



EFEKTIVITAS DAN DAMPAK REVITALISASI PASAR TRADISIONAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DAN JUMLAH KUNJUNGAN

Ni Kadek Nia Permatasari¹ Nyoman Djinar Setiawina²

Article history:

Submitted: 18 Maret 2023

Revised: 31 Maret 2023

Accepted: 9 April 2023

Keywords:

Effectiveness Revitalization Market;
Revenue;
Number of Visits;

Kata Kunci:

Efektivitas Revitalisasi Pasar;
Pendapatan Pedagang;
Jumlah Kunjungan;

Koresponding:

Universitas Udayana, Bali,
Indonesia
Email:
ayunia2529@gmail.com

Abstract

One of the links in the company's business chain is the world center. The government aims to overcome the weaknesses of traditional markets by reviving traditional markets. The purpose of this study is to analyze the effectiveness and traces of the revival of traditional markets on business income and the number of visits to Pasar Anyar Sari Denpasar City. For this study, 152 respondents were selected from a total population of 590 using random sampling method. Descriptive analysis and two-dimensional differential test with paired samples were used as data analysis methods. Based on the results of the analysis and discussion, it can be interpreted that based on the income, process and output variables, it shows that the traditional market stimulation program at Anyar Sari Market is quite effective, namely 72.08 percent and traditional. The marketing stimulus program for Anyar Sari Market has had a positive impact on revenue and traffic of traders at Anyar Sari Market, Denpasar City. The effectiveness of the implementation of the traditional market revitalization program at Pasar Anyar Sari is quite effective. It is hoped that market leaders will continue to improve service and speed of response to various complaints from sellers.

Abstrak

Salah satu mata rantai dalam rantai bisnis perusahaan adalah pusat perbelanjaan. Pemerintah bertujuan untuk mengatasi kelemahan pasar tradisional dengan menghidupkan kembali pasar tradisional yaitu penataan pasar tradisional secara menyeluruh, dimulai dengan perbaikan lingkungan fisik dan non fisik dan diakhiri dengan pengelolaan pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis efektivitas dan dampak kebangkitan pasar tradisional terhadap pendapatan usaha dan jumlah kunjungan ke Pasar Anyar Sari Kota Denpasar. Untuk penelitian ini, 152 responden dipilih dari total populasi 590 dengan menggunakan metode random sampling. Analisis deskriptif dan uji diferensial dua dimensi dengan sampel berpasangan digunakan sebagai metode analisis data. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa program stimulasi pasar tradisional Pasar Anyar Sari cukup efektif yaitu 72,08 persen dan tradisional. Program stimulus pemasaran Pasar Anyar Sari berdampak positif terhadap pendapatan dan lalu lintas pedagang di Pasar Anyar Sari Kota Denpasar. Cukup efektifnya pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional Pasar Anyar Sari.

Universitas Udayana, Bali, Indonesia²

Email: djinarsw12@gmail.com

PENDAHULUAN

Salah satu indikator kegiatan ekonomi kotamadya adalah pusat perbelanjaan yang terbagi menjadi dua berdasarkan bentuk fisiknya yaitu tempat orang berbelanja secara tradisional dan orang berbelanja secara modern (Ayuningsasi, 2010). Dengan adanya perkembangan atas kemajuan teknologi, tentu pasar bukan hanya sebagai lokasi terjadinya kegiatan penjualan dan pembelian bagi penduduk sekitarpasar, tetapi pasar juga telah menjadi roda penggerak perekonomian yang sangat luas (Ayuningsasi, 2013). Perkembangan ekonomi suatu wilayah dapat dilihat dari pertumbuhan ekonominya. Pertumbuhan ekonomi ini akan menimbulkan adanya kegiatan ekonomi, sehingga terjadi interaksi antara manusia dengan manusia lainnya dalam masyarakat di wilayah tersebut. Bisnis merupakan salah satu sektor kehidupan komersial yang menarik perhatian pemerintah sebagai fokus pengembangan usaha mandiri. Model bisnis ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah perusahaan kecil dan menengah di semua industri.

Kehidupan dalam bermasyarakat adalah kesuksesan yang sangat penting bagi salah satu pusat ekonomi pasar (Putrawan, 2014). Kegiatan ekonomi yang terjadi dimasyarakat terjadi ditempat yang bernama pasar. Sebagai tempat interaksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional dalam masyarakat, dalam hal ini peran pasar tidak hanya sebagai tempat interaksi antara penjual dan pembeli untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga (Agung & Marhaeni, 2017). Semakin majunya kehidupan dan pergantian gaya hidup telah menyusutkan kedayatarikan atas pasar tradisional (Dian Utari & I Ketut Sudiana, 2017). Beberapa tahun belakangan ini, keberadaan pasar tradisional mulai menarik perhatian dan juga terancam, bahkan dikhawatirkan dalam waktu dekat akan semakin banyak pedagang yang menghilang karena kalah bersaing dengan jumlah yang terus bertambah. Perbelanjaan atau pasar modern yang telah merambah daerah terpencil penduduk.

Perkembangan pasar modern mengakibatkan keberadaan pasar tradisional semakin terpinggirkan, dengan keprihatinan terhadap nasib pedagang kecil yang terpaksa kalah bersaing dengan investor besar (Maziyah, 2013). Pengecer tradisional memiliki karakteristik perencanaan strategis yang tidak menguntungkan, akses modal yang terbatas karena jaminan yang tidak mencukupi, kurangnya skala ekonomi, bekerja dengan pemasok besar, manajemen pasokan yang buruk, dan kemampuan yang buruk untuk beradaptasi dengan permintaan konsumen. Menurut (Kim, 2011), Penyebab penurunan penjualan di pasar tradisional adalah pertumbuhan supermarket yang pesat, peningkatan proporsi toko yang menggunakan internet sebagai pertukaran antara pembeli dan pengecer, dan munculnya diskon.

Menurut Handoko (2001) perhatikan juga bahwa pasar tradisional belum tentu dapat berkembang secara berkelanjutan (sustainable market). Pasar tradisional ternyata menjadi tempat mengalirnya uang, yang membuat kekuatan usaha kecil dan menengah menjadi nyata dalam perekonomian daerah. (Dwinovanto Putra & Bambang Rudito, 2013). Transformasi pasar tradisional menjadi salah satu mesin penggerak perekonomian perkotaan membutuhkan pasar yang berfungsi secara optimal dan efisien serta melayani kebutuhan masyarakat (Ayuningsasi, 2013). Peningkatan aktivitas di pasar tradisional dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena keberadaan pasar tradisional di wilayah tersebut berdampak positif terhadap mata pencaharian masyarakat (Angmor, 2012).

Menurut (Ayuningsasi, 2010), pasar tradisional di Bali memiliki keunikan yang tidak dimiliki mall modern atau pasar tradisional lainnya di daerah lain. Selain kebutuhan sehari-hari seperti pasar lainnya, pasar tradisional di Bali juga menyediakan berbagai kebutuhan upacara sembahyang dari kalangan bawah hingga kalangan atas yang tentunya membeli produk upacara dari pasar tradisional tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional di Bali memiliki pangsa pasar yang berbeda dengan mall dan toko modern.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-Dag/Per/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, saat Pemerintah Provinsi (Pemda) mengusulkan untuk membuka pasar, beberapa syarat harus dipenuhi untuk

menghidupkan kembali, itu adalah: pasar yang berumur lebih dari 25 tahun, kebakaran, musibah karena alam, pascakonflik sosial, pasar yang berfungsi sebagai saluran distribusi, pasar perdagangan padat dan pasar komoditas tertentu, serta pasar tanpa bangunan utama.

Program revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional agar mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern. Menurut (A. A. , P. P. Ayuningsasi & A. I. Mirah, 2013), Program menghidupkan kembali pasar tradisional desa sasaran harus mampu meningkatkan penjualan para pedagang pasar tradisional sehingga dapat meningkatkan pendapatan para pedagang. Dalam persaingan global untuk memperebutkan konsumen, pasar tradisional sebagai pusat pembangunan ekonomi harus tetap dipertahankan dan semakin diperluas. Pasar tradisional harus bersaing dengan mal dan toko modern, keduanya merupakan bisnis yang banyak diminati karena perannya yang sangat strategis.

Revitalisasi non fisik dilakukan di pasar tradisional dengan cara memperbaiki mental pedagang, menghentikan pemborosan, dan membantu menjaga kebersihan pasar pasca kebangkitan, agar selalu bersih dan baik, serta citra konsumen yang buruk. di pasar tradisional. Bau, kotor, dan jorok pada lingkungan pasar diharapkan dapat dihilangkan. meningkatkan kunjungan konsumen ke pasar tradisional untuk berbelanja di pasar tradisional yang juga meningkatkan pendapatan pedagang merupakan harapan dari perbaikan kondisi non fisik.

Pendapatan sangat penting bagi para pedagang karena para pedagang menggunakan pendapatan ini untuk kebutuhan sehari-hari, sehingga jumlah yang besar di pasar dapat menciptakan permintaan yang cukup besar sehingga pendapatan sangat terpengaruh. Meningkatkan pendapatan tidak hanya membutuhkan modal untuk menjalankan bisnis, tetapi faktor lain juga diperlukan. Faktor pasar yang dapat dikatakan bekerja secara optimal dan efektif adalah, pertama, model penjualan yang baik untuk peluang bisnis, kedua, kondisi fisik pasar yang sesuai, ketiga, manajemen pasar yang baik, keempat, barang serbaguna, dan kelima, waktu pelayanan penjual pasar (Collett & T. Wallace, 2006).

Revitalisasi fisik pasar tradisional dengan pasar yang lebih bersih dan nyaman diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen yang berkunjung ke pasar tradisional untuk berbelanja di pasar tradisional. Mulai dari menjaga kebersihan area penjualan, ketersediaan tempat sampah di setiap toko, ruko atau pekarangan, dll. Pembersihan lahan parkir juga menjadi salah satu aspek yang mendukung pertumbuhan keberadaan pasar tradisional. Program revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan masyarakat ke pasar tradisional dan meningkatkan pendapatan setiap pedagang. Meningkatnya pendapatan para pedagang tidak lepas dari banyaknya pengunjung pasar tradisional.

Kota Denpasar merupakan kota yang sangat populer di kalangan penduduk kota. Urbanisasi penduduk kota Denpasar terus berkembang, sehingga kebutuhan sehari-hari juga menjadi faktor penting. Hal ini mendorong para investor untuk lebih mengembangkan usahanya, terutama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan membuka mal dan toko modern (setidaknya supermarket). Perkembangan bisnis khususnya pasar tradisional dan modern berkembang di kota Denpasar karena kota Denpasar merupakan pusat ekonomi dengan peluang bisnis yang baik (Putrawan, 2014). Berikut jumlah toko modern dan pasar tradisional yang ada di kota Denpasar tahun 2021.

Tabel 1.
Jumlah Toko Modern dan Pasar Tradisional di Kota Denpasar Tahun 2021

No.	Kecamatan	Mini Market	Super Market	Hyper Market	Pasar Desa Tradisional
1.	Denpasar Barat	56	9	4	13
2.	Denpasar Timur	45	10	-	8
3.	Denpasar Utara	32	6	-	15
4.	Denpasar Selatan	69	15	1	14
Jumlah		202	40	5	50

Sumber: Disperindang Kota Denpasar, 2022

Dari Tabel 1 terlihat kota Denpasar memiliki 247 toko modern dan 50 pasar tradisional, toko dan toko modern dan 13 pasar tradisional, urutan ketiga adalah daerah Denpasar Timur dengan 55 pusat perbelanjaan dan toko modern dan 8 pasar tradisional dan terendah peringkat berada di Denpasar Utara dengan 38 pusat perbelanjaan modern dan pertokoan serta 15 pasar tradisional.

Lemahnya daya saing pasar tradisional dibandingkan mall dan pertokoan modern memaksa pemerintah kota Denpasar untuk menghidupkan kembali pasar tradisional dengan berusaha membuat model pasar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pembeli agar tertarik untuk membeli kembali pasar tradisional. Kebangkitan pasar tradisional di Kota Denpasar tidak hanya memperbaharui fisik pasar, tetapi juga meningkatkan sumber daya manusianya. Pengelola dan pedagang pasar memungkinkan pedagang kecil mengumpulkan pendapatan dari pasar desa untuk bersaing dengan mal dan toko modern. Kota Denpasar menghidupkan kembali Pasar Tradisional Kota Denpasar yang dikelola oleh Desa Pekraman Kota Denpasar seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2.
Data Pasar Tradisional yang Sudah Direvitalisasi di Kota Denpasar dari Tahun 2011 – 2019

No.	Nama Pasar	Tahun Anggaran	Jumlah Dana yang Dianggarkan (Rp)	Skema Pendanaan
1.	Pasar Agung	2011	7.500.000.000	Dana TP
2.	Pasar Nyanggelan	2013	5.000.000.000	Dana TP
3.	Pasar Kerta Waringin Sari	2018	500.000.000	Dana TP
	Pasar Kerta Waringin Sari	2013	6.000.000.000	Dana TP
4.	Pasar Padangsambian	2013	500.000.000	Dana TP
5.	Pasar Poh Gading	2013	500.000.000	Dana TP
	Pasar Poh Gading	2015	5.000.000.000	Dana TP
	Pasar Poh Gading	2016	6.000.000.000	Tahap 2 Dana TP
6.	Pasar Sudha Merta	2014	2.540.150.000	Dana DAK
	Pasar Sudha Merta	2016	2.379.209.000	Dana DAK dan APBD
	Pasar Sudha Merta	2018	1.500.000.000	Dana DAK
7.	Pasar Badung	2017	62.512.784.000	APBN Tahap 1
	Pasar Badung	2017	12.498.214.000	APBD Tahap 1
8.	Pasar Tamba Dana	2018	928.000.000	Dana DAK
9.	Pasar Pitik Dana	2019	1.625.959.000	Dana DAK
	Pasar Pitik Dana	2019	1.000.000.000	Dana APBD
10.	Pasar Anyar Sari	2019	4.000.000.000	Dana TP

Sumber: Disperindag Kota Denpasar, 2022

Keterangan Skema Pendanaan:

TP = Tugas Pembantuan

DAK = Dana Alokasi Khusus

APBD = Dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah

APBN = Dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara

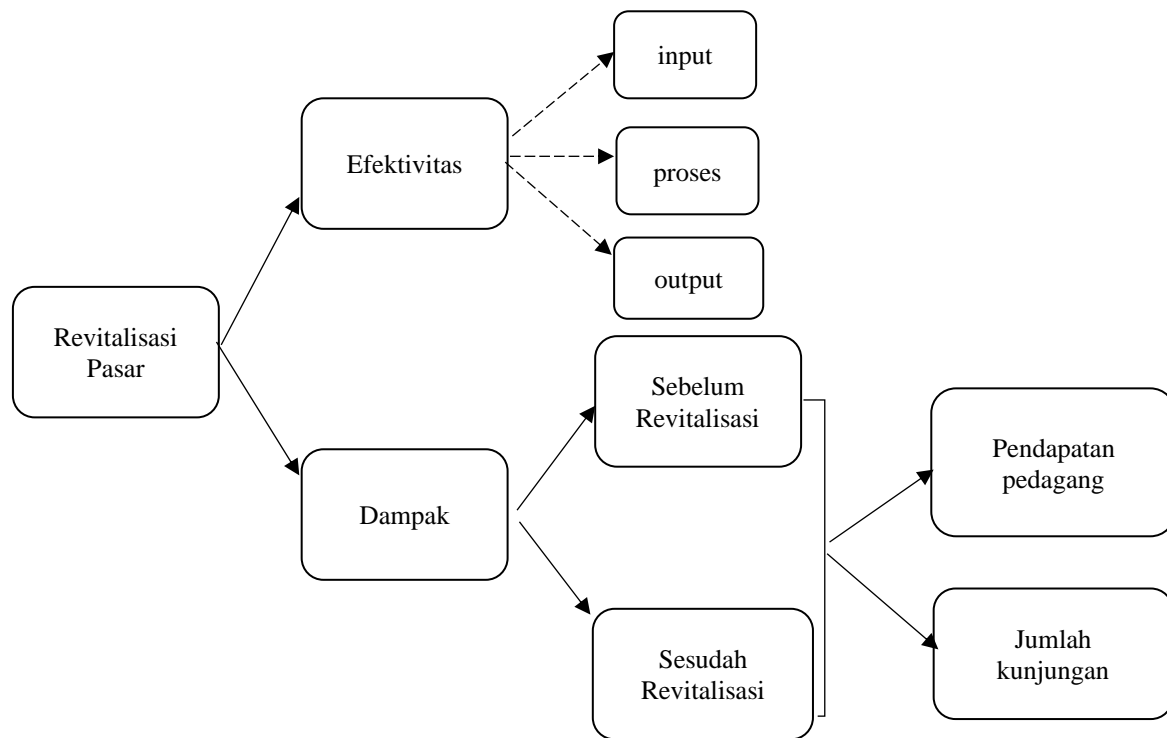
Tabel 2 menunjukkan pasar dan jumlah dana yang dianggarkan untuk pemulihan pasar tradisional. Salah satu pasar yang baru direvitalisasi adalah Pasar Anyar Sari pada 20/12/2019 dengan budget Rp 4.000.000.000. Revitalisasi ini sebagai upaya untuk memaksimalkan pertumbuhan ekonomi masyarakat pasca kebakaran 11 Agustus 2018. Setelah program revitalisasi yang dilakukan Pemkot Denpasar, Pasar Anyar Sari disulap menjadi kawasan pasar yang lebih bersih, sehat dan nyaman. seorang pengunjung Sebagian besar barang di Pasar Anyar Sari adalah buah-buahan, dan ada juga penjual daging dan sayuran yang meriah.

Kerangka konseptual penelitian ini menganalisis efektivitas program revitalisasi pasar tradisional dan dampaknya terhadap jumlah kunjungan dan pendapatan pedagang di Pasar Anyar Sari. Metode analisis data yang digunakan adalah uji beda rata-rata antara dua sampel. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa program revitalisasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan, pendapatan pedagang dan pendapatan pasar Kumbasari yaitu tingkat kunjungan dan pendapatan pedagang, dan komunitas pemasaran tumbuh. Akan dijual setelah pasar pulih. Penelitian ini menganalisis pengaruh program stimulasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang dan jumlah kunjungan ke pasar Anyar Sari dengan menggunakan dua uji rata-rata berbeda. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui perubahan pendapatan pedagang setelah sembuh dan jumlah kunjungan ke Pasar Anyar Sari Kota Denpasar. Peningkatan pendapatan dan kunjungan pembeli pasca pelaksanaan program revitalisasi pasar menunjukkan dampak positif dari pelaksanaan program tersebut. Berdasarkan pemaparan, konsep dan fenomena di atas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

H₁ : Program stimulus pemasaran berdampak positif terhadap pendapatan pedagang Pasar Anyar Sari.

H₂ : Program stimulus pemasaran berdampak positif terhadap jumlah pengunjung di Pasar Anyar Sari.

Adapun kerangka konseptual dapat digambarkan pada Gambar 1. Kerangka proses berpikir ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1.
Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di pasar tradisional yaitu Pasar Anyar Sari yang terletak di Jalan Gunung Galunggung, Ubung Kaja, Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali. Subyek penelitian ini adalah pendapatan dan jumlah kunjungan pedagang sebelum dan sesudah pelaksanaan revitalisasi Pasar Anyar Sari. Variabel input terdiri dari indikator-indikator sebagai berikut: sosialisasi program, meninggikan target dari program, pencapaian dari program, perolehan atas program oleh responden. Variabel proses terdiri dari angka-angka kunci berikut: tingkat penerimaan keluhan karyawan, kecepatan reaksi keluhan resmi dan tingkat tindak lanjut. Variabel output terdiri dari indikator berikut, pendapatan pedagang, jumlah kunjungan. Dua variabel digunakan untuk mengetahui dampak dari paket stimulus yaitu pendapatan pedagang, jumlah kunjungan. Populasi pedagang di Pasar Anyar Sari sebanyak 590 orang. Jumlah sampel yang akan diambil adalah 152 sampel (dealer). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi partisipan, wawancara terstruktur dan wawancara mendalam. Analisis deskriptif dan dua subtes sampel yang berbeda digunakan sebagai metode analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Suatu instrumen dianggap valid jika nilai korelasi total yang disesuaikan lebih besar dari 0,3 (Yamin Sofian & Heri Kurniawan, 2009). Pada tabel dibawah, yaitu tabel 3 dapat dilihat hasil uji validitas instrumen di Pasar Anyar Sari.

Tabel 3.
Hasil Uji Instrumen Validitas Responden Pasar Anyar Sari Tahun 2022

No.	Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Sig. (2-tailed)	Keterangan
1	Input	X ₁			
	Sosialisasi Program	X _{1.1}	0,752	0,000	Valid
	Tingkat Ketepatan Sasaran	X _{1.2}	0,728	0,000	Valid
	Tujuan Program	X _{1.3}	0,751	0,000	Valid
	Daya Terima Responden	X _{1.4}	0,702	0,000	Valid
2	Proses	X ₂			
	Kecepatan Respon Petugas	X _{2.1}	0,870	0,000	Valid
	Monitoring	X _{2.2}	0,848	0,000	Valid
	Daya Terima Petugas	X _{2.3}	0,770	0,000	Valid
3	Output	X ₃			
	Pendapatan Pedagang	X _{3.1}	0,913	0,000	Valid
	Jumlah Kunjungan	X _{3.2}	0,899	0,000	Valid

Sumber: Hasil penelitian data primer diolah, 2022

Hasil uji validitas yang disajikan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel input, proses dan outcome memiliki koefisien korelasi dengan skor total semua nilai lebih besar dari 0,30 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan instrumen penelitian valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan nilai cronbach's alpha yaitu untuk menentukan satu dimensi elemen himpunan variabel input, proses dan hasil. Cronbach's alpha dianggap reliabel jika nilainya lebih besar atau sama dengan 0,60. Rangkuman hasil uji reliabilitas instrumen penelitian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4.
Hasil uji instrumen reliabilitas di Pasar Anyar Sari

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Input (X ₁)	0,713	Reliabel
2	Proses (X ₂)	0,766	Reliabel
3	Output (X ₃)	0,782	Reliabel

Sumber: Hasil penelitian data primer diolah, 2022

Variabel input, persepsi responden terhadap variabel input terdiri dari beberapa indikator sebagai berikut.

Data menunjukkan bahwa sekitar 0,7 persen responden tidak setuju dengan pelepasan segera sebelum pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Anyar Sari. Bahkan, 3,2 persen responden sangat setuju sosialisasi sering dilakukan sebelum adanya program stimulasi pasar tradisional di Pasar Anyar Sari. Sebanyak 62,5 persen responden menyatakan setuju dan sebanyak 2,6 persen responden sangat setuju bahwa sosialisasi sering dilakukan menjelang kebangkitan pasar tradisional di Pasar Anyar Sari. Persepsi responden terhadap kegiatan sosialisasi program insentif pemasaran tradisional rata-rata 3,67 dan skor maksimal 5, sehingga efektivitas kegiatan sosialisasi program sebesar 73 persen (cukup efektif).

Menurut data, sekitar 7,9 persen responden menilai program stimulus pemasaran tradisional tepat sasaran bagi Pasar Anyar Sari. Sebagian besar responden, sekitar 61,2 persen, menilai program revitalisasi merupakan tujuan yang tepat bagi Pasar Anyar Sari. Selain itu, 30,9 persen responden menyatakan sangat setuju bahwa program revitalisasi merupakan tujuan dari Pasar Anyar Sari.

Persepsi rata-rata responden terhadap tingkat sasaran adalah 4,23, skor pencapaian hasil maksimal adalah 5, dan tingkat efektivitas sasaran adalah 84,6 persen (sangat efektif).

Menurut data, sekitar 0,7 persen dari mereka yang disurvei mengatakan mereka tidak setuju dengan mengetahui secara pasti tujuan pemulihan pasar tradisional. Sebanyak 27,6 persen menyatakan sangat setuju bahwa mereka memahami tujuan program pemulihan pemasaran tradisional. Mayoritas responden, sekitar 62,5 persen, setuju bahwa mereka memahami dengan jelas tujuan penerapan program pemulihan pemasaran tradisional. Sebanyak 9,2 persen responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka memahami tujuan program pemulihan pemasaran tradisional. Pendapat responden terhadap tujuan program rata-rata 3,8 dan skor maksimal 5, sehingga tujuan program 76,0 persen efektif (cukup efektif).

Menurut data, sekitar 29,6 persen responden menilai responden bisa menerima dengan baik kebangkitan pasar tradisional di Pasar Anyar Sari. Mayoritas responden, sekitar 63,8 persen menilai, responden sangat bisa menerima proses revitalisasi yang dilakukan di Pasar Anyar Sari. Pasalnya, 6,6 persen responden menyatakan sangat setuju proses revitalisasi yang dilakukan di Pasar Anyar Sari diterima dengan baik. Pendapat responden terhadap penerimaan proses revitalisasi rata-rata 3,77, sedangkan dibandingkan skor maksimal 5, efektivitas persetujuan responden terhadap resusitasi adalah 75,4 persen (cukup efektif). Berdasarkan informasi tersebut, efektivitas penerapan program insentif pemasaran klasik pada variabel input dapat digambarkan sebagai berikut.

Efektivitas Program = $\text{Realisasi/Target} \times 100\%$

Efektivitas Program = $3,87/5 \times 100\% = 77,36\%$

Hasil efisiensi ukuran input sebesar 77,36 persen, yang berarti efektivitas pelaksanaan program stimulus pemasaran klasik dengan ukuran input dinilai cukup efektif menurut Kriteria Efisiensi Penelitian dan Pengembangan Kementerian Tahun 1991. Pedalaman ini dapat dilihat dengan membandingkan nilai realisasi 3,87 dengan nilai maksimal 5.

Variabel proses, persepsi responden terhadap variabel proses terdiri dari beberapa indikator sebagai berikut.

Data menunjukkan bahwa sekitar 1,3 persen responden tidak setuju dengan kemampuan pihak berwenang untuk menangani keluhan pedagang secara memadai di tengah kebangkitan pasar tradisional Pasar Anyar Sari. Mayoritas responden atau sekitar 51,3 persen menyatakan sangat setuju jika aparat bisa menangani keluhan pedagang terkait kebangkitan pasar sari tradisional Pasar Anyar Sari. Namun, 45,4 persen responden setuju dan 2 persen responden sangat setuju bahwa pihak berwenang mampu menangani keluhan pedagang terkait dengan kebangkitan Pasar Anyar Sari tradisional Pasar Anyar Sari secara memadai. Persepsi responden dalam menerima pengaduan dari petugas menunjukkan rata-rata 3,48 berbanding skor maksimal 5, memberikan efektivitas penerimaan pengaduan dari petugas sebesar 69,6 persen (cukup efektif).

Menurut data, sekitar 0,7 persen responden tidak setuju dengan respon cepat pihak berwenang terhadap keluhan pedagang karena pasar tradisional di Pasar Anyar Sari dihidupkan kembali. Bahkan 49,3 responden menyatakan sangat setuju pihak berwenang bertindak cepat dalam menangani pengaduan pedagang selama kebangkitan pasar tradisional yang berlangsung di Pasar Anyar Sari. Bahkan 50 persen aparat yang setuju cepat tanggap terhadap keluhan pedagang saat kebangkitan pasar tradisional yang digelar di Pasar Anyar Sari. Persepsi kecepatan tanggapan responden terhadap pengaduan dinas rata-rata 3,49, dibandingkan dengan skor 5 untuk mencapai hasil maksimal, capaian efisiensi kecepatan tanggap pengaduan dinas sebesar 69,8 persen (cukup efektif).

Data menunjukkan, sekitar 1,3 persen responden menyatakan ketidaksetujuan terhadap aparat yang rutin melakukan pengawasan saat upaya revitalisasi pasar tradisional di Pasar Anyar Sari. Sebanyak 38,2 persen responden menyatakan sangat setuju jika petugas melakukan pengawasan rutin terkait dengan kebangkitan pasar tradisional yaitu Pasar Anyar Sari. Mayoritas responden, sekitar 55,3

persen, setuju jika petugas rutin melakukan pengawasan selama upaya revitalisasi pasar tradisional di Pasar Anyar Sari. Sebanyak 5,3 responden menyatakan sangat setuju jika petugas rutin melakukan pengawasan di Pasar Anyar Sari selama upaya revitalisasi pasar tradisional. Pendapat responden tentang tingkat berikutnya rata-rata 3,65, dibandingkan dengan nilai pencapaian skor maksimum 5, mencapai tingkat efisiensi selanjutnya adalah 72,9 persen (cukup efisien). Berdasarkan informasi tersebut, efektivitas pelaksanaan pemulihan pasar tradisional pada variabel proses dapat digambarkan sebagai berikut.

$$\text{Efektivitas Program} = \text{Realisasi/Target} \times 100\%$$

$$\text{Efektivitas Program} = 3,54/5 \times 100\% = 70,82\%$$

Hasil efektivitas variabel proses sebesar 70,82 persen, yang berarti efektivitas pelaksanaan program pemulihan pasar tradisional dinilai cukup efektif berdasarkan Kriteria Kinerja Litbang Kementerian Dalam Negeri Tahun 1991. dapat dilihat dengan membandingkan skor 3,54 dengan skor 5 untuk mencapai hasil yang maksimal.

Variabel Output, persepsi responden terhadap variabel output yang tersusun dari beberapa indikator sebagai berikut.

Data menunjukkan bahwa sekitar 9,9 persen responden tidak setuju pendapatan pedagang akan meningkat setelah kebangkitan pasar tradisional Pasar Anyar Sari. Sebagian besar responden, sekitar 53,9 persen, menyatakan sangat setuju jika pendapatan pedagang lebih baik ketika pasar tradisional di Pasar Anyar Sari direvitalisasi. Sebanyak 35,5 responden menyatakan setuju, dan sebanyak 0,7 persen responden menyatakan sangat setuju pendapatan pedagang meningkat pasca kebangkitan pasar tradisional di Pasar Anyar Sari. Penilaian responden terhadap pendapatan pengusaha rata-rata 3,27, dibandingkan skor capaian hasil maksimal 5, efisiensi pendapatan pengusaha adalah 65,4 persen (cukup efisien).

Menurut data, sekitar 2,0 persen responden tidak setuju jumlah kunjungan lebih baik setelah kebangkitan pasar tradisional Pasar Anyar Sari. Pasca kebangkitan pasar tradisional Pasar Anyar Sari, 46,1 setuju jumlah kunjungan lebih baik. Mayoritas responden, sekitar 48,7 persen, menilai pasar tradisional di Pasar Anyar Sari sedang bangkit kembali yang jumlah pengunjungnya meningkat. Bahkan, 3,3 persen responden setuju langkah ini membaik sejak pasar tradisional di Pasar Anyar Sari dihidupkan kembali. Persepsi responden terhadap jumlah kunjungan rata-rata 3,54, bila skor untuk mencapai hasil maksimal adalah 5 maka efektifitas jumlah kunjungan adalah 70,72 persen (cukup efektif). Berdasarkan informasi tersebut, efektivitas pelaksanaan program pemulihan pasar tradisional pada variabel output dapat digambarkan sebagai berikut.

$$\text{Efektivitas Program} = \text{Realisasi/Target} \times 100\%$$

$$\text{Efektivitas Program} = 3,40/5 \times 100\% = 68,06\%$$

Hasil efisiensi baseline sebesar 68,06 persen, yang berarti efektivitas pelaksanaan program rangsangan pasar tradisional dinilai cukup efektif berdasarkan Kriteria Efisiensi Penelitian dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri tahun 1991. dapat dilihat dengan membandingkan skor 3,40 dengan skor 5 untuk mencapai hasil yang maksimal.

Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar terhadap Pendapatan Pedagang dan Jumlah Kunjungan di Pasar Anyar Sari

Untuk mengetahui apakah program stimulus pemasaran berpengaruh terhadap jumlah pelanggan dan pendapatan pedagang di Pasar Anyar Sari, dilakukan uji lain dengan menggunakan uji mean sampel berpasangan dua beda (uji Wilcoxon). Kemudian tibalah fase pengujian.

Pengaruh program stimulus pemasaran terhadap pendapatan pedagang Pasar Anyar Sari diuji sebagai berikut.

H_0 : Pasca program stimulus pemasaran di Pasar Anyar Sari, pendapatan pedagang tidak bertambah.

H_1 : Pendapatan pedagang meningkat setelah adanya program stimulus pemasaran di Pasar Anyar Sari.

Menentukan taraf nyata, $\alpha = 5$ persen = 0,05

Menentukan Statistik uji beda

H_0 ditolak jika Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05

H_0 diterima jika Asymp. Sig. (2-tailed) \geq 0,05

Hasil uji non parametrik menurut metode Wilcoxon menunjukkan bahwa Asymp. sinyal 0,000 < 0,05. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya program stimulus pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Anyar Sari.

Pengaruh program stimulus pemasaran terhadap jumlah kunjungan ke Pasar Anyar Sari diuji sebagai berikut.

H_0 : Pasca program revitalisasi pasar di Pasar Anyar Sari, jumlah kunjungan tidak meningkat.

H_1 : Jumlah pengunjung meningkat setelah adanya program revitalisasi pasar di Pasar Anyar Sari.

Menentukan taraf nyata, $\alpha = 5$ persen = 0,05

Menentukan Statistik uji beda

H_0 ditolak jika Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05

H_0 diterima jika Asymp. Sig. (2-tailed) \geq 0,05

Simpulan

Hasil uji non parametrik menurut metode Wilcoxon menunjukkan bahwa Asymp. sinyal 0,000 < 0,05. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya program revitalisasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan ke Pasar Anyar Sari.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan pengolahan data dan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa efektivitas program revitalisasi pasar tradisional Pasar Anyar Sari cukup efektif yang dapat disimpulkan dari efisiensi rata-rata variabel input, proses dan output, hasilnya cukup efektif. Program insentif pemasaran tradisional Pasar Anyar Sari berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Anyar Sari. Program adat Pasar Anyar Sari berdampak positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan ke Pasar Anyar Sari.

Pengelola pasar berharap dapat meningkatkan pelayanan dan lebih cepat merespon berbagai keluhan dari pedagang, karena masih ada pedagang yang kurang menyukai pelayanan dan kecepatan respon petugas. Alangkah baiknya jika pemkot memperhatikan kualitas gapura saat merencanakan dan merenovasi pasar agar permasalahan seperti Anyar Sari tidak muncul. Kondisi fisik pasar harus selalu dijaga baik oleh penjaga pasar maupun para pedagang itu sendiri, agar nyaman dan semakin banyak pengunjung yang tertarik untuk berbelanja di Pasar Anyar Sari.

REFERENSI

- Agung, A. A. I. G. N., & A. A. I. Marhaeni. (2017). Analisis Efektifitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Desa Adat Intaran Sanur. *Piramida*, 13 (1), 18–26.
- Angmor, E. N. (2012). Can Traditional Markets be Improved through Transportation Service: (The Case of Asewewa and Agormanya Traditional Markets, Ghana). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2 (6), Pp, 366–378.
- Aryani, D. (2011). Efek Pendapatan Pedagang Tradisional dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2 (2), 169–180.
- Ayuningsasi, A. A. K. (2010). Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Denpasar (Studi Kasus Pasar Sudha Merta Desa Sidakarya). *Piramida*. 7 (1), 2–12.
- Ayuningsasi, A. A. K. (2013). Analisis Faktor Penentu Preferensi Konsumen dalam Berbelanja ke Pasar Tradisional di Kota Denpasar: Analisis Faktor. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 6 (1), 41–45.

- Ayuningsasi, A. A. , P. P., & A. I. Mirah. (2013). Efektifitas dan Dampak Program revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2 (5), 233–243.
- Collett, P., & T. Wallace. (2006). *Background Report: Impact of Supermarkets on Traditional Markets and Small Retailers in the Urban Centers*. Lembaga Penelitian SMERU.
- Dian Utari, N. M., & I Ketut Suidiana. (2017). Efektifitas Relokasi Pasar dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung. *E-Jurnal EP Unud*, 6 (7), 1243–1271.
- Dwinovanto Putra, R. D., & Bambang Rudito. (2013). Community Development Planning of PT Elva Primandiri's Revitalization of Lambangan Traditional Market Project. *Journal of Business and Management*, 3 (1), Pp, 81–88.
- Eka Putrawan. (2014). Persepsi Pedagang dan Dampak Program Revitalisasi Pasar terhadap Tingkat Kunjungan, Pendapatan Pedagang dan Pendapatan Pasar di Pasar Kumbasari Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*. 6(2), 195–224.
- Handoko, T. H. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE Yogyakarta.
- Kim, W. (2011). The Influence of Structural Changes in a Local Commercial District on Local Consumer Consumption Behavior in South Korea: Using The Multinomial Logit Model. *African Journal of Business Management*, 5 (11), Pp, 4455–4464.
- Maziyah, R. R. (2013). Peran Modal Sosial terhadap Eksistensi Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Besar Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2 (2), 234–346.
- Putrawan, E. (2014). Persepsi Pedagang dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Terhadap Tingkat Kunjungan, Pendapan Pedagang dan Pendapatan Pasar di Pasar Kumbasari Denapasar. *E-Jurnal EP*.
- Yamin Sofian, & Heri Kurniawan. (2009). *SPSS Complete Tenknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Selamba Infotek.