. Namun kualitas barang yang disajikan tidak kalah bagus dari mall-mall besar. Selain karena harganya yang murah, banyak barang kerajinan khas Medan dijual disini, seperti anyaman, dan pernak-pernik lainnya. Jika anda ingin membeli oleh-oleh pakaian untuk keluarga anda, pasar ini menyediakan berbagai macam kebaya dengan warna dan model yang beragam. Pasar tradisional pasar petisah walaupun harga yang ditawarkan murah, namun tawar menawar adalah hal yang pasti.

Seiring perkembangan globalisasi dan persaingan dalam perekonomian, potensi ekonomis yang dimiliki Pasar petisah yang merupakan primadona wisata belanja bagi pembeli berangsur-angsur mengalami kelesuan dan mulai ditinggalkan oleh pelanggannya. Hal ini disebabkan pada awal tahun 2002 di kota medan sudah mulai berkembang pasar modern yang hampir sama menjual produk kerajinan seperti yang ditawarkan di Pasar. Pasar modern menawarkan metode belanja *one stop shopping*, dimana pembeli hanya belanja pada satu tempat pasar modern.

Dalam ilmu ekonomi disebut pasar jika ada suatu pertemuan antara orang yang mau menjual dan orang yang mau membeli suatu barang atau jasa tertentu dengan harga tertentu (Gilarso, 154). Di pasar banyak terdapat para pembeli dan penjual yang sedang melakukan transaksi, para penjual yang menyediakan dan menjual dari hasil pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan serta produk-produk yang banyak jenisnya. Di sinilah terjadinya kegiatan ekonomi yaitu penjual yang menawarkan berbagai barang yang dijualnya dan pembeli.

Tumbuh menjamurnya pasar modern seperti plaza, mall, supermarket dan lainnya menyebabkan menurunnya omzet penjualan pedagang di pasar tradisional yang berdampak kepada menurunnya tingkat pendapatan pedagang pasar secara drastis.

Jika hal tersebut tidak ditanggapi secara serius oleh Pemerintah Provinsi Sumut dan Kota Medan dengan tidak membuat suatu regulasi atau aturan pembatasan pasar modern, maka akan menghambat dan mengancam perkembangan usaha industri kecil dan kerajinan serta usaha informal lainnya (Isniani, 2012).

Hal ini akan berdampak tidak adanya pemerataan distribusi penyebaran pembeli yang membelanjakan uangnya sehingga perputaran perekonomian hanya dikuasai oleh pemodal besar dalam hal ini pasar modern saja. Mengantisipasi ekspansi dari pasar modern di kota medan maka Pemerintah kota medan dalam hal ini sebagai pengelola pasar Petisah serta para pedagang pasar Petisah harus memperhatikan faktor internal dan eksternal yang dapat meningkatkan berkurangnya pembeli di pasar Petisah Kota Medan.

Dari hasil pengamatan dan wawancara awal yang dilakukan dengan pedagang, faktor internal seperti lama berdiri usaha yang digunakan sebagian besar bervariasi, modal, lama usaha yang bervariasi dan jam kerja yang pendek cenderung berpengaruh terhadap pendapatan pedagang yang diperoleh saat ini.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar yaitu modal. Modal merupakan salah satu faktor penting dalam suatu produksi. Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Nugraha (2011), modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis.

Modal usaha yang relatif besar jumlahnya, akan memungkinkan suatu unit penjualan dengan banyak jenis produk. Dengan cara itu, pendapatan yang akan diperoleh juga akan semakin besar. Akan tetapi, pasar tradisional mayoritas pedagangnya berasal dari masyarakat menengah kebawah. Jadi, dalam

mendapatkan suatu modal kebanyakan para pedagang masih mengandalkan hasil pertanian maupun ketrampilannya saja.

Pemerintah dalam hal ini berperan menciptakan sistem ekonomi pasar yang sehat sehingga setiap pelaku, baik yang kecil maupun yang besar, mempunyai akses dan dasar bersaing yang sama (Rachbini, 2001). Pemerintah telah dan akan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijaksanaan untuk: (a) memperluas sumber pendanaan, (b) meningkatkan akses terhadap sumber pendanaan, (c) memberikan kemudahan dalam pendanaan. Dalam aspek pendanaan ini, pemerintah menyediakan berbagai skim kredit perbankan untuk koperasi dan usaha kecil antara lain seperti Kredit Usaha Kecil (KUK) (Prawirokusumo, 2001).

Sedangkan faktor eksternal yaitu perbedaan lokasi usaha yang strategis dan tidak strategis serta fasilitas parkir yang tidak luas dan tidak nyaman merupakan faktor penting lainnya. Faktor eksternal lainnya adalah lama berdiri usaha yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang pasar. Lama berdiri usaha merupakan salah satu faktor penting dalam suatu produksi. Adapun lama usaha merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi produksi dimana semakin lama usaha itu berdiri maka pengalamandan ilmu yang dimiliki oleh pengrajin merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam pengelolaan proses produksi. Diharapkan semakin lama suatu usaha didirikan, maka keterampilan yang dimiliki oleh masing-masing tenaga kerja dapat dikatakan sama rata. Jadi lamanya usaha dapat digunakan untuk mengetahui sejauhmana tingkat kesetiaan industri untuk menghasilkan pendapatan pedagang.

Lama usaha dalam hal ini adalah lamanya suatu Usaha Mikro Kecil atau Menengah (UKM) dilakukan atau umur dari usaha tersebut semenjak usaha tersebut berdiri sampai pada saat penulis melakukan penelitian ini. Dengan asumsi bahwa semakin lama usaha tersebut berjalan maka akan mengakibatkan adanya perkembangan usaha yang signifikan kearah yang positif atau negatif. Perkembangan dari usaha tersebut tergantung dari iklim perdagangan dan persaingan yang terjadi didunia usaha atau pasar dan biasanya usaha yang lebih lama berdiri cenderung lebih berkembang karena sudah memiliki banyak pengalaman dalam menjalankan usahanya dan juga usaha yang memiliki umur yang bisa dibilang mapan lebih dapat bersaing dengan usaha/pelaku UKM.

Sunaryanto (2005), mengatakan bahwa lamanya seseorang pedagang menekuni usahanya maka akan meningkat pula penegetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatannya. Dengan kata lain, semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka akan semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan perilaku pasar. Keterampilan berdagang semakin bertambah maka semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring.

Menurut Wibowo (2013), untuk meningkatkan pendapatan seorang pedagang tidak hanya memerlukan modal untuk menjalani usahanya, masih ada faktor lain yang diperlukan. Faktor lain tersebut adalah jarak antar pedagang sejenis, lama usaha, dan jam kerja.

Lokasi berpengaruh sangat besar terhadap pendapatan. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Swastha (2002), Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau

aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

Kotler (2008), salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Adanya perbedaan sukses organisasi-organisasi dan perbedaan kekuatan dan/ atau kelemahan organisasi, sering karena faktor-faktor lokasi. Dalam situasi persaingan, faktor-faktor lokasi dapat menjadi faktor-faktor kritis yang membuatnya sangat penting. Agar usaha yang dijalankan dapat bersaing secara efektif, lokasi usaha haruslah strategis dan mudah untuk dijangkau.

Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi. Lokasi yang cocok dijadikan tempat berdagang karena berhubungan langsung dengan konsumen yaitu lokasi yang mudah dijangkau, lokasi yang mudah dilihat oleh para calon pembeli, serta lokasi yang sering dilalui oleh para konsumen yang biasanya berdekatan dengan jalan masuk. Dengan memilih lokasi yang tepat, para pedagang pasar akan mudah untuk menjual atau menawarkan berbagai barang yang dijualnya kepada para calon pembeli, sehingga akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh. Jadi, dengan pemilihan lokasi yang tepat itulah, pedagang atau penjual di pasar akan mendapatkan pendapatan yang maksimal.

Prospek sektor perdagangan informal di pasar tradisional akan terus berkembang yang disertai dengan pesatnya jumlah kunjungan pembeli,

mengindikasikan perlunya studi yang mendalam mengenai perkembangan, prospek dan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pendapatan pedagang dan kemampuan bertahannya pasar tradisional sebagai akibat berkembangnya pasar modern dewasa ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar Petisah Kota Medan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana pengaruh modal usaha, lama usaha, lokasi usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang pasar Petisah Kota Medan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal usaha, lama usaha, lokasi usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang pasar Petisah Kota Medan

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis maupun manfaat praktis.

Manfaat teoritis penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi media untuk menerapkan konsep-konsep dan teori-teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi

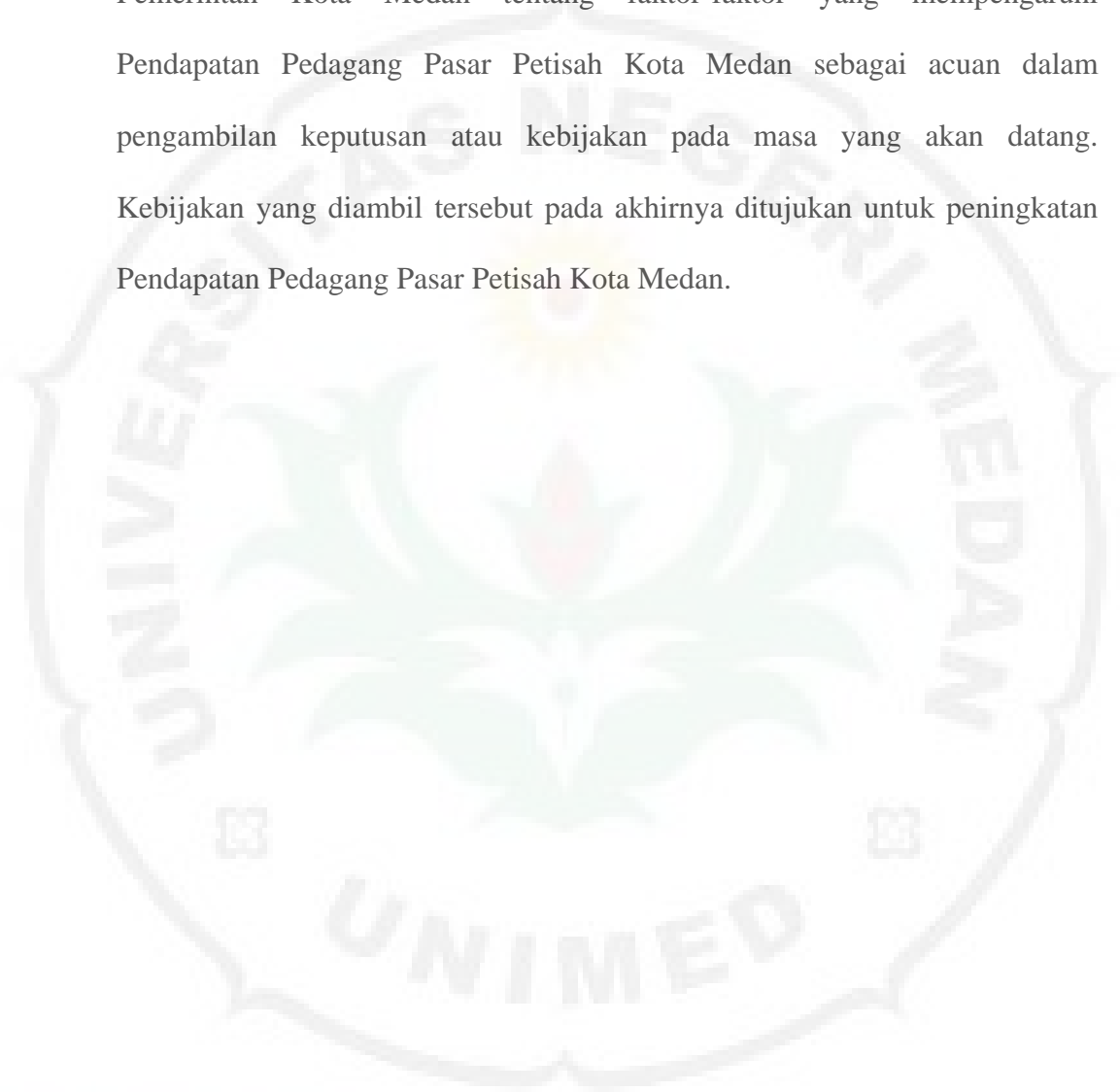
Pendapatan Pedagang Pasar Petisah Kota Medan dan meningkatkan wawasan pengetahuan tentang temuan-temuan dilapangan yang belum terungkap sebelumnya serta dapat dijadikan bahan referensi atau pembanding bagi penelitian berikutnya dan diharapkan dapat memberikan landasan untuk penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan Pendapatan Pedagang Kota Medan.

2. Model teoretis yang didapatkan diharapkan dapat memberikan jawaban teoretis terhadap masalah pengembangan khususnya yang berkaitan dengan Pendapatan Pedagang, sehingga dapat dijadikan model teoretis untuk meningkatkan Pendapatan Pedagang Pasar Petisah Kota Medan.
3. Temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bandingan bagi penelitian yang relevan dengan Pendapatan Pedagang Pasar Petisah Kota Medan di kemudian hari.

Manfaat praktis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi tentang Pendapatan Pedagang Pasar Petisah Kota Medan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, yaitu: Modal Usaha, Lokasi Usaha dan Pendapatan Pedagang Pasar Petisah Kota Medan sebagai bahan masukan bagi pengelola lembaga dalam rangka meningkatkan Pendapatan Pedagang Pasar Petisah Kota Medan.
2. Memberikan umpan balik bagi mahasiswa dalam rangka memahami Pendapatan Pedagang Pasar Petisah Kota Medan serta faktor-faktor yang mempengaruhi, yaitu: Modal Usaha, Lokasi Usaha, sehingga diharapkan dapat menstimulasi usaha mereka untuk meningkatkan Pendapatan Pedagang Pasar Petisah Kota Medan.

3. Memberikan masukan dan pertimbangan bagi Pemerintah Daerah khususnya Pemerintah Kota Medan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Petisah Kota Medan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan atau kebijakan pada masa yang akan datang. Kebijakan yang diambil tersebut pada akhirnya ditujukan untuk peningkatan Pendapatan Pedagang Pasar Petisah Kota Medan.



THE
Character Building
UNIVERSITY