

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Pasar

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI nomor: 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern bahwa pasar adalah tempat bertemunya penjual yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang/jasa dan pembeli yang mempunyai uang untuk membeli barang dengan harga tertentu.

Dalam penelitian ini definisi pasar adalah suatu tempat bertemunya penjual yang memiliki kemampuan untuk menjual barang dagangannya, dan pembeli yang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya dan terjadilah transaksi diantaranya proses tawar-menawar karena Pasar Barongan Bantul termasuk jenis pasar tradisional.

- Jenis pasar menurut transaksinya

Jenis pasar menurut cara transaksinya dapat dibedakan menjadi 2 jenis yaitu:

1) Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota, Pemerintah Desa, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan/atau Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta berupa tempat usaha yang berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang

dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan melalui proses jual beli barang dagangan dengan tawar-menawar (Peraturan Menteri Perdagangan RI nomor: 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern).

2) Pasar Modern

Pasar modern disebut juga dengan toko modern, yaitu pasar atau toko dengan system pembayaran secara mandiri, penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melakukan pelayanan secara mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket, Supermarket, Department Store, hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan (Peraturan Menteri Perdagangan RI nomor: 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern).

2.1.2 Pasar Persaingan Sempurna (*Perfect Competition Market*)

Pasar persaingan sempurna adalah suatu pasar di mana jumlah penjual dan pembeli (konsumen) sangat banyak dan produk atau barang yang ditawarkan atau dijual sejenis atau serupa. Contoh barang yang dijual pada bentuk pasar ini adalah beras, gandum, batu bara, kentang, dan lain sebagainya. Pasar persaingan sempurna merupakan pasar di mana penjual dan pembeli tidak dapat memengaruhi harga, sehingga harga di pasar benar-benar merupakan hasil kesepakatan dan interaksi antara penawaran dan permintaan.

Permintaan yang terbentuk mencerminkan keinginan konsumen, sementara penawaran mencerminkan keinginan produsen. Dalam pasar persaingan sempurna, penjual dan pembeli sama sekali tidak mempunyai kemampuan untuk memengaruhi harga pasar karena sudah ada ikatan batin bahwa antara penjual dan pembeli mengetahui struktur dan informasi yang ada di dalam pasar persaingan sempurna.

- Ciri-ciri yang bisa kita temui pada pasar persaingan sempurna adalah:

a. Terdiri atas Banyak Penjual & Pembeli

Adanya sifat ini, mengakibatkan perilaku penjual dan pembeli tidak bisa memengaruhi keadaan pasar, dengan kata lain mereka hanya sebagian kecil dari unsur pasar secara keseluruhan. Interaksi antara penjual dan pembeli dianggap sebagai pengikut harga (*price taker*) yang menyebabkan harga di pasar ini bersifat datum (harganya tetap berapapun jumlah barang yang dijual) karena mekanisme pasar yang menentukan harganya melalui interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran di masyarakat.

b. Adanya Kebebasan untuk Membuka dan Menutup Perusahaan (*Free Entry and Free Exit*)

Artinya adalah tidak terdapat suatu hambatan apabila suatu perusahaan ingin memulai sebuah bisnis baru jika dianggapnya menguntungkan, dan menutup usahanya jika ternyata merugikan. Tidak seperti pasar lain yang mungkin ada keterikatan dalam membuka dan menutup pasar misalnya dengan adanya surat perjanjian.

c. Barang yang Diperjualbelikan Bersifat Homogen

Perusahaan menghasilkan barang di mana barang tersebut merupakan pengganti yang sempurna terhadap barang yang diproduksi oleh perusahaan lain dalam semua aspek, sehingga produk identik sama atau tidak bisa dibedakan. Artinya sekalipun Anda membeli disatu perusahaan, kemungkinan besar kualitas dan kuantitasnya akan sama persis dengan perusahaan lain.

d. Penjual & Pembeli Memiliki Pengetahuan yang Sempurna tentang Pasar

Penjual dan pembeli sangat mengetahui betul tentang keadaan pasar dalam hal tingkat harga yang berlaku di pasar dan meliputi setiap perubahannya. Pengetahuan tentang keadaan ini yang mengakibatkan:

- Semua sumber daya digunakan sepenuhnya untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal.
- Tidak ada produsen yang menjual barang dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar.
- Tidak ada konsumen yang membeli barang dengan harga yang lebih tinggi dari harga pasar

e. Mobilitas atau Perpindahan Sumber Ekonomi Cukup Sempurna

Maksudnya adalah tidak ada kesulitan sedikit pun jika sumber daya atau faktor produksi ingin dipindahkan dari satu tempat ke tempat lainnya. karena pada dasarnya semua tempat produksi memiliki kesamaan baik dalam metode pembuatan hingga penjualannya kepada pembeli. Pasar persaingan sempurna dapat menjadi wadah yang bagus bagi Anda yang memiliki bisnis produk atau jasa yang umum dilakukan oleh banyak orang, (Dina Amalia, 13 November 2017).

2.1.3 Pasar Persaingan Tidak Sempurna (*Inperfect Competition Market*)

Pasar yang terdiri dari beberapa penjual yang menguasai pasar, jumlah penjual biasanya tidak terlalu banyak.

Lebih lanjut, pasar persaingan tidak sempurna dibagi menjadi 3 jenis, yaitu pasar oligopoli, pasar monopoli, dan pasar monopolistik.

- Bentuk Pasar Oligopoli: pasar yang terdiri dari beberapa penjual yang memasarkan barang khusus, dimana masing-masing penjual dapat saling mempengaruhi harga, misalnya perusahaan semen dan industri telekomunikasi.
- Pasar Monopoli: pasar dimana seluruh penawaran terhadap permintaan telah dikuasai oleh satu organisasi penjual tertentu.
- Pasar Monopolistik: pasar yang di dalamnya terdapat banyak penjual dengan produk yang berbeda. Biasanya pasar jenis ini banyak dijumpai pada retailer dan jasa, misalnya apotik, toko kelontong.

2.1.4 Pasar Tradisional

Hasil survei AC Nielsen tahun 2013 lalu menunjukkan jumlah pasar rakyat di Indonesia terus mengalami penurunan. Pada 2007 pasar rakyat berjumlah 13.550, sementara pada 2009 menyusut menjadi 13.450, dan pada 2011 berjumlah 9.950. Sementara itu, perbandingan pertumbuhan pasar rakyat terhadap pasar modern cukup drastis, yaitu pasar rakyat hanya kurang dari 8,1 persen, sedangkan pasar modern 31,4 persen.

Sampai saat ini, salah satu penyebab tidak berkembangnya pasar rakyat adalah kondisi fisik pasar itu sendiri, misalnya bau, pengap, berantakan, becek, dan jorok penuh sampah. Kenyataan itulah yang membuat para pengunjung pasar rakyat beralih memilih pasar modern dan hypermarket yang lebih menawarkan kelengkapan dan kenyamanan belanja dibandingkan pasar rakyat.

2.1.2 Aspek Yang Terkait Dengan Pasar

2.1.2.1 Lokasi Pasar

Pemilihan lokasi akan menentukan prospek pasar yang akan dibangun. Lokasi ini merupakan keunggulan utama pasar dari pada ritel modern. Jumlah penduduk akan sangat mempengaruhi permintaan pasar yang turut serta mempengaruhi keberhasilan pasar tersebut (Sjafrizal,2008).

Pasar sebaiknya dibangun pada wilayah perdagangan yang ramai dan luas. Teori lokasi dari August Losch (dalam Sofa, 2008) “melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar)”. Losch mengatakan bahwa “lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Semakin jauh dari tempat penjual konsumen semakin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal”. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 53/M-DAG/PER/12/2008 memutuskan pada pasal 2 ayat 1 dan 2 yaitu :

- 1) Lokasi untuk Pendirian Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasinya.
- 2) Kabupaten/Kota yang belum memiliki Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota tidak

diperbolehkan memberi izin lokasi untuk pembangunan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

2.1.2.2 Aksesibilitas

Jarak antara masyarakat yang diperkirakan akan berkunjung sebaiknya juga tidak terlalu jauh dan untuk mencapainya tersedia cukup fasilitas transportasi atau aksesibilitas yang lancar. Beberapa hal yang menjadikan jarak yang jauh dirasakan menjadi lebih dekat yaitu adanya jalan dan alat transportasi, kemudahan untuk parkir, kelengkapan dan kualitas barang barang yang dijual dan kemudahan untuk mencapai lokasi (tidak macet misalnya).

Tabel 2.1
Aksesibilitas Pasar

Aspek Aksesibilitas Pasar (Sumber)			Resume
Kartono 2001	Ekomadyo (2012)	Duncan dan Hollander dalam Yusrinawati (2012)	
<ul style="list-style-type: none"> Mengakses jalan raya, pertokoan, gedung perkantoran, sekolah, pusat kebudayaan dll. 	<ul style="list-style-type: none"> Ketersediaan area parkir 	<ul style="list-style-type: none"> Fasilitas transportasi umum Kedekatan dengan konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Ketersediaan jaringan jalan Jumlah alat transportasi Panjang, lebar jalan Kualitas jalan Ketersediaan area parker Fasilitas transportasi umum Kedekatandengan konsumen

Sumber: Kartono (2001), Ekomadyo (2012) dan Yusrinawati (2012)

Tingkat aksesibilitas pasar juga bisa diukur adanya aksesibilitas ini diharapkan dapat mengatasi beberapa hambatan mobilitas, baik berhubungan dengan mobilitas fisik, misalnya mengakses jalan raya, pertokoan, gedung

perkantoran, sekolah, pusat kebudayaan, lokasi industri dan rekreasi baik aktivitas non fisik seperti kesempatan untuk bekerja, memperoleh pendidikan, mengakses informasi, mendapat perlindungan dan jaminan hukum (Kartono, 2001). Keberagaman pola pengaturan fasilitas umum terjadi akibat berpecahnya lokasi fasilitas umum secara geografis dan berbeda jenis dan intensitas kegiatannya. Kondisi ini membuat penyebaran lahan dalam suatu wilayah menjadi tidak merata (heterogen) dan faktor jarak bukan satu-satunya elemen yang menentukan tinggi rendahnya tingkat aksesibilitas. (Miro, 2004 dalam Sidin, 2006).

2.1.2.3 Wilayah Pelayanan Pasar

- **Asumsi dasar Teori Market Area ini adalah:**

- 1) Konsumen tersebar secara relative merata antar tempat, artinya teori ini cocok diberlakukan di daerah perkotaan dimana konsentrasi penduduk dan industry relative merata dibandingkan dengan daerah perdesaan atau pedalaman.
- 2) Produk homogeny, sehingga persaingan akan sangat ditentukan oleh harga dan ongkos angkut.
- 3) Ongkos angkut per kesatuan jarak (ton/km) adalah sama (*No Economies of Long Haul*).
- 4) Konsumen bersifat rasional, yaitu melakukan pembelian pada lokasi pasar yang dekat dengan tempat tinggal. (Sjarfizar : 2008).

Selanjutnya Sjafrizal (2008) mengatakan bahwa kondisi stabil dan diinginkan adalah kondisi keseimbangan (equilibrium) yang dapat memuaskan pihak yang berkepentingan, yaitu produsen dan konsumen. Kondisi keseimbangan

ini dapat berbeda baik dari sudut pandang pedagang atau pengusaha atau dari sudut pandang masyarakat umum.

- **Fasilitas dan Kelas Pasar**

- Fasilitas Fisik Pasar Tradisional

1. Elemen utama

Elemen utama yang lainnya yaitu ruang tertutup. Ruang tertutup yang dimaksud adalah ruangan yang tertutup atap namun tidak tertutup sepenuhnya oleh dinding atau penyekat ruangan lainnya. Contohnya seperti toko, kios, los, dasaran, kamar mandi, dan gudang.

2. Elemen penunjang

Contoh elemen-elemen penunjang pada pasar tradisional yaitu area bongkar muat barang dagangan, dan pos penjaga.

3. Elemen pendukung Beberapa elemen pendukung yang ada di pasar adalah pusat pelayanan kesehatan, penitipan anak, pelayanan jasa, kantor pengelola pasar, koperasi pasar, tempat ibadah seperti mushola atau masjid.

4. Pencapaian

5. Jaringan angkutan manusia dan barang

6. Jaringan utilitas

Jaringan utilitas yang dimaksud adalah saluran listrik, air bersih, hydrant, komunikasi, dan sampah. Selain itu terdapat saluransaluran air kotor dan limbah yang memenuhi kebutuhan pasar.

7. Area parkir

8. Fasilitas sosial

Fasilitas sosial seringkali terlupakan pada pasar tradisional saat ini. Salah satu contoh sederhana fasilitas sosial yang dapat diaplikasikan pada pasar tradisional yaitu teras yang dapat digunakan sebagai interaksi sosial.

Pasar tradisional berdasarkan Perda Kota Bandung No. 20 Tahun 2001 Tentang Retribusi Pasar, terbagi menjadi beberapa kelas pasar sebagai berikut:

1. Pasar Kelas I adalah pasar-pasar dengan ciri sebagai berikut :
 - Berada di Jalan Protokol dan mempunyai lebih dari 235 tempat berjualan, pedagang lebih dari 250 orang;
 - Bukan Jalan Protokol dan mempunyai lebih dari 475 tempat berjualan dengan pedangan lebih dari 500 orang.
2. Pasar Kelas II adalah pasar-pasar dengan ciri sebagai berikut :
 - o Berada di Jalan Protokol dan mempunyai kurang dari 250 orang;
 - o Bukan di Jalan Protokol dan mempunyai lebih dari 475 tempat berjualan dengan pedangan kurang dari 500 orang.

Tabel 2.2
Aspek Jangkuan Pelayanan Pasar

Aspek Jangkuan Pelayanan Pasar (sumber)			Resume
Button, 1978 dalam Sidin (2006)	Kotler (1976) dalam Kiik (2006)	Chapin dalam Ekomadyo (2012)	
<ul style="list-style-type: none"> • Jarak • Modal transportasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Skala Pelayanan (radius) • Jumlah penduduk terlayani 	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah penduduk (ambang batas populasi) • Jarak menuju pasar • Waktu tempuh 	<ul style="list-style-type: none"> • Jarak • Modal transportasi • Skala pelayanan (radius) • Jumlah penduduk terlayani • Waktu tempuh

Sumber: Sidin (2006), Kiik (2006), dan Ekomadyo (2012)

Pasar Rakyat saat ini menjadi perhatian banyak pihak terutama setelah pemerintah mencanangkan program revitalisasi pasar Rakyat. Berdasarkan data Kemenkop pada tahun 2016 terealisasi 84 pasar rakyat dari target 85 pasar rakyat,

yang direvitalisasi dengan menghabiskan anggaran sebesar Rp 80,7 miliar. (Kompas, 07 Januari 2017). Pasar Rakyat dicitrakan sebagai suatu tempat yang kumuh, kotor, becek, tidak terawat, dan mempunyai tingkat kualitas hunian sangat rendah. Dalam penyelenggaraan pasar Rakyat, aspek lokasi memegang peran penting karena sebagai tumpuan aktivitas ekonomi dan sosial yang berlangsung (Yusrinawati, 2012).

2.1.2.4 Pengelompokan Pasar

1. Jenis Pasar Tradisional

Pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberapa hal, yaitu:

- a. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:
 1. Pasar eceran Yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.
 2. Pasar grosir Yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.
 3. Pasar induk Pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosirgrosir dan pusat pembelian.
- b. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar digolongkan menjadi lima jenis:
 1. Pasar regional yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai keluar kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

2. Pasar kota yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap. Melayani 200.000-220.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar induk dan pasar grosir.
 3. Pasar wilayah (distrik) yaitu pasar yang terletak di lokasi yang cukup strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan cukup lengkap. Melayani 10.000-15.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.
 4. Pasar lingkungan yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis, bangunan permanen/ semi permanen, dan mempunyai pelayan meliputi permukiman saja, serta barang yang diperjual belikan kurang lengkap. Melayani 10.000- 15.000 penduduk saja. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.
 5. Pasar khusus yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan terdiri dari satu macam barang khusus seperti pasar bunga, pasar burung, atau pasar hewan.
- c. Menurut waktu kegiatannya, pasar digolongkan menjadi empat jenis:
1. Pasar siang hari yang beroperasi dari pukul 04.00-16.00.
 2. Pasar malam hari yang beroperasi dari pukul 16.00-04.00.

3. Pasar siang malam yang beroperasi 24 jam *non stop*.
4. Pasar darurat, yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penentuan kepala daerah dan diadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu.

2. Klasifikasi Pasar Tradisional

Ada dua klasifikasi pasar, yaitu:

1. Kriteria pasar sesuai dengan kelasnya
 - a) Kelas I Luas lahan dasaran minimal 2000m². Tersedia fasilitas : tempat parkir, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
 - b) Kelas II Luas lahan dasaran minimal 1500m². Tersedia fasilitas : tempat parkir, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
 - c) Kelas III Luas lahan dasaran minimal 1000m². Tersedia fasilitas : tempat promosi, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
 - d) Kelas IV Luas dasaran minimal 500m². Tersedia fasilitas : tempat promosi, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

e) Kelas V Luas dasaran minimal 50m². Tersedia fasilitas: sarana pengamanan dan sarana pengelola kebersihan.

2. Kriteria pasar sesuai dengan jenis dagangannya

a) Golongan A, Jenis barang yang di perdagangkan : logam mulia, batu mulia, permata, tekstil, kendaraan bermotor, kebutuhan sehari-hari dan yang dipersamakan. Jasa: penukaran uang (*money changer*), perbankan dan yang dipersamakan.

b) Golongan B, Jenis barang yang di perdagangkan : pakaian/sandang, pakaian Rakyat, pakaian pengantin, aksesoris pengantin, sepatum sandal, tas, kacamata, arloji, aksesoris, souvenir, kelontong, barang pecah belah, barang plastik, obatobatan, bahan kimia, bahan bangunan bekas/baru, dos, alat tulis, daging, bumbu, ikan basah, ikan asin, dan yang dipersamakan. Jasa: wartel, titipan kilat, salon, kemasan, agen tiket, koperasi, penitipan barang, jasa timbang, dan yang dipersamakan.

c) Golongan C, Jenis barang yang di perdagangkan : beras, ketan, palawija, jagng, ketela, terigu, gula, telur, minyak goreng, susu, garam, bumbu, berbagai jenis maknan, melinjo, kripik emping, kering-keringan mentah, mie, minuman, teh, kopi, buah-buahan, kolang kaling, sayur mayur, kentang, jajanan, bahan jamu tradisonal, tembakau, bumbu rokok, kembang, daun, unggas hidup, hewan peliharaan, makanan hewan, sangkar, obat-obatan hewan, tanaman hias, pupuk, obat tanaman, pot, ikan hias, akuarium, elektronik baru/bekas, onderdil baru/bekas, alat pertukangan baru/bekas, alat pertanian baru/bekas, kerajinan

anyaman, gerabah, ember, seng, kompor minyak, sepeda baru/bekas, goni, karung gandum, majalah baru/bekas, koran, arang, dan yang dipersamakan. Jasa: penjahit, tukang cukur, sablon, gilingan dan yang dipersamakan.

- d) Golongan D, Jenis barang yang di perdagangkan : rombongan, rongsokan, kertas bekas, koran bekas, dan yang dipersamakan. Jasa: sol sepatu, jasa patri, dan yang dipersamakan.

3. Fungsi dan Peranan Pasar

Kegiatan perdagangan di pasar pada garis besarnya meliputi:

1. Kegiatan penyaluran materi perdagangan.
 - a. Sirkulasi, transportasi, dan *dropping* barang.
 - b. Distribusi barang dagangan ke setiap unit penjualan di dalam pasar.
2. Kegiatan pelayanan jual-beli meliputi:
 - a. Kegiatan jual-beli antara pedagang dengan konsumen.
 - b. Kegiatan penyimpanan barang dagangan
 - c. Kegiatan pergerakan dan perpindahan penghujung :

4. Kendala dan Tujuan Perencanaan Pasar

Menurut Hansen dan Mowen, jenis kendala dapat dikelompokkan sebagai berikut:

○ *Berdasarkan asalnya*

1. Kendala internal (internal constraint) adalah faktor-faktor yang membatasi yang berasal dari dalam perusahaan.

2. Kendala eksternal (external constraint) adalah faktor-faktor yang membatasi yang berasal dari luar perusahaan.

○ *Berdasarkan sifatnya*

1. Kendala mengikat (binding constraint) adalah kendala yang terdapat pada sumber daya yang telah dimanfaatkan sepenuhnya.
2. Kendala tidak mengikat atau kendur (loose constraint) adalah kendala yang terdapat pada sumber daya yang terbatas yang tidak dimanfaatkan sepenuhnya.

2.1.3 Pembinaan Terhadap Pedagang

● **Pembinaan Disiplin Pedagang**

1. Dibuat peraturan yang jelas dan disosialisasikan kepada para pedagang
Pengelola pasar harus membuat peraturan yang jelas dan kemudian dilakukan sosialisasi dan proses edukasi kepada para pedagang secara rutin dan menyeluruh sehingga semua penghuni pasar mengetahui isi dan maksudnya.
2. Peraturan dan penerapan sanksi yang tegas pada setiap pelanggaran
Pengelola pasar harus bisa bertindak tegas untuk mengenakan sanksi bagi setiap yang melakukan pelanggaran. Jangan bertindak diskriminatif dan harus konsisten menjalankan peraturan. Pasar akan terjaga ketertibannya apabila pelaku-pelaku di dalamnya menaati peraturan dengan baik dan konsekuen.

3. Ciptakan pola pengamanan bersama

Petugas sekuriti terbatas jumlahnya, karena itu harus dibantu oleh semua penghuni pasar agar tercipta suatu pola pengamanan bersama. Setiap pedagang atau penghuni harus memiliki tanggung jawab tertentu terhadap keamanan pasar.

• **Edukasi Untuk Menciptakan Pasar Yang Bersih, Higienis dan Indah**

Edukasi perlu dilakukan terus menerus terhadap para pedagang penghuni pasar. Hal ini dilakukan agar para penghuni bisa menyadari perlunya memelihara dan membuat pasar menjadi indah, nyaman, bersih dan sehat baik untuk penghuni maupun untuk pengunjung atau pembeli. Dalam kaitan ini, diperlukan upaya-upaya agar para pedagang penghuni pasar senantiasa:

1. Menata kios dan jualannya dengan rapi dan lebih menarik bagi pembeli.
2. Berpakaian sopan dalam melayani pembeli.
3. Bagi yang berjualan bahan mentah seperti daging, ikan dan sayuran, memakai celemek khusus sehingga terkesan lebih bersih.
4. Menyapa dan melayani pembeli dengan ramah.
5. Membuang sampah pada tempat yang telah disediakan.
6. Merapikan dan membersihkan kios/lapak masing-masing setiap selesai berdagang.
7. Mencuci tangan dengan sabun setelah selesai berdagang dan atau selesai membersihkan kios/lapak.
8. Tidak menjual bahan mentah daging (ayam/sapi/kambing dll) dan ikan mentah bersama-sama dengan makanan siap saji di tempat yang sama.

9. Menggunakan peralatan berdagang (pisau, talenan, baskom, ember, sarung tangan, celemek, dll) yang bersih dan mencucinya dengan deterjen setelah selesai berdagang.
10. Mencuci atau membasuh meja dagangan dengan deterjen setiap kali selesai berdagang.
11. Menggunakan lokasi yang telah disediakan oleh petugas pengelola pasar.
12. Tidak menjual hewan sakit atau mati yang tidak wajar.
13. Praktek rutin berkala kegiatan disinfeksi total minimal 3 bulan sekali.
14. Semua peralatan yang dipakai untuk handling produk asal hewan sebaiknya disikat dan direndam dengan obat suci hama.

- **Peningkatan Pengetahuan Dasar Bagi Para Pedagang**

1. **Informasi Harga Barang Di Pasar**

Baik pedagang maupun pembeli sebaiknya mempunyai akses yang sama untuk mendapatkan informasi tentang harga yang sedang berlaku untuk semua jenis barang yang diperdagangkan di pasar. Ini akan banyak membantu para produsen (petani/peternak) untuk mengetahui harga jual yang wajar bagi produknya sehingga ada insentif untuk meningkatkan volume dan kualitas produksinya.

- **Perilaku Konsumen**

Pola perilaku konsumen dewasa ini telah mengalami perubahan. Mereka tidak saja menginginkan kualitas dan harga produk yang bagus, tetapi juga kualitas tempat (pasar) yang memadai dan layak sesuai dengan tingkat pendapatannya. Secara umum, tempat yang nyaman, aman dan memadai akan menjadi pilihan utama bagi kebanyakan pembeli. Kondisi ini harus bisa menjadi perhatian serius

dari para pedagang di pasar Rakyat. Walaupun Rakyat tetapi tetap memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh para calon pembeli.

2.2 Pasar Dan Pasar Tradisional

2.2.1 Pengertian Pasar dan Pasar Tradisional

Pasar dalam pengertian teori ekonomi adalah suatu situasi dimana pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kuantitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapatkan manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapatkan barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapatkan imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

1. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar Rakyat, perkotaan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.
2. Pasar Tradisional (Menurut Perpes No.112 Tahun 2007) adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintahan Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang memiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

2.2.2 Karakteristik Pedagang Pasar

Bidang usaha perdagangan tergolong sebagai kegiatan di luar pertanian (*off farm*) yang telah menjadi penyumbang penyedia lapangan kerja dan pendapatan dominan di pedesaan. Pekerjaan berdagang tergolong pada bidang jasa dengan karakteristik yang berbeda dengan bidang usaha lain, misalnya bidang usaha produksi dengan kegiatan menanam tanaman atau memelihara ternak.

Menurut Karafir yang dikutip Budi Susilo (2005:16) mengemukakan karakteristik perempuan pedagang pasar yang antara lain adalah barang-barang atau jasa yang diperdagangkan sangat terbatas pada jenis tertentu, yang dikelompokkan menjadi:

1. Pedagang sayuran dan rempah-rempah.
2. Pedagang kelontong.
3. Pedagang makanan dan minuman.
4. Pedagang tekstil dan pakaian.
5. Pedagang surat kabar.
6. Pedagang daging dan ikan.
7. Pedagang rokok dan obat-obatan.
8. Pedagang loak.
9. Pedagang beras.
10. Pedagang buah-buahan

Sedangkan, Suherman (dalam [www. Detik. Com](http://www.Detik.Com), diakses tanggal 17 Nopember 2007) memberikan ciri-ciri perempuan pedagang pasar sebagai berikut:

1. Kegiatan usaha tidak terorganisir.
2. Tidak memiliki surat izin usaha.
3. Tidak teratur dalam kegiatan usaha, baik ditinjau dari tempat usaha maupun jam kerja.
4. Bergerombol di trotoar atau di tepi-tepi jalan protokol, dan dipusat-pusat dimana banyak orang ramai.
5. Menjajakan barang dagangannya sambil berteriak, kadang-kadang berlari mendekati konsumen.

Dari beberapa pendapat di atas tentang perempuan pedagang pasar maka dapat diberikan gambaran bahwa kegiatan usaha perdagangan merupakan usaha perdagangan yang menampakkan adanya ciri yang tidak teratur, kurang terorganisir dengan baik bahkan terkesan liar. Oleh sebab itu, perlu kiranya mendapat perhatian yang lebih intensif dari pemerintah agar usaha perdagangan di pasar dapat berkembang lebih baik.

Karakteristik pedagang dapat berpengaruh terhadap perkembangan usaha, modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan, sedangkan strategi pemasaran merupakan bidang yang tidak dapat dilepaskan dari masyarakat yang berwawasan visual mandiri. Karakteristik perempuan pedagang diukur dengan indikator keinginan berprestasi, tanggung jawab pribadi, kemampuan inovasi, kemampuan manajemen.

Dan berbagai literatur, para pelaku (aktor) di dalam jaringan perdagangan di Indonesia sekurangnya dapat dibedakan menjadi tiga jenis pelaku yang dibedakan berdasarkan keterlibatan modal dan resiko yang ditanggungnya.

Secara terbatas perilaku tidak menetapkan harga serta tidak membayar secara tunai barang saat transaksi juga ditemui pada pedagang dan pedagang lainnya.

1. Pedagang Biasa, secara kualitatif pedagang jenis ini memiliki peran yang lebih besar di dalam jaringan tata niaga, meskipun jumlahnya dalam satu sistem jaringan tata niaga kurang lebih sepuluh pedagang biasa. Pada jaringan yang melibatkan pedagang kaki tangan, seorang pedagang bisa memiliki beberapa orang pedagang kaki tangan, jadi jumlah pedagang kaki tangan dalam satu sistem tata niaga komoditas tersebut lebih banyak. Selain itu memiliki otoritas terhadap pembelian dan penentuan harga tersebut. Pendapatannya diperoleh dari selisih harga dikurangi biaya pemasaran. Berbeda dengan dua jenis pedagang lain, ia berpeluang menderita rugi secara langsung. Ciri utama pedagang dibandingkan pedagang lain dan pedagang komisioner adalah ia menggunakan modalnya sendiri.
2. Pedagang Komisioner (Pedagang Komisi) adalah perantara dalam perdagangan seperti juga makelar. Ia bekerja atas namanya sendiri dan ikut bertanggung jawab sendiri atas tindakan yang dilakukan dalam mengadakan perjanjian jual beli. Untuk jasanya ia memperoleh komisi (Muhamad Malik,2014).

Talcott Parsons menyusun skema unit-unit dasar tindakan sosial dengan karakteristik sebagai berikut :

- 1 Adanya individu selaku aktor.
- 2 Aktor dipandang sebagai pemburu tujuan-tujuan tertentu.
- 3 Aktor mempunyai alternatif cara, alat serta teknik untuk mencapai tujuannya.
- 4 Aktor berhadapan dengan sejumlah kondisi situasional yang dapat membatasi tindakannya dalam mencapai tujuan.
- 5 Aktor dibawah kendali dari nilai-nilai, norma-norma dan berbagai ide abstrak yang mempengaruhinya dalam memilih dan menentukan tujuan serta tindakan alternatif untuk mencapai tujuan.

Keterlibatan perempuan dalam sektor ekonomi termotivasi karena keinginan untuk meningkatkan pendapatan keluarga guna menciptakan keluarga untuk sejahtera dengan pendidikan anak-anak yang sesuai dengan perkembangan globalisasi dengan tuntutan kebutuhan semakin meningkat dalam segala aspek kehidupan.

2.2.3 Pendapatan

Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan juga bisa digunakan sebagai alat untuk mengukur kondisi ekonomi seseorang atau rumah tangga. Pendapatan menunjukkan seluruh uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima

oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi (Winardi dalam Firdausa, 2013). Menurut Samuelson dan Nordhaus (2001) Pendapatan menunjukkan jumlah uang yang diterima oleh rumah tangga selama kurun waktu tertentu (biasanya satu tahun), Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga dan deviden, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran.

2.2.3.1 Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Jaya (2011), Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan.

- 1) Gaji dan upah, yaitu imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu atau satu bulan.
- 2) Pendapatan dari usaha sendiri merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
- 3) Pendapatan dari usaha lain, yaitu pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan, antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun, dan lain-lain.

Menurut Ridwan (2009), membedakan pendapatan penduduk berdasarkan penggolongannya menjadi 4 golongan yaitu:

- 1) Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih besar dari Rp.3.500.000,00 per bulan.
- 2) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp.2.500.000,00 s/d Rp.3.500.000,00 per bulan.
- 3) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp.1.500.000,00 s/d Rp.2.500.000,00 per bulan
- 4) Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata lebih kecil dari Rp.1.500.000,00 per bulan.

2.2.3.2 Cara Menghitung Pendapatan Pedagang

Salah satu dari beberapa konsep *revenue* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total revenue* (TR). Total revenue merupakan hasil kali dari jumlah barang yang dihasilkan dengan harga yang rumusnya dapat ditulis sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total Revenue (penerimaan total)

P = Price (harga barang)

Q = Quantity (jumlah barang)

Menurut Boediono (2000) juga ada 3 macam posisi kemungkinan pada tingkat output keseimbangan pada seorang produsen yaitu :

- 1) Memperoleh laba. Apabila pada tingkat output keseimbangan besarnya penerimaan total (TR) lebih besar dari (TC) pengeluaran untuk biaya produksi baik biaya produksi tetap (FC) maupun biaya produksi tidak tetap (VC).
- 2) Tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi $TR=TC$.
- 3) Menderita kerugian $TR<TC$. Ada beberapa kemungkinan bagi produsen, tergantung besar-kecilnya kerugian tingkat output keseimbangan yang ditanggung oleh produsen relatif dibandingkan dengan besarnya biaya produksi tetap perusahaan.

2.2.3.3 Hal-hal Yang Berkaitan Dengan Perhitungan Pendapatan Pedagang

1. Omzet Penjualan

Kata omzet berarti jumlah, sedang penjualan berarti kegiatan menjual barang yang bertujuan mencari laba atau pendapatan. Omzet penjualan berarti jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual barang atau jasa. Chaniago (2002) memberikan pendapat tentang omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Basu Swastha (2005) memberikan pengertian omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.

Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh dan berdasarkan volume. Sedangkan yang dimaksud omzet dalam penelitian ini adalah jumlah rata-rata uang yang diperoleh pedagang dari hasil penjualan barang atau jasa pada setiap harinya. Jumlah rata-rata tersebut adalah rata-rata yang diperkirakan langsung oleh pedagang.

2 Tenaga Kerja

Berdasarkan UU No. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, yang dimaksud dengan tenaga kerja adalah “Setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa, baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat”. Penduduk usia kerja menurut Badan Pusat Statistik (2016) dan sesuai dengan yang disarankan oleh *International Labor Organization* (ILO) adalah penduduk usia 15 tahun ke atas yang dikelompokkan ke dalam angkatan kerja dan bukan angkatan kerja.

Mulyadi (2003) menyatakan bahwa tenaga kerja adalah penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah penduduk dalam suatu negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga kerja mereka dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut. Menurut Priyandika (2015), BPS (2008) membagi tenaga kerja (*employed*) atas tiga macam, yaitu:

- a) Tenaga kerja penuh (*full employed*), adalah tenaga kerja yang mempunyai jumlah jam kerja >35 jam dalam seminggu dengan hasil kerja tertentu sesuai dengan uraian tugas.
- b) Tenaga kerja tidak penuh atau setengah pengangguran (*under employed*), adalah tenaga kerja dengan jam kerja <35 jam seminggu.
- c) Tenaga kerja yang belum bekerja atau sementara tidak bekerja (*unemployed*), adalah tenaga kerja dengan jam kerja 0>1 jam per minggu.

3 Biaya

Biaya dapat diartikan dalam arti sempit dan luas. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam arti sempit, biaya merupakan sumber ekonomi untuk memperoleh harga pokok (Mulyadi, 2005).

Biaya juga sering diartikan sebagai nilai suatu pengorbanan untuk memperoleh suatu output tertentu. Pengorbanan itu dapat berupa uang, barang, tenaga, waktu maupun kesempatan. Dalam analisis ekonomi nilai kesempatan (untuk memperoleh sesuatu) yang hilang karena melakukan sesuatu kegiatan lain juga dihitung sebagai biaya, yang disebut biaya kesempatan (Maidin, 2003). Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan barang atau jasa. Biaya produksi sendiri dibedakan menjadi dua jenis, yaitu (Sukirno, 2006):

- a) Biaya eksplisit, biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan.
- b) Biaya tersembunyi, biaya tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Pengeluaran yang tergolong sebagai biaya tersembunyi adalah pembayaran untuk keahlian keusahawanan produsen tersebut, modalnya sendiri digunakan dalam perusahaan dan bangunan perusahaan yang dimilikinya.

Menurut Hasen dan Mowen (2006) mengklasifikasikan biaya kedalam dua kategori fungsional utama antara lain:

a) Biaya Produksi

Biaya Produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang atau penyediaan jasa.

b) Biaya non produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang berkaitan dengan fungsi perencanaan pengembangan, pemasaran, distribusi, pelayanan pelanggan dan administrasi umum.

2.2.4 Umur

2.2.4.1 Pengertian Umur

Umur adalah usia ketika seseorang masih mampu bekerja dan menghasilkan sesuatu. Menurut Simanjuntak (2001), umur mempunyai hubungan terhadap

responsibilitas seseorang akan penawaran tenaga kerjanya. Semakin tinggi tingkat umur, semakin kecil proporsi penduduk yang bersekolah sehingga tingkat partisipasi kerja pada kelompok umur dewasa lebih besar dari pada TPK pada kelompok umur yang lebih muda. Menurut Hasyim (2006), umur dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja, 25 tahun dimana kondisi umur yang masih produktif, maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal. Umur dalam penelitian ini adalah umur pedagang perempuan pasar Inpres dan pasar Wesel di Kecamatan Pamanukan.

2.2.5 Waktu Kerja

2.2.5.1 Pengertian Waktu Kerja

Waktu Kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan siang hari atau malam hari (UURI No.13 Tahun 2003 Tentang Tenaga Kerja). Badan Pusat Statistik mendefinisikan Jumlah jam kerja seluruh pekerjaan adalah lamanya waktu dalam jam yang digunakan untuk bekerja dari seluruh pekerjaan, tidak termasuk jam kerja istirahat resmi dan jam kerja yang digunakan untuk hal-hal di luar pekerjaan selama seminggu yang lalu.

2.2.5.2 Teori Alokasi Waktu

Teori Alokasi Waktu perempuan bertitik tolak dan rumah tangga sebagai unit pengambil keputusan atau oleh Rangel (2004) dimulai dari model rumah tangga (household model). Dalam model rumah tangga total utilitas merupakan penjumlahan dari utilitas pemanfaatan waktu seluruh anggota keluarga baik untuk bekerja di pasar tenaga kerja, menikmati waktu luang, bekerja di rumah. Dengan

pertimbangan kegiatan domestik lebih diperlukan bagi perempuan dibandingkan bekerja, sehingga sering dipertentangkan antara kegiatan domestik dan bekerja. Untuk melihat perilaku perempuan, dari household model dikembangkan menjadi individual-based model.

Model perilaku individual melihat interaksi masing-masing anggota keluarga dan perannya dalam pengambilan keputusan masing-masing anggota keluarga (Rangel, 2004; Feraz, 2004). Secara khusus akan dilihat bagaimana keputusan yang dilakukan perempuan dalam memanfaatkan waktunya baik untuk bekerja di pasar tenaga kerja, bekerja di rumah maupun bersenang-senang.

2.2.5.3 Waktu Kerja Perempuan Pedagang

Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, waktu kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan pada siang hari dan/atau malam hari.

– 7 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 6 hari kerja dalam 1 minggu

– 8 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 5 hari kerja dalam 1 minggu.

Secara umum perempuan mempunyai peran baik sebagai ibu rumah tangga maupun sebagai pencari nafkah, dilakukan dalam kehidupan sehari-hari yang tercermin dalam waktu kerja wanita. Menurut putri dkk. (2007:41) waktu kerja wanita secara garis besar dibagi menjadi dua yaitu: waktu kerja untuk kegiatan

ekonomi (mencari nafkah) dan kegiatan non ekonomi yaitu kegiatan dasar, kegiatan sosial, dan kegiatan rumah tangga.

2.2.6 Tingkat Pendidikan

2.2.6.1 Pengertian Pendidikan

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat (UU SISDIKNAS No.20 tahun 2003). Secara umum produktivitas tenaga kerja merupakan fungsi dari pendidikan, teknologi, dan keterampilan. Semakin tinggi pendidikan atau keterampilan tenaga kerja maka semakin meningkat produktivitas tenaga kerja. Menurut Simanjuntak (2001), pendidikan memberikan pengetahuan bukan saja yang langsung dengan pelaksanaan tugas, akan tetapi juga landasan untuk memperkembangkan diri serta 27 kemampuan memanfaatkan semua sarana yang ada di sekitar kita untuk kelancaran pelaksanaan tugas.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan disebutkan bahwa Pendidikan bertujuan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan ketrampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan bertanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan.

2.2.6.2 Pendidikan Formal

Dalam Undang-Undang Pemerintah Republik Indonesia nomor 17 tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan di sebutkan bahwa penyelenggaraan pendidikan formal meliputi: pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.

- Pendidikan Anak Usia Dini berfungsi membina, menumbuhkan, dan mengembangkan seluruh potensi anak usia dini secara optimal sehingga terbentuk perilaku dan kemampuan dasar sesuai dengan tahap perkembangannya agar memiliki kesiapan untuk memasuki pendidikan selanjutnya.
- Pendidikan Dasar Pendidikan pada SD/MI atau bentuk lain yang berfungsi menanamkan dan mengamalkan nilai-nilai keimanan, akhlak mulia, kepribadian luhur, kebangsaan dan cinta tanah air. Memberikan dasar-dasar kemampuan intelektual dalam bentuk kemampuan dan kecakapan membaca, menulis, dan berhitung serta pengenalan ilmu pengetahuan dan teknologi. Melatih dan merangsang kepekaan dan kemampuan mengapresiasi serta mengekspresikan keindahan, kehalusan dan harmoni. Menumbuhkan minat pada olahraga, kesehatan, dan kebugaran jasmani serta mengembangkan kesiapan fisik dan mental untuk melanjutkan pendidikan ke pendidikan menengah.
- Pendidikan Menengah Pendidikan menengah adalah lanjutan pendidikan dasar berbentuk Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas,

Madrasah Aliyah, Sekolah Menengah Kejuruan, dan Madrasah Aliyah Kejuruan atau bentuk lain sederajat.

- Pendidikan Tinggi Pendidikan tinggi merupakan kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan, atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian. Satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi disebut perguruan tinggi, yang dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut atau universitas.
- Pendidikan Nonformal Dalam Undang-Undang Pemerintah Republik Indonesia nomor 17 tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan di sebutkan bahwa Pendidikan nonformal adalah jalur pendidikan diluar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan terstruktur dan berjenjang.
- Pendidikan Informal Dalam Undang-Undang Pemerintah Republik Indonesia nomor 17 tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan di sebutkan bahwa pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan. Pengertian pendidikan dalam penelitian ini adalah jenjang pendidikan formal pedagang perempuan pasar Barongan Bantul. Level pendidikan diperoleh dengan melihat pendidikan tertinggi yang ditamatkan yang merupakan tingkat pendidikan yang dicapai seseorang setelah mengikuti pelajaran pada kelas tertinggi suatu tingkatan sekolah dengan mendapatkan 30 tanda tamat (ijazah). Dalam penelitian ini level

pendidikan dibagi menjadi sebagai berikut: Tidak/Belum Sekolah, Tidak Tamat SD/Sederajat, Sekolah Dasar, SLTP, SLTA, Akademi, dan Universitas.

2.2.7 Jumlah Anak

2.2.7.1 Pengertian Jumlah Tanggungan Menurut Para Ahli

Menurut Mantra (2000:303) pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap tingkat partisipasi kerja anggota keluarga adalah positif. Hal ini berarti semakin tinggi jumlah anggota keluarga maka semakin tinggi tingkat partisipasi kerja anggota keluarga. Suatu keluarga dengan tanggungan keluarga yang banyak cenderung mengerahkan anggota keluarga yang mampu bekerja untuk memasuki pasar kerja. Hal tersebut terkait dengan tingginya biaya hidup yang ditanggung sehingga semakin banyak jumlah anggota keluarga yang bekerja, sehingga biaya hidup lebih dapat dicukupi. Anggota rumah tangga yang ada dalam sebuah keluarga tidak terkecuali anggota keluarga yang cacat maupun lanjut usia akan sangat berpengaruh besar kecilnya bagi pengeluaran suatu keluarga (Adiana dan Karmini, 2013).

Tanggungan keluarga merupakan salah satu alasan utama bagi para ibu rumah tangga turut serta dalam membantu suami untuk memutuskan diri untuk bekerja untuk memperoleh penghasilan. Besarnya jumlah tanggungan keluarga merupakan faktor yang mempengaruhi kemauan untuk melakukan pekerjaan.

2.2.8 Hubungan Variabel Dependen dan Independen

Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1) Hubungan Umur Terhadap Tingkat Pendapatan Perempuan Pedagang

Makin bertambahnya umur seseorang akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang akan dicapainya. Semakin dewasa seseorang maka keterampilan dalam bidang tertentu pada umumnya akan semakin meningkat, kekuatan fisik juga meningkat sehingga akan meningkatkan pendapatan yang diterimanya. Pekerja di sektor informal yang banyak mengandalkan kemampuan fisik akan sangat terpengaruh oleh variabel umur. Hal ini menunjukkan bahwa usia berpengaruh positif terhadap pendapatan keluarga. Namun disisi lain, pada usia yang sudah tidak lagi produktif, keterampilan dan fisik seseorang akan mengalami penurunan. Ini sesuai kenyataan bahwa dalam umur tersebut, banyak orang yang pensiun dini atau yang secara fisik sudah kurang mampu bekerja lagi (Simanjuntak, 2001:48). Perbedaan kekuatan fisik di usia dewasa dan muda adalah berbeda, sehingga akan sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang diterima.

2) Hubungan Waktu Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Perempuan Pedagang

Banyak penduduk dalam usia muda, terutama yang belum berkeluarga, menjadi tanggungan orang tuanya, meskipun sudah tidak sedang bersekolah, sebaliknya orang yang lebih dewasa terutama yang sudah menikah, pada dasarnya harus bekerja, bahkan untuk banyak orang harus bekerja lebih lama. Semakin tinggi waktu yang dicurahkan oleh perempuan pedagang untuk melakukan berdagang,

maka semakin tinggi pula kesempatan perempuan pedagang untuk mendapatkan tambahan pendapatan. Artinya, Waktu Kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap pendapatan keluarga. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh widiandarini (2001) dalam Artini dan Handayani (2009:10), terhadap curahan jam kerja perempuan dan pria di luar sektor pertanian menunjukkan bahwa curahan jam kerja perempuan lebih besar dibanding pria. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan mempunyai peranan cukup besar dalam rumah tangga, yaitu dalam membantu kepala rumah tangga memenuhi kebutuhan rumah tangga (Artini dan Handayani, 2009:10). Tingginya tuntutan sosial ekonomi mendorong kaum perempuan untuk ikut bekerja dalam waktu yang lebih lama, sebagai upaya mengatasi masalah rendahnya pendapatan yang diterima dari hasil pekerjaannya.

3) Hubungan Tingkat Pendidikan Terhadap Tingkat Pendapatan Keluarga Perempuan Pedagang

Menurut Mulyadi, (2008:41) pendidikan diharapkan dapat mengatasi keterbelakangan ekonomi lewat efeknya pada peningkatan kemampuan manusia dan motivasi manusia untuk berprestasi yaitu tenaga kerja agar dapat bekerja dengan produktif karena kualitasnya. Hal ini selanjutnya akan mendorong peningkatan output yang diharapkan bermula pada kesejahteraan penduduk. Kombinasi antara investasi dalam modal manusia dan modal fisik diharapkan akan semakin mempercepat pertumbuhan ekonomi.

4) Hubungan Jumlah Anak Terhadap Tingkat Pendapatan Keluarga Perempuan Pedagang

Meningkatnya jumlah anak yang dimiliki, maka semakin meningkat pula beban tanggungan dari keluarga tersebut. Sehingga semakin banyak jumlah anak maka sedikit waktu yang digunakan untuk berdagang sehingga hasil sedikit, supaya waktu berdagang meningkat sehingga hasilnya meningkat. Dapat disimpulkan bahwa jumlah anak berpengaruh positif terhadap pendapatan keluarga.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai pendapatan perempuan pedagang pasar terutama tentang umur, waktu kerja, tingkat pendidikan, jumlah anak, telah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya adalah:

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisi	Kesimpulan
1	Partisipasi Tenaga Kerja Perempuan dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga, (Putu Martini Dewi, (2012), Simanjuntak, (2001)	Bertujuan untuk mengetahui apakah variabel umur berpengaruh positif dan bisa negatif terhadap pendapatan keluarga pedagang perempuan, sedangkan jam kerja, tingkat pendidikan jumlah anak secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan keluarga pedagang perempuan di pasar Badung kota Denpasar.	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda, menurut Gujarati (1997) dapat dinyatakan sebagai berikut: $(Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + u)$	Berdasarkan analisis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel umur, waktu kerja, pendidikan dan jumlah anak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pendapatan keluarga pedagang perempuan di pasar Badung, dan positif dan signifikan terhadap pendapatan keluarga pedagang perempuan di pasar Badung, Namun disisi lain, pada usia yang sudah tidak lagi produktif, keterampilan dan fisik seseorang akan mengalami penurunan. Ini sesuai kenyataan bahwa dalam umur tersebut, banyak orang yang pensiun dini atau yang secara fisik sudah kurang mampu bekerja lagi (Simanjuntak, 2001:48)
2	Partisipasi Kerja Perempuan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus KUD Sumber Makmur Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang 2013), (Biondi Perdana, 2014)	Bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pendapatan suami tanggungan keluarga biaya hidup dan pendapatan keluarga berpengaruh terhadap partisipasi kerja perempuan di KUD Sumber Makmur Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang, dan untuk mengetahui variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang terjadi antara variabel independent dengan variabel dependent.	Berdasarkan analisis dapat disimpulkan sebagai berikut: bahwa variabel tanggungan keluarga mempunyai pengaruh dominan terhadap partisipasi kerja perempuan di KUD sumber Makmur Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang.

Sumber: Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan Vol. 5 No.2 Tahun 2012, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 2 (2), 2013

Penelitian terdahulu tentang partisipasi tenaga kerja perempuan dalam meningkatkan pendapatan keluarga beserta permasalahannya telah dilakukan oleh Putu Martini Dewi (2012); Biondi Perdana (2014). Studi tersebut dapat dipakai sebagai rujukan yang sangat relevan bagi peneliti ini. Untuk pemaparan selengkapnya dapat dilihat dalam Tabel diatas.

2.4 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran penelitian perlu menjelaskan secara teoritis antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan pada uraian sebelumnya maka kerangka pemikiran peneliti dalam penelitian ini adalah pendapatan keluarga perempuan pedagang pasar (sebagai variabel terikat) yang dipengaruhi oleh umur, waktu kerja, tingkat pendidikan, jumlah anak (sebagai variabel bebas).

Dari beberapa referensi teori yang dijabarkan sebelumnya, tulisan ini mencoba mengkaji bagaimana pendapatan perempuan pedagang pasar di Kecamatan Pamanukan Kabupaten Subang. Desa Mulyasari dan Desa Pamanukan merupakan salah satu tempat aktivitas kegiatan pasar di Kecamatan Pamanukan hal ini di karenakan daerah tersebut secara geografis masyarakat Kecamatan Pamanukan sangat diuntungkan dari sisi lokasi pasar terletak di pusat kegiatan Kecamatan Pamanukan dan seluruh penduduk bisa mengakses pasar tersebut. Pendapatan pedagang pasar perempuan di Desa Mulyasari dan Desa Pamanukan Kecamatan Pamanukan Kabupaten Subang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu umur, waktu kerja, tingkat pendidikan, jumlah anak.

Umur seseorang ada masa-masa produktif dan sudah tidak produktif, masa produktif dari 15-50 tahun setelah >50 tahun produktifitas menurun, jadi pengaruh umur bisa positif terhadap pendapatan keluarga perempuan pedagang pasar dan bisa juga negatif terhadap pendapatan perempuan pedagang pasar. Ini kenyataan bahwa dalam umur tersebut, banyak orang yang pensiun dini atau yang secara fisik (Simanjuntak, 2001:48).

Semakin tinggi Waktu Kerja yang dicurahkan oleh perempuan pedagang untuk melakukan pekerjaan berdagang, maka semakin tinggi pula kesempatan perempuan pedagang untuk mendapatkan tambahan pendapatan. Artinya, Waktu Kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap pendapatan keluarga (widiandarini, 2001 dalam Artini dan Handayani,2009:10). Tingginya tuntutan sosial ekonomi mendorong kaum perempuan untuk ikut bekerja dalam waktu yang lebih lama, sebagai upaya mengatasi masalah rendahnya pendapatan yang diterima dari hasil pekerjaannya.

Tingkat Pendidikan menjadi faktor penting karena ilmu yang di peroleh akan bermanfaat dengan cara terjun langsung di pasar mengelola dagangan, dipasar tersebut pedagang menjalankan usahanya untuk memperoleh pendapatan, dimana hasil berdagang yang nantinya akan mempengaruhi pendapatan keluarga perempuan pedagang pasar , sehingga semakin besar pengetahuan cara berdagang semakin besar pendapatan yang akan diterima pedagang dari hasil berdagang tersebut, sama halnya menurut Marhaeni dan Manuati (2004:214) orang dengan pendidikan lebih tinggi mulai dengan pendapatan yang lebih rendah, tetapi dengan cepat menyalip mereka yang memiliki pendidikan yang lebih rendah sehingga dapat

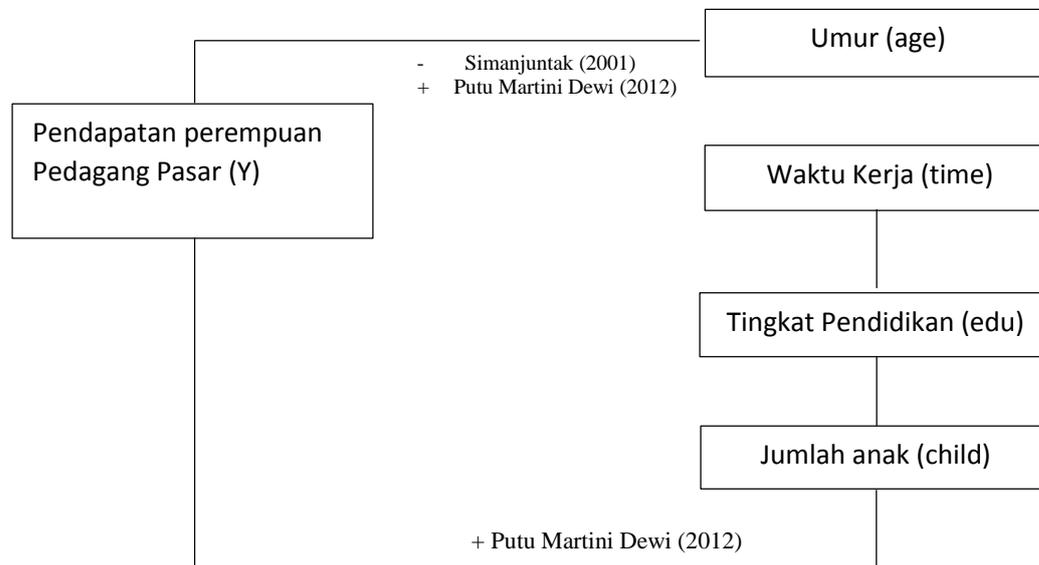
menikmati rata-rata pendidikan yang lebih tinggi dalam sisa umur pekerjaannya. Maka pendidikan memiliki hubungan yang positif terhadap pendapatan keluarga.

Meningkatnya jumlah anak yang dimiliki pedagang, maka semakin banyak tanggungan semakin banyak usaha dicurah untuk meningkatkan pendapatan. Hal ini berarti semakin banyak waktu digunakan untuk berdagang semakin bertambah pendapatan keluarga perempuan pedagang pasar. Jadi banyak anak terhadap pendapatan keluarga hubungannya positif (Bhasin, 1996:5).

Pendapatan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menentukan laba atau rugi dari suatu usaha, laba atau rugi tersebut diperoleh dengan melakukan perbandingan antara pendapatan dengan beban atau biaya yang dikeluarkan atas pendapatan tersebut. Besar kecilnya biaya yang dikeluarkan menentukan jumlah besar kecilnya pendapatan yang diperoleh. Jumlah pendapatan merupakan komponen dari biaya yang dikeluarkan oleh pedagang, semakin banyak barang yang dijual semakin besar pendapatan pedagang yang diperoleh dari hasil penjualan (Husnayetti, Alida Wahyuni dan Sulistyio Seti Utami, 2005).

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah pendapatan keluarga perempuan pedagang pasar di Kecamatan Pamanukan dipengaruhi beberapa faktor diantaranya adalah umur, waktu kerja, pendidikan, jumlah anak. Variabel tersebut sebagai variabel bebas dan variabel terikat yaitu pendapatan keluarga diukur dengan alat analisis regresi berganda untuk mendapatkan signifikan. Untuk memperjelas faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan keluarga dapat dilihat dalam Gambar. 2.2 sebagai berikut.

Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 2.1

2.5 Hipotesis

Dari permasalahan dan teori yang ada maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

1. Umur diduga berpengaruh negatif terhadap pendapatan perempuan pedagang pasar.
2. Waktu Kerja diduga berpengaruh positif terhadap pendapatan perempuan pedagang pasar.
3. Tingkat Pendidikan diduga berpengaruh positif terhadap pendapatan perempuan pedagang pasar.
4. Jumlah Anak diduga berpengaruh positif terhadap pendapatan perempuan pedagang pasar.