

Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang DiPasar Sentral Kota Gorontalo

Elvira Cahyani Putri Hafid ¹, Sri Indriyani S. Dai ²,Frahmawati Bumulo ³

University State Gorontalo, Indonesia

Abstrak

The results of this research show that 1). Market Revitalization has a positive and significant effect on Traders' Income in the central market of Gorontalo City. This means that every increase in Revitalization can increase Traders' Income in the Central Market of Gorontalo City. 2). Market revitalization has a positive and significant effect on people's shopping interest in the central market of Gorontalo City. This means that every increase in revitalization can increase people's shopping interest in the Central Market of Gorontalo City.

Keyword: Market Revitalization, Traders' Income and Consumer Shopping Interest in Gorontalo City Central Market

Copyright (c) 2024 Saptono Kusdanu Waskito

✉ Corresponding author :

Email Address : mrahayu@stan-im.ac.id

PENDAHULUAN

Pembangunan merupakan suatu proses perubahan sosial berencana karena meliputi berbagai dimensi untuk mengusahakan kemajuan dalam kesejahteraan ekonomi, modernisasi, pembangunan bangsa, wawasan lingkungan dan bahkan peningkatan kualitas manusia untuk memperbaiki kualitas hidupnya. Pembangunan daerah merupakan suatu pemanfaatan sumber daya yang dimiliki suatu daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara nyata, untuk menciptakan lapangan pekerjaan, baik dalam aspek pendapatan, kesempatan kerja, serta akses terhadap pengambilan kebijakan, berdaya saing maupun peningkatan indeks pembangunan manusia (Sihombing, Dewi, dan Madani, 2019).

Pasar modern merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi jual beli tidak langsung, pembeli melayani kebutuhannya sendiri dengan mengambil di tempat susunan yang sudah ditata sebelumnya kemudian harga barang sudah tercantum pada tempat barang tersebut yang telah diletakkan serta harga tersebut tidak dapat ditawarkan oleh pembeli kepada penjual. Sedangkan pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar,

kemudian pada pasar tradisional ditandai dengan adanya bangunan yang terdiri dari kios-kios atau gerai dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual.

Seiring dengan perkembangan teknologi membuat pasar tradisional semakin terdesak dengan banyaknya berdiri pasar modern yang memberikan kualitas serta dianggap lebih baik dibandingkan dengan pasar tradisional. Semakin banyaknya pasar modern membuat pasar tradisional semakin terlupakan dan terabaikan, ditambah juga dengan adanya anggapan oleh sebagian masyarakat yang menyatakan bahwa pasar tradisional itu tidak bersih, kumuh, tidak nyaman dan barang yang di perjual-belikan tidak layak. Pasar tradisional dianggap sebagai kawasan kumuh sedangkan di pasar modern bersih dengan ditambah dengan pelayanan yang memuaskan (Kuncoro, 2008).

Sampai dengan saat ini, pasar tradisional masih menjadi salah satu pusat kegiatan sosial ekonomi masyarakat, karena pemerintah daerah telah berkomitmen untuk menjaga kelestarian serta perkembangan pasar tradisional tersebut. Hal ini dimaksudkan agar pasar tradisional masih ada terjaga keberadaannya karena merupakan salah satu sektor utama dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, dalam pengelolaannya pasar tradisional, permasalahan-permasalahan seperti fasilitas atau pasar fisik yang kurang mendapat perhatian, ketidaktertiban pedagang yang terkait dengan pemakaian dan pengaturan tempat berjualan, serta keadaan pasar yang semprawut karena kebersihan pasar dan penataan yang kurang mendapat perhatian kemudian keadaan tempat parkir yang sering makan dipinggir jalan keadaan tempat parkir yang seringkali memakan bahu jalan yang. Mengakibatkan sering terjadi kemacetan di sekitar pasar, 5 ruang fisik pasar, kebersihan pasar yang tidak terjaga, bau dan tidak tertata rapi merupakan persoalan yang perlu mendapat perhatian dari pemerintah daerah (Pradipta, dan Wirawan, 2016)

Kemudian program revitalisasi pasar tradisional mengacu pada program pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional dapat bersaing dengan pasar modern pada saat ini, program revitalisasi pasar tradisional yang dikelola oleh pemerintah daerah diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan pedagang di pasar tradisional untuk meningkatkan pendapatan pedagang.

Program revitalisasi pasar tradisional muncul atas keprihatinan semakin menurunnya jumlah kunjungan masyarakat ke pasar tradisional yang dapat mengancam eksistensi pasar tradisional, program revitalisasi pasar tradisional dimaksud untuk menjawab permasalahan yang ada dengan menyentuh kondisi fisik dan tata kelola pasar yang nantinya akan meningkatkan kunjungan konsumen sehingga berdampak pada pendapatan pedagang dan pendapatan manajemen pasar tradisional. Tujuan utama revitalisasi pasar adalah guna meningkatkan pendapatan para pedagang juga pelaku ekonomi yang ada di masyarakat serta untuk memudahkan akses transaksi jual beli yang mudah dan nyaman (Stutiari, dan Arka, 2019).

Tujuan utama berbisnis adalah untuk memperoleh pendapatan dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangan. Pendapatan juga dapat digunakan untuk mengukur status keuangan. seseorang atau rumah tangga. Pendapatan dalam arti luas merupakan penghasilan yang didapatkan oleh masyarakat

(individu maupun perusahaan) melakukan pekerjaan dalam jangka waktu tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, atau tahunan.

Minat belanja konsumen akhir-akhir ini sedang mengalami penurunan menyusul terjadinya pandemi Covid-19. Penurunan belanja konsumen menjadi kekhawatiran banyak negara karena dapat memicu resesi.

Kota Gorontalo merupakan salah satu daerah di Provinsi Gorontalo yang sangat menggantungkan kehidupannya pada sektor perdagangan khususnya pada Pasar Sentral. Jumlah pasar tradisional yang terdapat di Kota Gorontalo sebanyak 4 pasar, yaitu: Pasar induk 1 unit di kecamatan Kota Selatan (pasar sentral), 1 unit di kecamatan kota timur (pasar Moodu), 1 unit di kecamatan kota tengah (pasar Liluwo), dan 1 unit di Kecamatan Duingingi (pasar Duingingi). Pasar yang paling banyak menampung pedagang adalah Pasar Sentral Kota Gorontalo. Pasar ini terletak di pusat kota dan merupakan pasar induk di kota Gorontalo.

A. 2.1. *Kajian Teori*

1. Revitalisasi

Revitalisasi adalah salah satu program yang dilakukan oleh pemerintah dengan bertujuan untuk melakukan penvitalan kembali suatu daerah yang dahulu pernah vital atau hidup namun mengalami kemunduran. Jika fokus utama dari revitalisasi yakni perbaikan struktur manajemen dapat dikelola dengan baik oleh individu yang kompeten maka program pembangunan yang dilakukan dapat tercapai.

Penyebab dari munculnya stigma negatif di dalam pasar tradisional secara umum dilatar belakangi oleh sikap para pedagang, pembeli, sampai pengelola pasar. Perilaku buruk tersebutlah yang perlahan dan bertahap harus diperbaiki meskipun itu akan memakan waktu dan proses yang panjang. Dengan berbagai asumsi buruk di dalam pasar tradisional secara langsung membuat sebagian besar para pembeli mencari alternatif lain dalam berbelanja. Mereka berpindah ke pasar modern karena mereka lebih mengutamakan kebersihan serta kenyamanan untuk menarik perhatian pembeli. Oleh sebab itu, revitalisasi diharapkan memperbaiki perekonomian para pedagang kecil yang menggantungkan hidup dari hasil penjualan di Pasar tersebut.

Proses revitalisasi bisa dilaksanakan ketika seluruh pihak yang terkait seperti pemerintah, pedagang, dan pembeli saling mendukung satu sama lain. Kenyamanan dalam aktivitas perekonomian adalah sasaran yang akan dicapai dan diharapkan mampu memberikan keuntungan bagi seluruh pihak yang terlibat. Akhir dari revitalisasi itu dimaksudkan dapat mensejahterakan seluruh masyarakat.

Revitalisasi dilakukan melalui beberapa tahapan yang membutuhkan kurun waktu tertentu dan memiliki prinsip sebagai berikut:

1) Intervensi fisik

Intervensi fisik menjadi awal kegiatan fisik dari revitalisasi yang dilakukan dengan bertahap yang meliputi revisi dan peningkatan dari segi kondisi fisik dan kualitas dari bangunan, lingkungan, sistemnya, dan lain-lain. Isu

lingkungan pun sangat berpengaruh, sehingga sudah sepatutnya intervensi fisik harus memperhatikan lingkungan sekitar. Perencanaan fisik harus tetap didasarkan pada pemikiran jangka panjang.

2) Revitalisasi manajemen

Revitalisasi manajemen menyangkut tentang hak dan kewajiban dari penjual, aturan penempatan, pembayaran, fasilitas yang harus disediakan di area pasar, serta SOP pelayanan pasar juga harus diperhatikan di dalam sistem/tahap revitalisasi ini.

3) Revitalisasi ekonomi

Perhatian Dalam jangka pendek, diharapkan kegiatan ekonomi formal dan informal di kawasan fisik dapat menciptakan nilai tambah suatu kawasan. Revitalisasi yang diawali dengan peremajaan objek perkotaan harus mendukung proses tersebut rehabilitas kegiatan ekonomi.

Program revitalisasi pasar rakyat merupakan pelaksanaan dari Undangundang nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, pasal 13 ayat (1), (2) dan (3) yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat guna meningkatkan daya saing dalam bentuk pembangunan dan atau revitalisasi pasar rakyat; implementasi manajemen pengelolaan yang profesional; fasilitasi akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing; dan fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat. Maksud dan tujuan revitalisasi atau pembangunan pasar rakyat:

a. Mendorong agar pasar rakyat lebih modern dan mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern, sehingga dapat meningkatkan omset pedagang pasar rakyat.

b. Meningkatkan pelayanan dan akses yang lebih baik kepada masyarakat konsumen, sekaligus menjadikan pasar rakyat sebagai penggerak perekonomian daerah.

c. Mewujudkan Pasar rakyat yang bermanajemen modern, lebih bersih, sehat, aman, segar, dan nyaman, sehingga dapat menjadi tujuan tetap belanja konsumen serta referensi dalam pembangunan pasar-pasar lainnya. Konsep dan prinsip revitalisasi pasar rakyat program revitalisasi pasar rakyat Kemendag RI bukan hanya menyentuh perbaikan dari sisi perbaikan fisik saja, melainkan juga dari sisi ekonomi, sosial budaya manajemen.

Tujuan dilakukannya revitalisasi pasar tradisional yaitu agar pasar tradisional mampu bersaing dengan pasar modern. Saat ini keberadaan pasar modern seperti swalayan dan supermarket dengan fasilitas lengkap membuat pengunjung merasa nyaman untuk berbelanja. Hal ini yang kemudian keberadaan pasar tradisional di nomor duakan. Pedagang yang juga butuh kesejahteraan akhirnya menjadi perhatian pemerintah. Adapun pembembangan kegiatan revitalisasi pasar tradisional memiliki maksud tertentu yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan fungsi baru tanpa menghilangkan adanya fungsi awal.

2. Memberikan fungsi tambahan dari fungsi lama yang ada meningkatkan kesejahteraan pasar.

3. Memaksimalkan kembali fungsi lama yang telah ada.

Sebagaimana yang tertuang pada Peraturan Pemerintah No 24 tahun 2008 tentang pemeliharaan gedung fasilitas umum, pemeliharaan bangunan ataupun gedung merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menjaga sarana dan prasarana agar selalu layak sebagai gedung layanan umum masyarakat. Beberapa hal yang menjadi pokok utama dalam pemeliharaan bangunan gedung yaitu arsitektur, structural dan tata ruang pasar.

Pasar menurut sifat atau jenis barang yang diperjualbelikan dibedakan menjadi dua macam, yaitu pasar kongkrit dan pasar tidak nyata. Pasar kongkret (pasar nyata) adalah tempat pertemuan antara pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung. Pasar juga memiliki barang untuk dijual. Misalnya pasar buah dan sayur serta pasar tradisional, sedangkan pasar abstrak (pasar tidak nyata) adalah transaksi antara penjual dan pembeli hanya melalui telepon, internet, dan lain-lain. Berdasarkan contoh barang contohnya telemarket dan pasarmodal. Dalam aktivitas pasar, tanpa disadari bentuk setiap pasar berbeda-beda.

Program revitalisasi pasar tradisional merupakan pelaksanaan dari Undang- undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang dijelaskan pada pasal 13 yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah guna melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat dalam rangka peningkatan daya saing yang dilakukan dalam bentuk:

- a) Pembangunan dan atau revitalisasi Pasar Rakyat.
- b) Implementasi dalam manajemen pengelolaan yang professional.
- c) Fasilitas akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing.
- d) Fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang Pasar di Pasar Rakyat.

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan, pemberdayaan dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Presiden.

Revitalisasi adalah suatu proses yang harus dilalui oleh pasar tradisional dalam persaingan era globalisasi. Banyaknya pasar modern dan minimarket dengan fasilitas yang memadai akan mengurangi peran pasar tradisional. Revitalisasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, namun mengalami degradasi oleh perkembangan zaman.

Dampak Revitalisasi Pasar

Pendapatan adalah suatu bentuk kompensasi yang diterima suatu pihak atas partisipasinya dalam produksi barang dan jasa. Pendapatan adalah pertumbuhan jumlah asset yang disebabkan oleh penjualan produk perusahaan. Pendapatan juga merupakan imbalan dalam bentuk materi yang didapatkan dari hasil pengaplikasian kekayaan atau dalam bentuk jasa manusia. Dengan dilaksanakannya revitalisasi pasar, pasar tradisional siap menyaingi serbuan pasar modern. Citra buruk yang terlanjur melekat diharapkan dapat terhapuskan. Intinya adalah revitalisasi. Pasar harus didesain sehingga menimbulkan kesan yang rapi,

bersih, dan nyaman bagi para pembeli termasuk menjaga kualitas produk yang dijual agar dapat membuat peningkatan pendapatan bagi para pedagang melalui banyaknya konsumen yang belanja di Pasar tradisional.

2. Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu bentuk balas jasa yang diterima suatu pihak atas keikut sertaannya dalam proses produksi barang dan jasa. Pendapatan adalah kenaikan jumlah aset disebabkan oleh penjualan produk perusahaan. Pendapatan selain itu juga dapat di definisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan atau penjualan barang atau jasa diikuti biaya-biaya sehingga diperoleh laba kotor.

Teori pendapatan yang dikemukakan oleh J. M. Keynes, teori ini disebut juga dengan teori Liquidity Preference. Menurut teori ini, seseorang senang memegang uang tunai karena didorong oleh tiga motif, yaitu motif untuk bertransaksi, motif berjaga-jaga, dan motif spekulasi.⁵⁷ Dalam kamus besar bahasa indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Pendapatan orang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dalam satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu masyarakat pada waktu tertentu.

Tujuan utama berbisnis adalah untuk memperoleh pendapatan dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangan. Pendapatan juga dapat digunakan untuk mengukur status keuangan seseorang atau rumah tangga. Pendapatan dalam arti luas merupakan penghasilan yang didapatkan oleh masyarakat (individu maupun perusahaan) melakukan pekerjaan dalam jangka waktu tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, atau tahunan. Secara garis besar pendapatan merupakan hasil (uang) yang didapatkan dari kegiatan yang dilaksanakan oleh individu maupun perusahaan pada periode tertentu.

Menurut Senada Irawan dan Suparmoko, Pendapatan seseorang adalah pendapatan yang diterima dari suatu usaha yang menghasilkan sesuatu keuntungan. Sedangkan menurut Endang dan Rintar pendapatan adalah jumlah hasil dari pekerjaan yang diperoleh yang dihitung setiap bulan atau tahun. Menurut Ernia Sondakh hubungan pedagang dengan pendapatan adalah: "salah satu yang melaksanakan kegiatan ekonomi, dan tugas pedagang adalah memperjual belikan barang yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan". Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan hasil keuntungan yang didapatkan oleh sekelompok orang atau masyarakat melalui aspek penjualan barang maupun jasa yang biasanya dilakukan oleh pedagang di pasar. Berdasarkan pendapatan para ahli mengenai teori pendapatan, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa indikator dari pendapatan meliputi:

- a. Penjualan
- b. Keuntungan
- c. Penghasilan

Tingkat pendapatan menjadi salah satu indikator yang menentukan apakah daerah tersebut berkembang atau tidak. Jika pendapatan suatu daerah rendah, maka dapat dikatakan tingkat kemajuan dan

kesejahteraannya daerah tersebut. Begitupun sebaliknya, apabila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kemajuan dan kesejahteraan daerah tersebut akan tinggi juga sesuai dengan tingkat pendapatannya.

Dari penjelasan tersebut, jelas bahwa setiap rumah tangga yang terdapat dalam perekonomian tiga sektor pada umumnya mereka memperoleh pendapatan dari kegiatan ekonomi yang berlangsung di pasar. Bagi rumah tangga, mereka akan mendapatkan pendapatan melalui faktor-faktor produksi. Untuk menjual barang dan jasa. Sedangkan Rumah tangga pemerintah menerima pendapatan dari pajak dan biaya infrastruktur dan kebijakan yang telah diusulkan atau diusulkan. Menurut Rahardjapendapatan dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu:

a. Pendapatan Ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah kekayaan bersihnya. Pendapatan finansial meliputi gaji, upah, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.

b. Pendapatan Ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah kekayaan bersihnya. Pendapatan finansial meliputi gaji, upah, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.

c. Pendapatan Uang

Pendapatan uang yaitu jumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga selama jangka waktu tertentu dari faktor-faktor produksi yang ditawarkan sebagai kompensasi. Misalnya menyewa gedung, menyewa rumah, dan lain-lain.

d. Pendapatan Personal

Pendapatan personal yaitu bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu dalam perekonomian, yang merupakan imbalan atas partisipasi individu dalam proses produksi.

Menurut Nurhayati Tohar, ada dua cara untuk memperoleh penghasilan:

1) Pendapatan kotor, yaitu pendapatan yang diterima sebelum dikurangi biaya.

2) Pendapatan bersih, yaitu pendapatan yang diterima seseorang setelah dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan:

Pendapatan bersih, adalah pendapatan yang diterima seseorang setelah dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

□ Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli barang dan jasa meliputi baik tidaknya keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok pembeli, frekuensi pembeli dan selera pembeli. Keadaan pasar yang tertata rapi, bersih akan

menarik pengunjung untuk berbelanja pada pasar, sehingga bisa menambah omset penjualan para pedagang.

1) Keamanan dan Kenyamanan

Keamanan dan kenyamanan yang cukup baik ini membuat konsumen akan lebih sering datang. Selain kedua hal tersebut lokasi yang memiliki tingkat kebersihan yang baik juga memberikan pengaruh. Apalagi jika bisnis anda merupakan bisnis kuliner yang sangat perlu memperhatikan kebersihan, kenyamanan bahkan keamanan dari konsumen itu sendiri. Sehingga ketika konsumen mempunyai rasa nyaman dan aman, hal ini juga berdampak pada pendapatannya yang tetap stabil bahkan meningkat.

2) Lokasi Pasar

Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat akan berpengaruh besar pada pendapatan pedagang. Tempat dimana wilayah cukup ramai dan mudah ditempuh akan membuat masyarakat memilih alternative terdekat sehingga mampu mendorong semakin besarnya potensi usaha pada pedagang.

3) Pengunjung

Meningkatnya pendapatan pedagang tidak bisa lepas dari banyaknya kunjungan masyarakat ke pasar. Program revitalisasi tersebut dilakukan dengan tujuan agar pedagang lebih bisa mengatur berapa banyak dagangan yang harus disediakan dengan area yang diberikan oleh pihak pengelola pasar.

3. Minat Belanja Masyarakat

Minat belanja konsumen akhir-akhir ini sedang mengalami penurunan menyusul terjadinya pandemi Covid-19. Penurunan belanja konsumen menjadi kekhawatiran banyak negara karena dapat memicu resesi.

Keinginan berbelanja terjadi ketika masyarakat sebagai konsumen merasakan adanya kebutuhan terhadap suatu pilihan terhadap barang tersebut alasannya. Baik karena rasa ketertarikan, kebutuhan, hingga karena iseng dan pada akhirnya memutuskan untuk membelinya. Minat merupakan kecenderungan sikap konsumen untuk tertarik melakukan pembelian. Tentunya dengan tahapan yang berbeda-beda dan kemungkinan mendapatkan item yang diinginkan. a) Mengenal Minat Belanja Konsumen

Pemasar dan staf pemasaran harus mengetahui dan memahami perilaku konsumen di pasar sasarannya. Berikut pengertian minat belanja konsumen menurut para ahli yang penting diketahui. Menurut Kotler (2008) minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah adanya rangsangan ketika melihat barang. Minat tercipta ketika Anda mencoba dan akhirnya memutuskan untuk membeli dan memiliki barang tersebut.

Menurut Howard (1994) minat beli adalah sesuatu yang ada hubungannya dengan hal yang terencana oleh konsumen untuk membeli barang tertentu dan jumlah produk tertentu dalam jangka waktu tertentu. Menurut Durianto (2013), minat beli adalah suatu keinginan besar untuk memiliki barang dan timbulnya minat untuk membeli. Ketika konsumen

terpengaruh dengan kualitas barang dan hal yang berkaitan maka keinginan membeli barang semakin kuat.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) minat beli adalah suatu bentuk sikap seseorang yang merasa cocok terhadap suatu barang, mulai dari golongan barang atau jasa hingga merk barang atau jasa tersebut.

b) Ragam bentuk Minat Belanja Konsumen

Dalam ilmu pemasaran, minat konsumen untuk membeli suatu produk tidak muncul dengan mudah. Berikut ini macam-macam bentuk minat beli konsumen yang harus diwaspadai oleh pihak pemasaran dan penjualan.

c) Minat Transaksional

Ini adalah kecenderungan konsumen untuk membeli produk tersebut. Tren ini terjadi ketika konsumen tertarik untuk membeli produk yang diinginkan.

d) Minat Preferensial

Minat Merupakan gambaran perilaku seseorang yang sudah memiliki atau menyukai produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat berubah jika terjadi sesuatu pada produk.

e) Minat Transaksional

Ini adalah kecenderungan konsumen untuk membeli produk tersebut. Tren ini terjadi ketika konsumen tertarik untuk membeli produk yang diinginkan.

f) Minat Preferensial

Minat Merupakan gambaran perilaku seseorang yang sudah memiliki atau menyukai produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat berubah jika terjadi sesuatu pada produk.

g) Minat Referensial

Sikap atau minat ini menggambarkan seseorang yang merekomendasikan suatu produk tertentu kepada orang lain. Dalam hal ini konsumen sudah tertarik untuk membeli dan merekomendasikan orang lain untuk membeli produk yang sama.

h) Minat Eksploratif

Deskripsi menarik jenis ini lebih pada perilaku seseorang yang sering mencari informasi mengenai suatu produk. Tentu saja produk yang dia minati. Sekaligus, tujuannya adalah untuk mencari segala macam informasi tentang segala hal yang dapat mendukung sifat positif produk tersebut.

• Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Konsumen.

Seorang pemasar memiliki tanggung jawab untuk mempelajari perilaku konsumen. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi dan menentukan minat konsumen untuk membeli atau memiliki suatu produk:

a) Attention yaitu menilai suatu barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan oleh calon konsumen. Selain itu calon konsumen juga mempelajari tentang tawaran produk dari penjual.

b) Interest yaitu calon konsumen merasa mulai tertarik untuk membeli barang atau jasa yang ada setelah konsumen menerima berbagai informasi mengenai produk tersebut.

- c) Desire yaitu calon konsumen mulai memikirkan produk yang sudah ada, karena timbul keinginan untuk membeli.
- d) Lingkungan, tempat tinggal atau lingkungan mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat beli konsumen ketika memilih dan menggunakan suatu merek produk
- e) Aktivitas, yaitu calon konsumen sudah mulai memutuskan untuk membeli produk yang ada.
- f) Motivasi pemasaran, tujuan pemasaran adalah memotivasi, mempengaruhi atau mendorong calon konsumen agar terpengaruh dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

H1 : Diduga revitalisasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Sentral Kota Gorontalo

H2 : Diduga revitalisasi berpengaruh terhadap minat belanja masyarakat di Pasar Sentral Kota Gorontalo

METODOLOGI PENELITIAN.

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Penelitian ini mengambil lokasi di kawasan Pasar Sentral yang berada pada Provinsi Gorontalo. Variabel merupakan subjek penelitian atau hasil yang menjadi fokus perhatian pada suatu penelitian. Variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu: Revitalisasi merupakan upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, yang tadinya mengalami kemunduran/degradasi. Skala revitalisasi ada tingkatan makro dan mikro. Proses revitalisasi suatu kawasan yang meliputi perbaikan aspek fisik, ekonomi dan sosial. Pendekatan revitalisasi harus mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan potensi lingkungan. Sebagai sebuah kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi berlangsung melalui beberapa tahap. Pendapatan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai nilai maksimum yang dapat dibelanjakan oleh seseorang dalam satu periode seperti keadaan semula. Pendapatan merupakan suatu bentuk balas jasa yang diterima suatu pihak atas keikutsertaannya dalam proses produksi barang dan jasa. Pendapatan adalah kenaikan jumlah aset yang disebabkan oleh penjualan produk perusahaan. Pendapatan selain itu juga dapat di definisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan atau penjualan barang atau jasa di ikuti biaya-biaya sehingga diperoleh laba kotor. Minat masyarakat yang cenderung berkurang untuk berbelanja di pasar tradisional mengalami penyusutan. Dampak dari penurunan jumlah pasar tradisional diantaranya adalah semakin banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan karena tidak mampu lagi melakukan aktivitas jual beli dengan hasil yang memadai seperti sebelum tumbuhnya pasar modern. Melihat dari menurunnya jumlah pasar tradisional dan semakin banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaan lapangan memicu pemerintahan untuk membangun kembali pasar tradisional era tahun 2014. Kementrian koperasi dan Usaha Kecil

Menengah (UKM) membangun 88 lokasi pedagang kaki lima (PKL) dan 66 pasar tradisional di seluruh Indonesia di tahun 2014 (m.tempo.co.id,2014). Menurut (Sugiyono, 2018) ukuran sampel yang layak untuk dijadikan penelitian ialah 30 sampai 500 sampel. Sehingga teknik sampling digunakan untuk sampel penelitian ini yang diambil dari seluruh populasi. Peneliti menggunakan teknik Purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018).

HASIL PENELITIAN

B. Bagian ini memberikan gambaran objektif tentang temuan riset peneliti, berupa inovasi penelitian, penafsiran, interpretasi data, korelasi yang diperoleh, dan generalisasi hasil. Hasil penelitian harus disajikan dengan jelas dan teratur sehingga benar-benar dapat dibaca dan dipahami oleh pembaca. Oleh karena itu peneliti menyusun sistematika pengujian berikut ini.

C. 3.2.1. Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	REVITALI SASI	PENDAPA TAN	MBK
Mean	31.74242	25.93939	38.53030
Median	31.50000	26.00000	39.50000
Maximum	50.00000	40.00000	60.00000
Minimum	10.00000	8.000000	12.00000
Std. Dev.	11.86762	9.699927	14.53507
Skewness	-0.327200	-0.512475	-0.479614
Kurtosis	2.208252	2.453384	2.348876
Jarque-Bera Probability	2.901539 0.234390	3.710603 0.156406	3.696224 0.157534
Sum	2095.000	1712.000	2543.000
Sum Sq. Dev.	9154.621	6115.758	13732.44
Observatio ns	66	66	66

Sumber : Output Olahan Eviews-10 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas Nilai Minimum dari Variabel Kemiskinan sebanyak 7.00000, nilai maximum dari variabel Kemiskinan sebanyak 35.00000, Nilai Rata-Rata (Mean) dari Variabel Kemiskinan sebanyak 22.10000, dan Nilai standar deviasi variabel Kesejahteraan Petani sebanyak 8.359929.

Selanjutnya untuk nilai minimum dari variabel (BPNT) sebesar 7.00000, nilai maksimum dari variabel (BPNT) sebanyak 35.00000, nilai rata-rata

(Mean) dari variabel (BPNT) sebanyak 21.65714, dan nilai standar deviasi dari variabel (BPNT) sebesar 8.486794.

Selanjutnya, nilai minimum dari variabel PKH sebesar 8.00000, nilai maksimum dari variabel PKH sebanyak 40.00000, nilai rata-rata (Mean) dari variabel PKH sebanyak 25.67143, dan nilai standar deviasi dari variabel PKH sebesar 9.568550.

D. 3.2.2. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Microsoft Excel untuk melakukan uji validitas. Dengan menggunakan rumus (=correl) dalam Microsoft excel untuk menentukan r hitung dalam setiap data pertanyaan variabel Revitalisasi, Pendapatan dan Minat Belanja Konsumen maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel Revitalisasi			
Indikator Pertanyaan	R- Tab el	R-Hitung	Keterang an R- Hitung> R- Tabel = Valid
X1_1	0,23 87	0,7998022 84	Valid
X1_2	0,23 87	0,8516644 11	Valid
X1_3	0,23 87	0,8376570 67	Valid
X1_4	0,23 87	0,8053298 67	Valid
X1_5	0,23 87	0,9199119 3	Valid
X1_6	0,23 87	0,8681507 34	Valid
X1_7	0,23 87	0,7799341 62	Valid
X1_8	0,23 87	0,8908339 11	Valid
X1_9	0,23 87	0,7929093 05	Valid
X1_10	0,23 87	0,8929025 68	Valid
Variabel Pendapatan			

Indikator Pertanyaan	R- Tab el	R-Hitung	Keterang an R- Hitung> R- Tabel = Valid
Y1_1	0,23 87	0,8833042 8	Valid
Y1_2	0,23 87	0,8877639 64	Valid
Y1_3	0,23 87	0,8171616 09	Valid
Y1_4	0,23 87	0,8160240 44	Valid
Y1_5	0,23 87	0,9387276 9	Valid
Y1_6	0,23 87	0,9116837 99	Valid
Y1_7	0,23 87	0,9240223 85	Valid
Y1_8	0,23 87	0,9011287 84	Valid
Variabel Minat Belanja Konsumen			
Indikator Pertanyaan	R- Tab el	R-Hitung	Keterang an R- Hitung> R- Tabel = Valid
Y2_1	0,23 87	0,8876672 39	Valid
Y2_2	0,23 87	0,8496964 69	Valid
Y2_3	0,23 87	0,8454723 38	Valid
Y2_4	0,23 87	0,9200575	Valid
Y2_5	0,23 87	0,8973416 84	Valid
Y2_6	0,23 87	0,8953903 33	Valid
Y2_7	0,23 87	0,7847303 82	Valid
Y2_8	0,23 87	0,7870301 78	Valid
Y2_9	0,23 87	0,9396346 51	Valid

Y2_10	0,23 87	0,9019101 32	Valid
Y2_11	0,23 87	0,9117378 21	Valid
Y2_12	0,23 87	0,9054131 71	Valid

Sumber : Output Olahan Microsoft Excel, (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 hasil uji validitas X di atas, dapat dilihat bahwa dari Semua indikator pertanyaan Variabel Revitalisasi, Pendapatan dan Minat Belanja Konsumen didapatkan bahwa R-Hitung > dari R-Tabel. Sehingga keputusan yang diambil bahwa semua pertanyaan dapat dikatakan valid secara statistik.

E. 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur objek yang sama dan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas adalah indikator tingkat keadaan atau kepercayaan suatu hasil pengukuran. Suatu hasil pengukuran reliabel atau memilikikeandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji reliabilitas terhadap instrument pertanyaan pada Pendapatan, Minat Belanja Konsumen, Revitalisasi dengan menggunakan Microsoft Excel dengan beberapa langkah yaitu:

- Pertama mencari nilai varian pada setiap instrument pertanyaan, dengan menggunakan rumus (*=var*) pada Microsoft excel
- Langkah kedua yaitu mencari nilai jumlah varian butir, dengan menggunakan rumus (*=sum*) pada Microsoft Excel untuk menjumlahkan seluruh varian pada setiap instrument pertanyaan.
- Kemudian langkah ketiga yaitu mencari nilai varian total, dengan menggunakan rumus (*=var*) pada kolom jumlah (X dan y) yaitu hasil dari setiap jawaban responden.
- Lalu langkah selanjutnya yaitu mencari *cronbach Alpha* dengan menggunakan rumus $(n/n-1)(1- (\text{jumlah varian butir}/\text{varian total}))$ dan mendapatkan hasil nilai Cronbach alfa > 0.70 merupakan Nilai Acuan.
- Maka dapat disimpulkan bahwa instrument pertanyaan dari variabel X dan Y reliabel.

Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel Revitalisasi		
Nilai Acuan	Nilai Cronbach alpha	Kesimpulan
0,7	0,95495918	Reliabel
Variabel Pendapatan		
Nilai Acuan	Nilai Cronbach alpha	Kesimpulan
0,7	0,960204992	Reliabel
Variabel Minat Belanja Konsumen		

Nilai Acuan	Nilai Cronbach alpha	Kesimpulan
0,7	0,992471728	Reliabel

Sumber : Output Olahan Microsoft Excel, (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 Nilai dari *Cronbach Alpha* Variabel Minat Belanja Konsumen (Y2) Sebesar 0.99, Nilai dari Variabel Pendapatan (Y1) sebesar 0.96, dan Nilai dari Variabel Revitalisasi (X) sebesar 0.95. Artinya bahwa, Dasar keputusan yang diambil jika nilai *cronbach alpa* > dari nilai acuan 0.70 maka dapatdikatakan reliabel. Sehingga keputusan yang diambil bahwa data dalam penelitian ini dianggap sudah reliabel dikarenakan melebihi dari nilai acuan 0.70.

F. 3.2.3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear sederhana untuk memprediksi seberapa besar hubungan Variabel Revitalisasi terhadap Pendapatan pada persamaan 1 dan memprediksi seberapa besar hubungan Variabel Revitalisasiterhadap Minat Belanja Konsumen pada persamaan 2. Analisis ini menggunakan data berdasarkan kuesioner yang dibagikan. Perhitungan uji ini dilakukan dengan bantuan Eviews-10. Adapun hasil dari uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4. 4 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Persamaan 1

Dependent Variable: PENDAPATAN

Method: Least

Squares

Date: 06/10/24 Time: 15:31

Sample: 1 66

Included observations: 66

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.538244	1.493629	1.699380	0.0941*
REVITALISASI	0.737220	0.044116	16.71095	0.0000***
R-squared	0.813550	Mean dependent var		25.93939
Adjusted R-squared	0.810637	S.D. dependent var		9.699927
S.E. of regression	4.221008	Akaike info criterion		5.747859
Sum squared resid	1140.282	Schwarz criterion		5.814213
Log likelihood	-187.6794	Hannan-Quinn criter.		5.774079
F-statistic	279.2558	Durbin-Watson stat		2.133435
Prob(F-statistic)	0.000000			

Keterangan : ***) 1%, **) 5%, *) Signifikan 10% dan NS) Tidak Signifikan

Sumber: Output Olahan Eviews-10, (2024)

$$\text{Pendapatan} = 2.538244 + 0.737220 (\text{Revitalisasi}) + \epsilon$$

Eksplanasi dari output model regresi di atas bisa diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pendapatan = Merupakan penyebut dari variabel Pendapatan dan apabila variabel di dalam model penelitian diabaikan (dianggap konstan) maka Pendapatan Pedagang bernilai sebesar **2.538244**.
- 2) Revitalisasi = Revitalisasi, mempunyai peran dalam mempengaruhi Pendapatan. Dimana, koefisien Revitalisasi sebesar **0.737220**. Artinya peningkatan 1 Satuan Revitalisasi dapat meningkatkan Pendapatan sebesar **0.737220**.

Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Persamaan 2

Dependent Variable: MBK

Method: Least

Squares

Date: 06/12/24 Time: 22:48

Sample: 1 66

Included observations: 66

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.407229	1.916157	1.256280	0.2136
REVITALISASI	1.138006	0.056596	20.10760	0.0000***
R-squared	0.863340	Mean dependent var		38.53030
Adjusted R-squared	0.861205	S.D. dependent var		14.53507
S.E. of regression	5.415075	Akaike info criterion		6.246085
Sum squared resid	1876.674	Schwarz criterion		6.312438
Log likelihood	-	Hannan-Quinn criter.		6.272304
F-statistic	404.3158	Durbin-Watson stat		2.141290
Prob(F-statistic)	0.000000			

Keterangan : ***) 1%, **) 5%, *) Signifikan 10% dan NS) Tidak Signifikan

Sumber: Output Olahan Eviews-10, (2024)

$$\text{MBK} = 2.407229 + 1.138006 (\text{Revitalisasi}) + \epsilon$$

Eksplanasi dari output model regresi di atas bisa diuraikan sebagai berikut:

- 1) MBK = Merupakan penyebut dari variabel Minat Belanja Konsumen dan apabila variabel di dalam model penelitian diabaikan (dianggap konstan) maka Minat Belanja Konsumen

bernilai sebesar **2.407229**.

- 2) Revitalisasi = Revitalisasi, mempunyai peran dalam mempengaruhi Minat Belanja Konsumen. Dimana, koefisien Revitalisasi sebesar **1.138006**. Artinya peningkatan 1 Satuan Revitalisasi dapat meningkatkan Minat Belanja Konsumen sebesar **1.138006**.

Uji Hipotesis Statistika

Pengujian Hipotesis dapat menggunakan teknik statistik agar dapat menyajikan hasil pengujian dengan cara signifikan secara statistik. Akan tetapi yang terkait dengan pengujian hipotesis statistik adalah koefisien determinasi klasifikasi R, dan Uji Parsial (t-statistik).

1) Koefisien Determinasi Persamaan 1

Pengujian ini dimaksudkan untuk memperlihatkan besaran presentase perubahan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai R-Squared digunakan sebagai tolak ukur melihat koefisien determinasi apabila variabel pengganguanya hanya satu, sedangkan untuk variabel penggangu yang lebih dari satu yakni Adjusted R-Squared (R-Squared yang telah disesuaikan), oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan R-Squared sebagai tolak ukur melihat koefisien determinasi.

Diketahui nilai R-squared Pada Tabel 4.4 sebesar 0.813550 atau 81.35 Persen, maka keputusan yang diambil yakni bahwa 81.35 persen Variabel Revitalisasi dapat menjelaskan variabel Pendapatan. Sedangkan sisanya sebesar 18,65 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar pengamatan penelitian.

2) Koefisien Determinasi Persamaan 2

Pengujian ini dimaksudkan untuk memperlihatkan besaran presentase perubahan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai R-Squared digunakan sebagai tolak ukur melihat koefisien determinasi apabila variabel pengganguanya hanya satu, sedangkan untuk variabel penggangu yang lebih dari satu yakni Adjusted R-Squared (R-Squared yang telah disesuaikan), oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan R-Squared sebagai tolak ukur melihat koefisien determinasi.

Diketahui nilai R-squared Pada Tabel 4.5 sebesar 0.863340 atau 86.33 Persen, maka keputusan yang diambil yakni bahwa 86.33 persen Variabel Revitalisasi dapat menjelaskan variabel Minat Belanja Konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 86.33 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar pengamatan penelitian.

1. Uji Parsial (UJI-T) Persamaan 1

Pengujian yang terakhir dalam penelitian ini dirancang untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel dependent serta seberapa besar pengaruh yang dinyatakan oleh variabel tersebut. Berikut Penjelasan Uji Parsial:

Pengaruh Revitalisasi terhadap Pendapatan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa Nilai Koefisien Revitalisasi sebesar 0.737220 dan nilai ρ (Prob) untuk variabel adalah sebesar 0.0000. jika nilai p-value dibandingkan dengan taraf signifikansi maka nilai p-value yang diperoleh masih lebih kecil dari taraf signifikan 0.01 sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian, keputusannya adalah Revitalisasi berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Pendapatan pedagang Pasar Pelelangan Kelurahan Tenda Tahun 2024.

2. Uji Parsial (UJI-T) Persamaan 2

Pengujian yang terakhir dalam penelitian ini dirancang untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel dependent serta seberapa besar pengaruh yang dinyatakan oleh variabel tersebut. Berikut Penjelasan Uji Parsial:

Pengaruh Revitalisasi terhadap Minat Belanja Konsumen

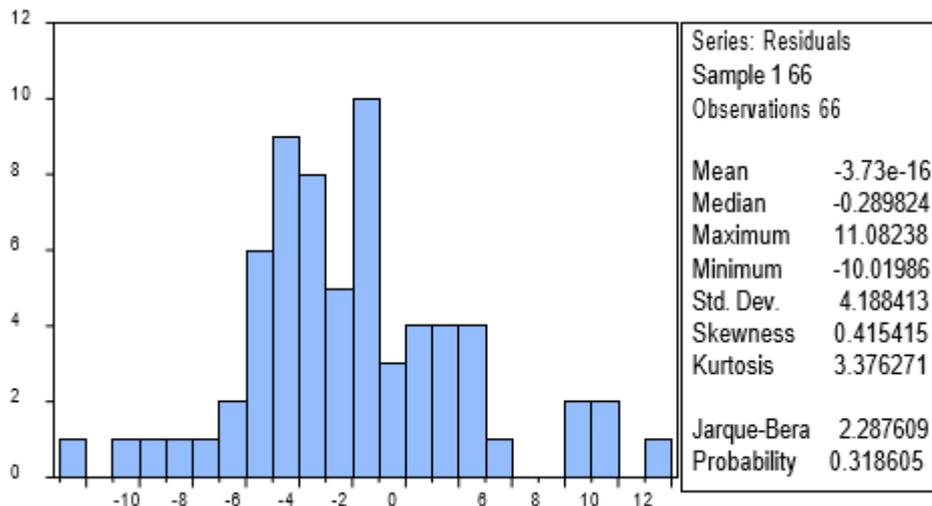
Dari hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa Nilai Koefisien Revitalisasi sebesar 1.138006 dan nilai ρ (Prob) untuk variabel adalah sebesar 0.0000. jika nilai p-value dibandingkan dengan taraf signifikansi maka nilai p-value yang diperoleh masih lebih kecil dari taraf signifikan 0.01 sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian, keputusannya adalah Revitalisasi berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Minat Belanja Konsumen pada pedagang Pasar Pelelangan Kelurahan Tenda Tahun 2024.

G. 3.2.5.. Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan memenuhi syarat *BLUE* dan data tidak bersifat bias.

1) Uji Normalitas Residual Persamaan 1

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel penelitian terdistribusi normal dan tidak bias (tidak mendekati nol) pengujian ini menggunakan perbandingan antara ρ (prob) Jarque-Berra dengan α (Signifikansi). Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:



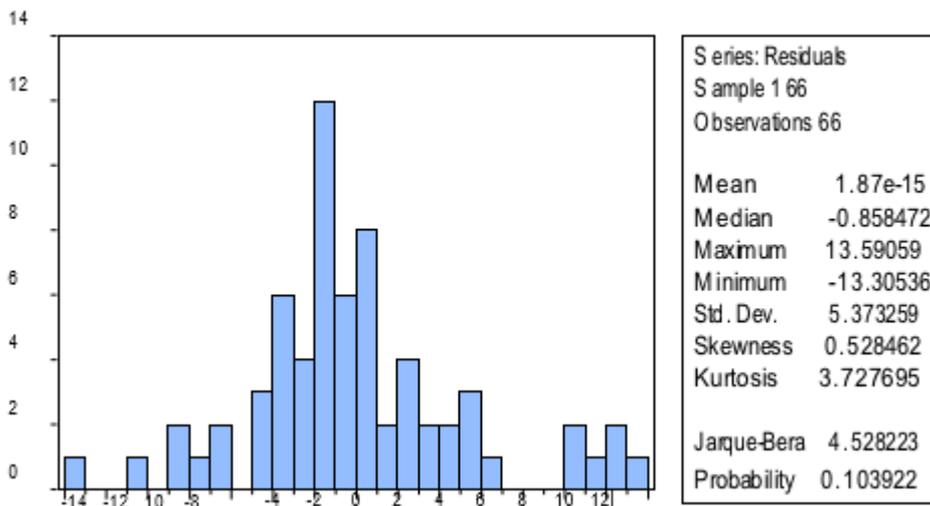
Sumber: Output Olahan Eviews-10, (2024)

Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas

Pada Gambar 4.2 diketahui nilai *Jarque-Bera* sebesar **2.287609** dengan nilai (Prob) sebesar **0.318605**, dimana nilai ρ lebih besar dari α 0,10. Maka keputusan dari pengujian ini yakni hasil estimasi pada Gambar 4.2 terdistribusi normal.

2) Uji Normalitas Residual Persamaan 2

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel penelitian terdistribusi normal dan tidak bias (tidak mendekati nol). Pengujian ini menggunakan perbandingan antara ρ (prob) *Jarque-berra* dengan α (Signifikansi). Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:



Sumber: Output Olahan Eviews-10, (2024)

Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas

Pada Gambar 4.3 diketahui nilai *Jarque-Bera* sebesar **4.528223** dengan nilai *p* (Prob) sebesar **0.103922**, dimana nilai *p* lebih besar dari α 0,10. Maka keputusan dari pengujian ini yakni hasil estimasi pada Gambar 4.3 terdistribusi normal.

3) Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1

Model regresi dengan heteroskedastisitas mengandung konsekuensi serius pada estimator metode OLS karena tidak lagi *BLUE*. Oleh karena itu, sangat penting bagi kita untuk mengetahui apakah suatu model mengandung unsur heteroskedastisitas atau tidak. *Uji Gletsjer* digunakan dalam tahapan pengujian ini, dimana hanya membandingkan nilai dari estimasi *absolute residual* (RESABS) dengan Variabel bebas berikut ini.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1

Heteroskedasticity Test: Glejser			
F-statistic	0.612242	Prob. F(1,64)	0.4368
Obs*R-squared	0.625392	Prob. Chi-Square(1)	0.4291
Scaled explained SS	0.670866	Prob. Chi-Square(1)	0.4127

Sumber: Output Olahan Eviews-10, (2023)

Hasil pengujian Heteroskedastisitas pada tabel 4.6 memperlihatkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memberikan nilai lebih besar dari α ataupun tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 0,05. Artinya dapat dijelaskan bahwa estimasi model penelitian ini tidak mengandung masalah heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2

Model regresi dengan heteroskedastisitas mengandung konsekuensi serius pada estimator metode OLS karena tidak lagi *BLUE*. Oleh karena itu, sangat penting bagi kita untuk mengetahui apakah suatu model mengandung unsur heteroskedastisitas atau tidak. *Uji Gletsjer* digunakan dalam tahapan pengujian ini, dimana hanya membandingkan nilai dari estimasi *absolute residual* (RESABS) dengan Variabel bebas berikut ini.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.496858	Prob. F(1,64)	0.4834
Obs*R-squared	0.508438	Prob. Chi-Square(1)	0.4758
Scaled explained SS	0.610675	Prob. Chi-Square(1)	0.4345

Sumber: Output Olahan Eviews-10, (2023)

Hasil pengujian Heteroskedastisitas pada tabel 4.7 memperlihatkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memberikan nilai lebih besar dari alpha ataupun tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 0,05. Artinya dapat dijelaskan bahwa estimasi model penelitian ini tidak mengandung masalah heteroskedastisitas.

H. 3.3. Pembahasan

Setelah Melakukan Pengujian Hipotesis Estimasi Dalam Model Penelitian Ini, Maka Dapat Dianalisis Lebih Lanjut Mengenai Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Sentral Kota Gorontalo. Berikut Adalah Hasil Pengujian Dari Variabel Bebas Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Minat Belanja Masyarakat.

1. 3.1.1. Pengaruh Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Sentral Kota Gorontalo

Berdasarkan hasil analisis terkait dengan revitalisasi pasar yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Sentral Kota Gorontalo dapat dilihat dari berbagai aspek. Revitalisasi pasar mencakup perbaikan infrastruktur, peningkatan fasilitas, dan pengelolaan yang lebih baik, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan daya tarik pasar bagi konsumen. Dengan adanya revitalisasi, pasar menjadi lebih nyaman dan aman bagi pembeli, sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan transaksi yang terjadi. Hal ini secara langsung berpengaruh pada peningkatan pendapatan pedagang.

Sebuah studi yang mendukung hasil ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2019), yang menemukan bahwa revitalisasi pasar tradisional di Kota Surabaya berhasil meningkatkan pendapatan pedagang secara signifikan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa peningkatan fasilitas dan pengelolaan pasar yang lebih baik tidak hanya meningkatkan jumlah pengunjung, tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian oleh Sutrisno (2020) di Pasar Beringharjo Yogyakarta juga menunjukkan bahwa revitalisasi pasar berkontribusi pada peningkatan omzet pedagang melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kebersihan pasar.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa revitalisasi pasar memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan pedagang, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian di berbagai daerah. Hal ini menggarisbawahi pentingnya peran pemerintah dan pengelola pasar dalam menjaga dan meningkatkan kualitas pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan modern dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi pedagang lokal.

Pembahasan mengenai dampak revitalisasi terhadap pendapatan pedagang di Pasar Sentral Kota Gorontalo juga dapat diperluas dengan melihat aspek-aspek tambahan yang mendukung peningkatan pendapatan tersebut. Salah satu aspek penting adalah modernisasi dan digitalisasi pasar. Dalam era digital saat ini, pengenalan teknologi seperti sistem pembayaran digital dan platform online untuk pemasaran produk dapat memperluas jangkauan pasar bagi pedagang. Penelitian oleh Santoso (2021) di Pasar Tanah Abang, Jakarta, menunjukkan bahwa digitalisasi pasar melalui penggunaan aplikasi e-commerce dan pembayaran digital telah meningkatkan pendapatan pedagang hingga 30%.

Selain itu, pelatihan dan pengembangan kapasitas bagi pedagang merupakan komponen penting dalam revitalisasi pasar. Program pelatihan yang disediakan oleh pemerintah atau pihak swasta dapat membantu pedagang meningkatkan keterampilan mereka dalam manajemen bisnis, pemasaran, dan penggunaan teknologi. Penelitian oleh Rahmawati (2018) di Pasar Johar Semarang menunjukkan bahwa pedagang yang mengikuti program pelatihan manajemen dan pemasaran mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan dibandingkan dengan mereka yang tidak mengikuti pelatihan.

Revitalisasi pasar juga mencakup peningkatan kebersihan dan pengelolaan sampah yang lebih baik. Lingkungan pasar yang bersih dan tertata rapi menarik lebih banyak pengunjung dan menciptakan pengalaman belanja yang lebih menyenangkan. Hal ini terbukti dalam penelitian oleh Kusuma (2017) di Pasar Gede Solo, yang menunjukkan bahwa upaya peningkatan kebersihan pasar secara langsung berkorelasi dengan peningkatan jumlah pengunjung dan transaksi.

Tidak hanya itu, revitalisasi pasar juga sering kali melibatkan peningkatan aspek keamanan. Dengan adanya sistem keamanan yang lebih baik, seperti pemasangan CCTV dan peningkatan jumlah petugas keamanan, baik pedagang maupun pembeli merasa lebih aman dan nyaman saat berada di pasar. Penelitian oleh Wijaya (2016) di Pasar Baru Bandung mengungkapkan bahwa peningkatan keamanan pasar setelah revitalisasi meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pengunjung, yang berimbas pada peningkatan penjualan dan pendapatan pedagang.

Secara keseluruhan, revitalisasi pasar memberikan berbagai manfaat yang mendukung peningkatan pendapatan pedagang, mulai dari modernisasi dan digitalisasi, pelatihan dan pengembangan kapasitas, peningkatan kebersihan, hingga peningkatan keamanan. Studi-studi yang mendukung temuan ini menunjukkan bahwa upaya revitalisasi yang komprehensif dan berkelanjutan dapat membawa perubahan positif yang signifikan bagi pedagang pasar tradisional, menjadikan pasar sebagai pusat ekonomi lokal yang lebih kompetitif dan menarik.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jaya & Widanta, 2018), (Hartono et al., 2020) dan (Nursiti, 2021) yang mengemukakan bahwa Revitalisasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan Pedagang Pasar.

J. 3.1.1. Pengaruh Revitalisasi Pasar Terhadap Minat Belanja Masyarakat DiPasar Sentral Kota Gorontalo

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh revitalisasi terhadap minat belanja masyarakat di Pasar Sentral Kota Gorontalo menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Revitalisasi pasar mencakup berbagai upaya perbaikan dan pembaruan fasilitas pasar, seperti peningkatan kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan tata letak yang lebih teratur. Dengan adanya revitalisasi, pasar menjadi lebih menarik dan nyaman bagi para pengunjung, yang pada gilirannya meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja di sana. Penataan yang lebih baik memungkinkan pengunjung untuk berbelanja dengan lebih mudah dan efisien, sementara peningkatan keamanan memberikan rasa aman yang lebih besar saat berbelanja.

Selain itu, revitalisasi pasar juga sering kali disertai dengan peningkatan layanan dan fasilitas pendukung, seperti area parkir yang lebih luas, toilet yang lebih bersih, dan fasilitas umum lainnya yang dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Modernisasi ini juga bisa mencakup penerapan teknologi, seperti sistem pembayaran digital yang mempermudah transaksi. Peningkatan aspek estetika dan kebersihan tidak hanya membuat pasar lebih menyenangkan untuk dikunjungi, tetapi juga meningkatkan citra pasar itu sendiri sebagai tempat belanja yang modern dan layak dikunjungi.

Revitalisasi juga dapat berdampak positif terhadap para pedagang di pasar. Dengan meningkatnya jumlah pengunjung, para pedagang berpotensi mendapatkan peningkatan penjualan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan mereka. Ini menciptakan siklus positif di mana peningkatan pendapatan pedagang memungkinkan mereka untuk berinvestasi kembali dalam kualitas produk dan layanan mereka, lebih lanjut menarik lebih banyak pengunjung.

Faktor-faktor ini secara keseluruhan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk lebih sering mengunjungi pasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa revitalisasi tidak hanya meningkatkan daya tarik fisik pasar, tetapi juga mempengaruhi persepsi dan perilaku konsumen, sehingga berdampak positif dan signifikan terhadap minat belanja masyarakat di Pasar Sentral Kota Gorontalo. Revitalisasi pasar, oleh karena itu, berperan penting dalam menciptakan lingkungan belanja yang lebih dinamis dan berkelanjutan, yang pada akhirnya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat.

Revitalisasi juga memiliki dampak sosial yang penting. Dengan perbaikan infrastruktur dan fasilitas pasar, hubungan sosial antar pedagang dan pengunjung dapat meningkat. Pasar yang lebih nyaman dan aman menjadi tempat berkumpul yang lebih menyenangkan bagi masyarakat, sehingga meningkatkan interaksi sosial dan rasa kebersamaan di komunitas. Selain itu, revitalisasi pasar juga dapat membuka peluang pekerjaan baru, baik secara langsung melalui pekerjaan konstruksi dan pemeliharaan, maupun secara tidak langsung melalui peningkatan aktivitas ekonomi di sekitar pasar. Pengelolaan pasar yang lebih baik setelah revitalisasi juga dapat mendukung praktik-praktik bisnis yang lebih berkelanjutan. Misalnya,

program pengelolaan sampah yang lebih efektif dan penggunaan energi yang lebih efisien dapat diterapkan untuk menciptakan pasar yang lebih ramah lingkungan. Dengan demikian, revitalisasi pasar tidak hanya berkontribusi pada peningkatan ekonomi dan sosial, tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pramudyo, 2020) dan (Saimanda et al., 2023) yang mengemukakan bahwa Revitalisasi Pasar memberikan dampak positif dalam meningkatkan minat belanja masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan Hasil Analisis dan Pembahasan mengenai Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Sentral Kota Gorontalo Tahun 2024 maka dapat disimpulkan sebagai Berikut:

1. Revitalisasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pedagang di pasar sentral Kota Gorontalo. Artinya setiap peningkatan Revitalisasi dapat meningkatkan Pendapatan Pedagang di Pasar Sentral Kota Gorontalo.
2. Revitalisasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belanja Masyarakat di pasar sentral Kota Gorontalo. Artinya setiap peningkatan Revitalisasi dapat meningkatkan Minat Belanja Masyarakat di Pasar Sentral Kota Gorontalo.

Referensi :

- Aprilia, R. (2018). Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang. *Economics Development Analysis Journal*, 6(2), 215–220.
- Eni. (1967). No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.
- Hartono, H., Rudiyanto, M. A., & Asj'ari, F. (2020). *Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar (Studi pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kec. Laren Kabupaten Lamongan)*. *PRIVE: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 72–84.
- Istarno dan Abu Bakar. (n.d.). *DAMPAK REVITALISASI TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR DI PASAR BATURETNO KABUPATEN WONOGIR*.
- Jaya, & Widanta. (2018). *Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan Asl*. *E-Jurnal EP Unud*, 3(5), 91–102.
- Kadir, Mohamad Fagliantoro, Frahmawati Bumulo, and Sri Indriyani S. Dai. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Di Kota Gorontalo." *Margin Eco* 7.2 (2023): 148-165.
- Made, N., & Tiwi, R. (1945). *Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Tata Kelola dan Pendapatan Pedagang Pasar Kerta Waringin Sari di Desa Anggabaya, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar*. 1918–1945.

- Nursiti, N. J. (2021). Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Kinerja Pedagang Revitalization of Traditional Markets and Merchant Resources on Merchant Performance. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan E-ISSN: 2746-9948 Volume 8, Edisi 3 (Oktober 2021), PP 59 - 68, 8(112), 59-68.*
- Pantu, Ardi Hardian, Sri Indriyani S. Dai, and Ivan Rahmat Santoso. 2023. "PEMETAAN POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI KOTA GORONTALO." *Elastisitas (Jurnal Ekonomi Pembangunan) 5(2): 31-39.*
- Pramudyo, A. (2020). Analisis Pengaruh Revitalisasi terhadap Peningkatan Kesejahteraan Pedagang dan Minat Masyarakat Berbelanja di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pasar Bantul). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 14(1), 875-885.*
- Pratami, A. R., Priyono, R., & Arintoko, A. (2019). Determinants of Traders' Income at the Revitalized Vs Non-Revitalized Traditional Wet Market. *Eko- Regional Jurnal Pengembangan Ekonomi Wilayah 14(2), 121-130.*
- Putra, I. K. D. P. (2017). Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Jumlah Kunjungan, Pendapatan Pedagang, dan Pendapatan Pasar di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan UNUD, 6(9), 1737-1768.*
- Saimanda, F., Suciani, A., Aldaniah, N. A., Bakar, A., Kusuma, M. W., & Ph, D. (2023). *Masyarakat Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Cibadak , Kab . Sukabumi*
- Traditional, A., Revitalization, M., & Economic, F. (2023). *Jurnal Manajemen , Akuntansi dan Rumpun Ilmu Ekonomi (MAR - Ekonomi) Analysis Traditional Market Revitalization For Economic Improvement of Kras Market Kediri Jurnal Manajemen , Akuntansi dan Rumpun Ilmu Ekonomi (MAR - Ekonomi). 1(02), 32- 41.*
- Yuni Saputri, Ganis, and Fitrah Sari Islami. 2021. 2 JPM *Jurnal Paradigma Multidisipliner (JPM) ANALISIS DAMPAK REVITALISASI PASAR TRADISIONAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL BOBOTSARI ANALYSIS IMPACT TRADITIONAL MARKET REVITALIZATION ON TRADES INCOME BOBOTSARI TRADITIONAL MARKET.*