

FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PEDAGANG SESUDAH PENATAAN PASAR NGARSOPURO SOLO

Suprihatmi Sri Wardiningsih
Retno Susanti

Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRACT

The purpose of this study was to know significant effect of the variable location of the market, value-added products to increase market share and revenue market traders Ngarsopuro Solo, after structuring the market. Market research sites in the sample Ngarsopuro Solo with 50 respondents, the sampling technique using Simple Random Sampling. Data collection using questionnaire and analysis of the data using linear regression, t test, F test, Coefficient of Determination Test. These results indicate there is significant market location variables, value-added products, and the market share of the revenue increase market traders Ngarsopuro Solo. Among the three variables most dominant market share is variable.

Keywords: Location market, value added products, market share, revenue trader.

PENDAHULUAN

Identitas sebagai Kota Budaya sangat akrab dan melekat lama di Kota Solo. Upaya pelestarian tentu saja menjadi kehendak seluruh warga Kota Solo. Pelestarian warisan pusaka sebagai tanda proses perubahan serta perkembangan kota yang terjadi secara alamiah. Secara berurutan tanpa harus kehilangan masa lalu yang dapat dijadikan cermin untuk pembangunan masa depan. Strategi pengelolaan kota yang terarah dan berkesinambungan dimaksudkan sebagai piranti lunak untuk menjalankan fungsi pengarahan dan fungsi kontrol

bagi laju pembangunan cepat tersebut.

Penyiapan fasilitas fisik sebagai upaya menciptakan “wajah” Kota Solo sesuai dengan *branding* sebagai kota budaya membuat Solo cukup sibuk berbenah dalam beberapa tahun terakhir ini. Penyediaan sarana aktivitas masyarakat berupa *city walk*, penyediaan kawasan jajanan sore di Galabo - Beteng, penataan kawasan Sriwedari dan sekitarnya, penataan kawasan alun-alun Utara dan Selatan, penataraan pasar klithikan, kawasan Pasar Gede, penataan kawasan Triwindu menjadi

pusat belanja souvenir dan jananan Ngarsopuro yang berdampak pada tereksposnya wajah Keraton Mangkunegaran dan lain-lain merupakan beberapa contoh pengembangan sarana prasarana fisik untuk menampilkan wajah Solo sesuai dengan konsep brandingnya sebagai kota budaya.

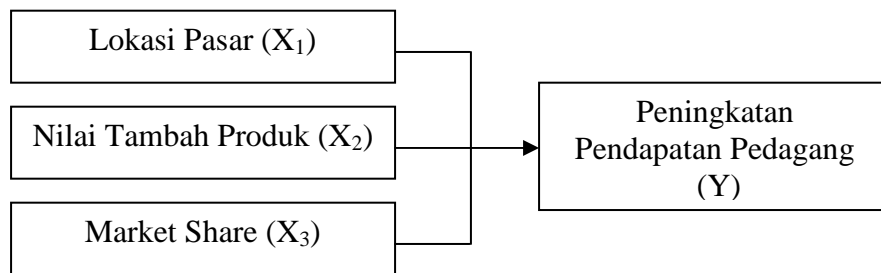
Kawasan Ngarsopuro di sepanjang Jl. Diponegoro yang menghubungkan antara *city walk* Jl. Slamet Riyadi dengan Komplek Mangkunegaran diharapkan mampu menjadi salah satu kawasan wisata, ekonomi, dan seni bagi kota Surakarta. Kawasan ini bisa menjadi pusat kegiatan baru (*node*) bagi aktivitas sosial, ekonomi, dan seni-budaya untuk kebutuhan masyarakat Solo.

Ngarsopuro merupakan suatu kawasan di depan Pura Mangkunegaran, yang dahulu berjajar toko-toko elektronik kurang tertata serta terdapat pasar antik Triwindu. Kawasan ini sejak tahun 2009 telah disulap menjadi suatu tempat yang sangat indah dan menarik untuk dikunjungi. Dengan ditatanya toko-toko dan direhabnya pasar antik Triwindu dengan bangunan etnik yang sekarang berubah nama menjadi pasar antik Windujenar. Di sebelah kiri kanan Jl. Diponegoro di kawasan Ngarsopuro tersebut tampak sangat nikmat untuk pejalan kaki tempat bercengkrama karena di trotoar tersebut dipasang paving, tempat duduk dan berbagai patung serta lukisan menghiasi area tersebut. Tempat ini juga dilengkapi fasilitas

free hotspot sehingga pengunjung dapat dengan mudah mengakses internet di tempat.

Pada setiap malam libur area tersebut menjadi semakin semarak dan menarik untuk dikunjungi karena terdapat *night market* yang menjual berbagai barang *souvenir* khas Kota Solo.

Untuk menunjang kebijakan tersebut, pemerintah kota Surakarta melakukan penataan pasar-pasar tradisional dan melakukan renovasi, salah satunya Pasar Triwindu yang menjual barang-barang antik dan barang seni dan budaya sehingga kelihatan lebih menarik dan kawasan ini sekarang disebut Kawasan dan Pasar Ngarsopuro. Penataan pasar ini mempunyai tujuan keindahan, nilai budaya dan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan pengamatan banyak wisatawan asing maupun lokal yang berkunjung ke beberapa lokasi wisata Kota Solo baik wisata budaya, wisata kuliner, wisata sejarah, wisata rohani, mereka sekaligus mengunjungi Pasar Ngarsopuro. Banyak pagelaran-pagelaran (*event-event*) kesenian dan budaya baik daerah maupun internasional digelar di depan Pasar Ngarsopuro. Pasar Ngarsopuro juga sering menjadi tujuan dari *event-event* yang digelar di Kota Solo, serta adanya pasar seni tiban yang diselenggarakan setiap malam minggu dan hari minggu di sepanjang jalan depan Pasar Ngarsopuro, jelas akan berdampak baik langsung maupun tidak langsung pada peningkatan



Gambar: Kerangka Pemikiran

pendapatan pedagang di Pasar Ngarsopuro. Peningkatan pendapatan pedagang di Pasar Ngarsopuro merupakan hal yang akan diungkap dari penelitian ini dengan melihat beberapa variabel yang mempengaruhinya yaitu lokasi pasar, nilai tambah produk dan *market share*.

Kerangka Pemikiran

Variabel independen dalam penelitian ini adalah lokasi pasar, nilai tambah produk (*value*), dan jangkauan pasar (*market share*), variabel dependen dalam penelitian ini adalah peningkatan kesejahteraan pedagang Pasar Ngarsopuro. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti disajikan pada gambar di atas:

Hipotesis

- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi pasar sesudah penataan pasar terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarsopuro Solo.
- H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan nilai tambah sesudah penataan pasar terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarsopuro Solo.

- H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan *market share* sesudah penataan pasar terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarsopuro Solo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan survei di Pasar Ngarsopuro Solo, dengan pertimbangan tersedianya data yang diperlukan peneliti, sehingga akan memperoleh gambaran yang lengkap atas objek yang diteliti dan permasalahan yang ada.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang di Pasar Ngarsopuro Solo, sedang sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 sampel, dengan pertimbangan karena populasi bersifat homogen sehingga 50 sampel sudah cukup mewakili.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*. Teknik pengambilan sampel ini memungkinkan untuk dilakukan karena pedagang di Pasar Ngarsopuro telah tertata dalam kios-kios yang bernomor urut.

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Lokasi Pasar

Lokasi pasar atau kios adalah lokasi pasar atau kios yang permanen di mana keberadaan kios yang lebih memudahkan bagi konsumen untuk mendapatkan barang sehingga bila dilakukan pembelian kembali untuk waktu yang tertentu, lokasi pasar akan tetap mudah untuk ditemukan. Lokasi pasar dioperasionalkan dengan indikator lokasi pasar yang mudah ditemukan/mudah dijangkau, kios yang permanen, keamanan kios, keberlangsungan kios, dan tempat parkir yang luas. Variabel lokasi pasar diukur dalam skala Likert 5.

2. Nilai Tambah Produk

Nilai tambah produk adalah nilai produk sesudah penataan Pasar Ngarsopuro. Indikator dari nilai tambah produk adalah *lay out* pasar, kios dan produk, jumlah produk, variasi produk, nilai produk dan ketertarikan konsumen. Variabel nilai tambah produk diukur dengan skala Likert 5.

3. *Market Share*

Market share adalah potensi-potensi pembelian yang memungkinkan terjadinya pembelian. Potensi-potensi pembelian ini dioperasionalkan sebagai banyaknya pengunjung yang datang ke Pasar Ngarsopuro sesudah penataan Pasar Ngarsopuro, yaitu berupa banyaknya pengunjung,

ramainya pengunjung, *image* tentang Pasar Ngarsopuro. Variabel ini diukur dengan skala Likert 5.

4. Peningkatan Pendapatan

Peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarsopuro dapat dijelaskan dengan indikator-indikator dari variabel independen di atas yaitu lokasi/kios pasar yang permanen, adanya nilai tambah produk dan jangkauan pasar yang semakin luas. Variabel ini diukur dengan skala Likert 5.

Jenis data yang dipergunakan adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah jumlah responden yang diteliti. Data kualitatif yaitu data yang tidak dapat dinilai dengan angka-angka atau yang tidak terdiri dari angka, dalam penelitian ini berupa gambaran umum Pasar Ngarsopuro Solo, tanggapan responden tentang lokasi pasar, nilai tambah produk, *market share* dan peningkatan pendapatan pedagang.

Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden. Data sekunder merupakan data yang dikutip dari makalah, jurnal, literatur-literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Teknik pengumpulan data terdiri dari: (1) Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung untuk mendukung data yang diperlukan, misalnya tentang jumlah popu-

lasi (jumlah kios) di Pasar Ngarsopuro Solo; (2) Kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner atau daftar pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian ini kepada responden; (3) *Library research*, yaitu penelitian kepustakaan berupa buku-buku literatur serta bacaan-bacaan lain dan melalui internet yang diharapkan.

Uji instrumen penelitian berupa: (1) pengujian validitas menggunakan analisis korelasi *Pearson*, dengan tingkat signifikansi 5%, jika $p \text{ value} < 0,05$ maka butir instrumen dinyatakan valid; (2) pengujian reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. Butir pernyataan dikatakan reliabel jika Cronbach Alpha $> 0,60$ (Imam Gozali, 2005: 80).

Teknik analisis data menggunakan:

1. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Multikolinearitas
Uji ini dilakukan dengan Uji VIF.
 - b. Uji Autokorelasi
Uji ini dilakukan dengan Uji Run (Run Test).
 - c. Uji Heteroskedastisitas
Uji ini menggunakan Uji Glejser.
 - d. Uji Normalitas
Uji ini dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirnov.
2. Analisis Regresi Linear Berganda
Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Model persamaannya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

(Imam Gozali, 2005: 453)

Di mana:

- a : konstanta
- b_{123} : koefisien regresi
- X_1 : lokasi pasar
- X_2 : nilai tambah produk
- X_3 : *market share*
- e : *error disturbance*
- Y : peningkatan pendapatan pedagang sesudah penataan pasar

3. Uji t

Analisis ini digunakan untuk membuktikan signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Kriteria keputusan yaitu jika $p \text{ value} > 0,05$ maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat, jika $p \text{ value} < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti terdapat pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat (Imam Gozali, 2005: 190).

4. Uji F (Uji Kelayakan Model)

Uji kelayakan regresi menggunakan uji F, dengan kriteria bila $p \text{ value} > 0,05$ maka model tidak layak digunakan, sebaliknya jika $p \text{ value} \leq 0,05$ maka model layak digunakan (Imam Gozali, 2005: 188).

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel 1
Rangkuman Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Analisis	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji Multikolinearitas	Uji VIF	VIF < 10	Tidak ada Multikolinearitas
Uji Auto Korelasi	Uji Runs	P.Value > 0,05	Tidak ada Autokorelasi
Uji Heteroskedastisitas	Uji Glejser	P.Value > 0,05	Tidak ada Heteroskedastisitas
Uji Normalitas	Uji Kolmogorov	P.Value > 0,05	Data Normal

Sumber: Data yang diolah

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Sdt.Error	Beta		
1 (Constant)	3,964	3,447		1,150	,256
Lokasi Pasar	,233	,070	,385	3,347	,002
Nilai Tambah Produk	,282	,100	,327	2,818	,007
Market Share	,374	,122	,356	3,071	,004

a. Dependent Variabel: Pendapatan Pedagang

Sumber: Data yang diolah

yang dinyatakan dengan persentase. Koefisien Determinasi (R^2) dihitung menggunakan program SPSS (Imam Ghozali, 2005: 185).

HASIL ANALISIS

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen menunjukkan bahwa semua butir pernyataan valid dan reliabel.

2. Hasil Asumsi Klasik

Rangkuman uji asumsi klasik seperti pada tabel 1.

3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel 2 dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,964 + 0,233 X_1 + 0,282 X_2 + 0,374 X_3$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a = 3,964, berarti apabila variabel lokasi pasar, nilai tambah produk dan *market share* dianggap tidak ada (0) maka pendapatan pedagang sebesar Rp 3,964.

$b_1 = 0,233$, artinya setiap peningkatan satu satuan pada variabel lokasi pasar (X_1), maka pendapatan pedagang naik Rp 0,233, dengan asumsi variabel nilai tambah produk dan *market share* konstan.

$b_2 = 0,282$, artinya setiap peningkatan satu satuan pada variabel nilai tambah produk (X_2), maka pendapatan pedagang naik Rp 0,282, dengan asumsi variabel lokasi pasar dan *market share* konstan.

$b_3 = 0,374$, artinya setiap peningkatan satu satuan pada

variabel *market share* (X_3), maka pendapatan pedagang naik Rp 0,274, dengan asumsi variabel lokasi pasar dan nilai tambah produk konstan.

4. Hasil Uji t

Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen, hal ini terlihat dari *p value* variabel lokasi pasar, variabel nilai tambah produk dan variabel *market share* lebih kecil dari 0,05.

5. Hasil Uji F

Tabel 3
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	61,117	3	20,372	9,927	,000a
Residual	94,403	46	2,052		
Total	155,520	49			

a. Predictors: (Constant), Market Share, Lokasi Pasar, Nilai Tambah Produk

b. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang

Sumber: Data yang diolah

6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Sdr. Error of the Estimate
1	,627 ^a	,393	,353	1,43257

Sumber: Data yang diolah

Dari hasil uji F seperti pada tabel 3 di atas diperoleh hasil F sebesar 9,927 dengan *p value* $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa model regresi layak digunakan.

Dari hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4 di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* 0,353 yang berarti besarnya sumbangan pengaruh variabel lokasi pasar, nilai tambah produk, dan *market share* terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarso-puro Solo sebesar 35,3% sedang sisanya 64,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh lokasi pasar terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarso-puro.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis 1 yang menyebutkan bahwa "Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi pasar sesudah penataan pasar terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarso-puro Solo".

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan pedagang ditentukan lokasi pasar, maka sebaiknya lokasi pasar ditata lebih baik, sehingga konsumen mudah mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat.

2. Pengaruh nilai tambah produk terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarso-puro.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis 2 yang menyebutkan

bahwa "Terdapat pengaruh yang signifikan nilai tambah produk sesudah penataan pasar terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarso-puro Solo".

Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan pedagang tergantung peningkatan nilai tambah produk yang dijual, maka sebaiknya pedagang harus kreatif dan selalu menambah variasi produk yang dijual dengan manfaat yang lebih beragam.

3. Pengaruh *market share* terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarso-puro.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis 3 yang menyebutkan bahwa "Terdapat pengaruh yang signifikan *market share* sesudah penataan pasar terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarso-puro Solo". *Market share* merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarso-puro Solo dan hal ini mendukung hipotesis yang ke 4, maka diharapkan untuk meningkatkan pengunjung sebaiknya pemerintah perlu mengadakan *event-event* yang menarik sehingga mampu mendongkrak perhatian wisatawan asing maupun lokal untuk mengunjungi Pasar Ngarso-puro sehingga dapat memperluas *market share*.

KESIMPULAN

Hasil analisis data dalam penelitian ini mendukung semua hipotesis

yang diajukan. Hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel lokasi pasar, nilai tambah produk dan *market share* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ngarsopuro Solo, dan variabel *market share* mempunyai pengaruh yang dominan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, James G, 2003, *Secret of Customer Relationship Management* (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan), alih bahasa Andreas Winardi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Basu Swastha DH, 2002, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swastha DH dan Hani Handoko, 1997, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo, 1994, *Statistik Induktif*, Cetakan Ketiga, BPFE, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta.
- Imam Ghozali, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Irawan, Wijaya dan Sudjoni, 1999, *Pemasaran, Prinsip dan Kasus*, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid I dan Jilid II, alih bahasa Imam Nurmawan, Edisi Ketiga, Prenhallindo, Jakarta.
- Mowen, John C. dan Minor, Michael, 2002, *Perilaku Konsumen*, alih bahasa Dwi Kartini Yahya, Erlangga, Jakarta.
- Renald Kasali, 1995, *Manajemen Periklanan*, Pustaka Utama, Jakarta.
- Suharsimi Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta.