

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar telah ada sejak dulu serta memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Keberadaannya mendukung berbagai aktivitas sehari-hari, karena hampir setiap kebutuhan pokok dan barang konsumsi dapat diperoleh melalui pasar. Pasar berfungsi sebagai instrumen ekonomi yang secara langsung menunjang kegiatan ekonomi masyarakat atau suatu wilayah, sekaligus menciptakan manfaat finansial bagi para pelaku yang berpartisipasi di dalamnya (Istijabatul, 2020).

Berbagai kegiatan sosial ekonomi banyak berkembang di pusat-pusat perkotaan. Volume lalu lintas yang tinggi di pusat kota menjadi alasan penyebabnya. Salah satu tantangan utama yang sering dijumpai di kawasan perkotaan adalah tingginya tingkat pengangguran, yang terjadi akibat pertumbuhan penduduk yang melebihi kapasitas penyediaan lapangan kerja. Kondisi ini mendorong sebagian besar masyarakat untuk beralih mencari peluang kerja di sektor informal sebagai alternatif. Sektor informal merupakan bidang kegiatan ekonomi yang umumnya dapat dimasuki tanpa keharusan memiliki pendidikan formal atau keterampilan tinggi, serta tidak menuntut kepemilikan izin resmi maupun modal besar untuk menjalankan usahanya (Yadewani, 2020).

Keberadaan pasar tradisional, memainkan peran strategis dalam memperluas kesempatan kerja, mendorong laju pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan rata-rata penduduk, serta menurunkan angka kemiskinan. Oleh karena itu, eksistensi dan pengembangan pasar tradisional berkontribusi secara signifikan sebagai salah satu pilar utama dalam menopang struktur perekonomian di tingkat daerah atau wilayah (Tambunan, 2020)

Pemerintah berkomitmen menjaga pasar tradisional dengan mengkaji berbagai kebijakan demi perkembangan pasar tradisional. Misalnya, salah satu tujuan perencanaan ruang perkotaan adalah penempatan pasar dalam wilayah perkotaan yang dirancang secara terstruktur dan berdasarkan pertimbangan strategis, yang mencakup penempatan yang mempertimbangkan ketepatan lokasi,

ukuran yang sesuai, serta fungsi yang tepat dari pasar tersebut. Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, serta toko modern, bersama dengan Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 8 Tahun 2002 mengenai Pengelolaan dan Retribusi Pasar, menjelaskan bahwa penataan menunjukkan peran pemerintah daerah dalam menata dan melaksanakan pembangunan pasar rakyat, kawasan bisnis, serta pusat perbelanjaan di wilayahnya. Tujuan dari upaya ini agar mendorong pertumbuhan yang selaras, saling mendukung, serta membentuk hubungan yang saling menguntungkan bagi seluruh pihak yang terlibat.

Program revitalisasi pasar adalah salah satu langkah pemerintah untuk memperbaiki dan mengembangkan pasar tradisional agar lebih baik dan layak digunakan. Revitalisasi sendiri berarti proses untuk menghidupkan kembali lingkungan atau kawasan kota yang telah mengalami penurunan fungsi atau kemunduran (Sihombing dkk, 2019). Revitalisasi pasar yang dilakukan oleh Dinas Pasar melalui perbaikan fisik serta sistem pengelolaan dan administrasi, bertujuan agar lebih tepat sasaran dan profesional, dapat menjadi strategi yang efektif dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern atau ritel besar. Selain menitikberatkan pada aspek fisik dan estetika, revitalisasi juga harus berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi program revitalisasi untuk mampu mengenali dan memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan sekitar (Masitha, 2010).

Pasar Raya Fase VII merupakan pasar yang lokasinya berada di kecamatan Padang Barat. Pasar ini tengah menjadi sorotan utama, bukan karena aktivitas perdagangannya, melainkan karena proyek revitalisasi dan pembangunan kembali secara besar-besaran yang sedang berlangsung. Melalui pendanaan APBN dan pengelolaan Kementerian PUPR, proyek pembangunan kembali ini menerapkan standar konstruksi modern yang kuat terhadap gempa bumi. Proyek strategis ini merupakan langkah penting Pemerintah Kota Padang untuk memulihkan salah satu pusat perekonomian vital yang lumpuh selama bertahun-tahun, dengan tujuan meningkatkan kembali aktivitas perdagangan, memperkuat daya saing ekonomi lokal, serta mendorong peningkatan kesejahteraan para pedagang Pasar Raya Fase VII.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Toko dan Lapak Pasar Raya Fase VII

No.	Keterangan	Lantai 1	Lantai 2
1.	Toko	288	17
2.	Lapak	86	0
Jumlah		374	17
Aktif		285	12
Tidak Aktif		89	5

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Padang Tahun 2025.

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 1.1, Pasar Raya Fase VII memiliki dua jenis fasilitas perdagangan, yaitu toko dan lapak. Selain itu juga dilengkapi dengan semi-basement, dan tersedia fasilitas parkir yang memiliki kapasitas untuk menampung sebanyak 298 kendaraan motor dan 120 kendaraan mobil. Di samping itu, terdapat 285 toko dan lapak di lantai pertama, 12 toko di lantai kedua yang aktif. Data mengenai jumlah toko dan lapak yang tersedia belum sepenuhnya mencerminkan total jumlah pedagang di Pasar Raya Fase VII, mengingat masih terdapat sejumlah toko dan lapak yang belum ditempati atau belum memiliki pemilik tetap.

Kegiatan berdagang di Pasar Raya Fase VII berperan sebagai sarana untuk mendorong peningkatan perekonomian masyarakat. Bagi sebagian besar warga, pasar menjadi tempat bergantung untuk memenuhi kebutuhan hidup, sementara bagi para pedagang, keberadaan pasar ini memiliki arti penting dalam menambah pendapatan serta memperbaiki kondisi ekonomi mereka. Pendapatan memiliki peranan penting terhadap keberlangsungan sebuah usaha. Semakin tinggi pendapatan yang diterima, maka semakin besar pula kemampuan usaha tersebut dalam menutupi biaya serta menjalankan berbagai aktivitas operasionalnya.

Pendapatan suatu usaha umumnya dipengaruhi oleh sejumlah faktor penting, salah satunya oleh lokasi tempat mereka berjualan. Keberhasilan usaha dan perolehan pendapatan sangat ditentukan oleh pemilihan lokasinya yang strategis. Proses penentuan lokasi ini harus mempertimbangkan beberapa faktor kunci untuk memaksimalkan interaksi dengan konsumen. Sebuah lokasi yang ideal meliputi visibilitasnya yang tinggi bagi calon pembeli, aksesibilitas yang mudah, serta

tingginya arus lalu lintas konsumen. Sebagai contoh, pasar dapat menjadi representasi lokasi usaha yang unggul karena secara alami menarik konsumen dalam jumlah besar. Dalam penelitian Suriana & Bagiada (2023) ditemukan akses lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di kawasan Pantai Legian. Temuan serupa juga ditemukan dalam studi Prihatminingtyas (2019), yang menyatakan bahwa pendapatan pedagang di Pasar Landungsari Kota Malang dipengaruhi secara positif oleh lokasi usaha mereka.

Pemilihan lokasi yang tepat memudahkan pedagang pasar dalam menyajikan sekaligus memasarkan barang dagangannya kepada konsumen potensial, sehingga berpengaruh besar terhadap pendapatan yang dihasilkan. Oleh karena itu, lokasi usaha yang strategis dapat membantu pedagang meraih pendapatan secara optimal. Pasar juga menjadi tempat distribusi berbagai produk yang dihasilkan, sehingga para pedagang bisa memperoleh penghasilan yang tidak hanya meningkatkan kesejahteraan mereka, tetapi juga turut mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat di sekitarnya

Pendapatan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor lokasi saja, besarnya modal yang digunakan juga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi pendapatan. Salah satu kendala utama yang secara langsung dapat menurunkan pendapatan pedagang ialah keterbatasan dalam kepemilikan modal. Keterbatasan modal dapat menjadi faktor penghambat dalam pertumbuhan serta perkembangan usaha menuju keberhasilan. Untuk memastikan usaha dapat berjalan tanpa hambatan maka kepemilikan dana yang cukup menjadi sebuah keharusan yang mutlak. Modal merupakan semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan secara langsung atau tidak langsung untuk meningkatkan produksi guna menambah output yang dihasilkan (Gede dkk, 2019). Ketersediaan modal menjadi faktor penentu yang memungkinkan pedagang pemula untuk memulai dan mengembangkan usahanya. Di sisi lain, para pedagang yang telah lama dalam dunia usaha cenderung memfokuskan penggunaan modalnya pada aspek pengembangan bisnis, antara lain dengan memperluas cakupan pasar yang menjadi sasaran.

Secara konseptual, kepemilikan modal usaha berperan dalam mendorong peningkatan jumlah barang atau jasa yang dapat diperdagangkan, yang pada

akhirnya berkontribusi terhadap kenaikan pendapatan. Tingkat pendapatan yang diperoleh oleh individu atau kelompok masyarakat sangat dipengaruhi oleh sejauh mana mereka menguasai faktor produksi. Ketersediaan modal atau faktor produksi yang lebih besar cenderung meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam meraih pendapatan yang lebih tinggi, sekaligus membuka peluang untuk memperluas skala operasional dan menjangkau pasar yang lebih luas (Pujianti dkk, 2024).

Tidak hanya lokasi dan modal, lamanya waktu berdagang juga berperan dalam menentukan tingkat pendapatan yang didapatkan oleh pedagang. Pedagang yang telah lama menjalankan usahanya umumnya mempunyai tingkat pengalaman yang lebih mendalam menghadapi dinamika pasar, memahami preferensi konsumen, serta membangun jaringan pelanggan yang loyal. Penelitian oleh Prasaja dkk (2022) menunjukkan bahwa lama usaha dan relokasi secara bersamaan mempengaruhi pendapatan pedagang, meskipun secara parsial lama usaha tidak berpengaruh signifikan. Sementara itu, (Prihatminingtyas, 2019) menemukan bahwa lama usaha justru memiliki pengaruh negatif terhadap pendapatan, yang menunjukkan bahwa lamanya menjalankan usaha tidak selalu berkorelasi dengan peningkatan pendapatan jika tanpa disertai dengan pembaruan. Menurut Asmi dikutip dari (Vijayanti & Yasa, 2016), lama usaha merujuk pada periode waktu yang telah dilalui oleh seorang pedagang usaha dalam menjalankan aktivitas kegiatan usahanya. Lama usaha ini menjadi indikator penting dalam mengakumulasi pengalaman, semakin panjang periode usaha dijalankan, peluang bagi usaha tersebut untuk memiliki mutu yang lebih baik juga akan meningkat (Vijayanti dan Yasa, 2016). Pedagang yang telah lama beroperasi biasanya memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam menghadapi dinamika pasar, memahami preferensi konsumen, serta membangun jaringan pelanggan yang loyal.

Berdasarkan penjabaran tersebut, peneliti ingin mengetahui sejauh mana lokasi, modal usaha dan lama usaha terhadap pendapatan pedagang di pasar raya fase VII dengan menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) dalam SEM dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.0, yang memiliki keunggulan dapat diimplementasikan meskipun ukuran sampel terbatas.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada penjelasan mengenai permasalahan yang diangkat, sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini disampaikan seperti yang tertera di bawah ini:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Raya Fase VII pasca revitalisasi?
2. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Raya Fase VII pasca revitalisasi?
3. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Raya Fase VII pasca revitalisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap pendapatan pedagang di Pasar Raya Fase VII pasca revitalisasi.
2. Menganalisis pengaruh modal usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Raya Fase VII pasca revitalisasi.
3. Menganalisis pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Raya Fase VII pasca revitalisasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini:

- a. Manfaat terhadap Pedagang Pasar Raya Fase VII
Melalui penelitian ini, pedagang diharapkan memperoleh gambaran tentang pentingnya faktor lokasi, modal usaha, dan pengalaman (lama usaha) meningkatkan pendapatan harian mereka. Pedagang dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengelola usaha yang lebih baik, misalnya dalam menentukan alokasi modal atau memilih cara untuk menarik pelanggan ke lokasi mereka yang mungkin kurang strategis.

b. Manfaat terhadap Akademis

Penelitian ini memberikan tambahan pengetahuan dalam bidang ekonomi pembangunan, khususnya dalam memahami aspek-aspek yang memengaruhi tingkat pendapatan pedagang di pasar tradisional setelah proses revitalisasi. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik mengkaji isu serupa.

1.5 Batasan Penelitian

Fokus utama pada analisis mengenai sejauh mana faktor-faktor seperti lokasi pasar, besaran modal, serta lama usaha, berkontribusi terhadap pendapatan yang diperoleh para pedagang. Penelitian difokuskan pada pedagang toko tetap yang beraktivitas di Pasar Raya Fase VII Kota Padang, yaitu pedagang yang secara konsisten menempati toko atau lapak setelah proses revitalisasi dilakukan. Secara geografis, penelitian ini dibatasi hanya pada wilayah Pasar Raya Fase VII dan tidak mencakup pasar-pasar lain di Kota Padang maupun wilayah di luar kota. Dengan demikian, hasil penelitian ini berlaku khusus untuk konteks dan karakteristik pedagang di lokasi tersebut.

