

**ANALISIS DAMPAK RELOKASI PASAR TERHADAP  
PENDAPATAN PEDAGANG BUAH  
DI PASAR RAYA MEDAN MEGA TRADE CENTER**

**SKRIPSI**

Oleh :

**DWI HANDOKO  
NPM : 1504300222**

**Program Studi : AGRIBISNIS**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

**ANALISIS DAMPAK RELOKASI PASAR TERHADAP  
PENDAPATAN PEDAGANG BUAH  
DI PASAR RAYA MEDAN MEGA TRADE CENTER**

**SKRIPSI**

Oleh :

**DWI HANDOKO**  
1504300222  
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 ( S1 ) pada  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah  
Sumatera Utara

Komisari Pembimbing

  
Samsudin, S.P., M.P.  
Ketua

  
Abdul Wahab, S.P., M.P.  
Anggota

Disahkan Oleh :  
Dekan

  
Heri Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 03-10-2019

## PERNYATAAN

Dengan ini saya

Nama : Dwi Handoko

NPM : 1504300222

Menyatakan dengan ini yang sebenarnya, bahwa skripsi ini dengan judul **"ANALISIS DAMPAK RELOKASI PASAR TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG BUAH DI PASAR RAYA MEDAN TRADE CENTRE"** Berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain dari beberapa referensi yang saya masukan, akan saya cantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan yang sesungguhnya dan apabila ternyata ditemukan adanya penjiplakan ( plagiarisme ) yang tidak dapat ditolerin lagi, maka saya bersedia dikenakan sanksi dari fakultas. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 3 Oktober 2019



Dwi Handoko

## RINGKASAN

**DWI HANDOKO ( 1504300222 )** Dengan Judul **Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Buah di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre**. Penelitian ini dibimbing oleh **Ibu Sasmita Siregar ,S.P.,M.Si** sebagai Dosen pembimbing I dan **Bapak Akbar Habib, S.P., M.P** sebagai Dosen pembimbing II.

Buah–buahan adalah salah satu komoditi yang penting untuk dikembangkan guna memenuhi konsumsi di dalam negeri maupun diluar negeri. Permintaan buah-buahan yang semakin tinggi juga dapat membuka peluang bagi usaha agribisnis, sehingga diharapkan dapat bersaing dipasar saat ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kehidupan manusia tidaklah terlepas dari usaha-usaha ekonomi, pihak pemerintah dalam hal menanggulangi perekonomian untuk masyarakat membangun pasar agar ditata dengan baik demi tujuan mencapai kehidupan masyarakat yang adil dan makmur,

Pasar identik dengan kondisi yang kumuh, kotor dan bau, sehingga memberikan atmosfer yang tidak nyaman, selain itu maraknya pedagang membuat kemacetan lalu lintas dan kondisi tempat untuk berjualan yang tidak layak ditempati oleh para pedagang.

Adanya upaya pemindahan lokasi pasar sering kali mendapat kendala, banyak pasar setelah direnovasi justru menjadi sepi dan ditinggalkan pedagang dan pembeli. Relokasi pasar ini bertujuan untuk mencapai kehidupan masyarakat yang adil dan makmur serta penataan ruang disekitar pasar yang tidak tertata. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti Dampak Relokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Buah serta Bagaimana Tanggapan para pedagang terhadap lingkungan relokasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pendapatan pedagang setelah direlokasi apakah ada perbedaan pendapatan serta tanggapan para pedagang pasca direlokasi ke pasar yang baru. Pada penelitian ini menggunakan metode penentuan lokasi secara purposive ( sengaja ), metode penarikan sampel dengan teknik simpel random sampling, metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara serta observasi langsung, dan metode analisis data menggunakan uji normalitas dari pendapatan yang diterima oleh pedagang baik itu sebelum dan sesudah direlokasi, untuk melihat distribusi data, apakah normal atau tidak, agar alat statistik yang digunakan tepat, serta untuk melihat tanggapan para pedagang peneliti menggunakan analisis deskriptif dengan skala rating.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah di relokasi, juga para pedagang merasa sangat sesuai dengan lokasi, sangat sesuai dengan fasilitas, sesuai dengan keamanan dan tidak sesuai dengan harga sewa.

**Kata Kunci :** Relokasi pasar, Pedagang buah, dampak, Pendapatan ,persepsi.

## SUMMARY

**DWI HANDOKO ( 1504300222 )** With Thesis **Analysis Of The Impact Of Market Relocation On The Income Of Fruit Traders at Medan Market Pasar Raya Media Trading Center**. This research was guided by **Ms. Sasmita Siregar, S.P., M.Sc** as Advisor I and **Mr. Akbar Habib, S.P., M.P** as advisor II.

Fruit is one of the important commodities to be developed for domestic or foreign consumption. Increasing demand for fruits can also increase opportunities for agribusiness, so it is expected to compete at this time to meet community needs. Human life apart from economic endeavors, the government in tackling the economy for society makes markets well organized with the aim of achieving a just and prosperous society,

The market is identical to slum, dirty and smelly conditions, thus providing an uncomfortable atmosphere, besides that traders make traffic jams and conditions for selling places that are not suitable for traders.

Attempts to relocate market locations were occasionally challenged, many markets after agreeing to the court being quiet and leaving traders and buyers. Market relocation is not intended for structured market space. Therefore the researcher wants to discuss the Impact of Relocation on Fruit Merchant Revenue and how traders respond to the relocation environment.

This study aims to find out how the income of traders after being relocated is there income and responses of traders after being relocated to a new market. In this study using the method of determining location using purposif (intentional), the method of collecting samples with simple random sampling technique, the method of data collection is done by interviews and direct observation, and methods of data analysis using the normality test of funds obtained by buyers both before and after being relocated, to see the distribution data, whether normal or not, so that the statistics used are correct, and to see the responses of the researchers using descriptive analysis with the rating scale.

The results showed that there were differences in income before and after being relocated, also the traders felt they were very in accordance with the location, very in accordance with the facilities, in accordance with security and not in accordance with the rental price.

**Keywords :** Market relocation, fruit traders, perception, income, perception.

## **RIWAYAT HIDUP**

Dwi Handoko lahir di kota Rantau prapat pada tanggal 14 maret 1997. Anak kedua dari dua bersaudara dari ayahanda bernama Husin dan Ibunda Suharni. Pendidikan formal yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut :

1. SDN 112134 (2003-2009)
2. MTS Negri Kampung Baru (2009-2012)
3. SMA Negri 3 Plus Rantau Utara (2012-2015)
4. Diterima menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis (2015)
5. Mengikuti Masa Pengenalan Mahasiswa Baru (MPMB) dan Masa Ta'aruf (MASTA) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2015)
6. Melaksanakan Praktek Kerja Lapangan ( PKL ) di PT. Perkebunan Nusantara IV Unit Kebun Marjandi (2018)

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Karunia nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi. Serta tidak lupa pula shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, Dimana Tugas Akhir Skripsi ini penulis sajikan dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Strata 1 ( S1 ) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul dari skripsi ini adalah **“ANALISIS DAMPAK RELOKASI PASAR TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG BUAH DI PASAR RAYA MEDAN MEGA TRADE CENTER”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kesulitan dan hambatan yang dihadapi, skripsi ini juga jauh dari sempurna baik dari segi penyusunan, bahasa, ataupun penulisannya. Oleh sebab itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sebagai bekal pengalaman untuk menjadi lebih baik dimasa yang akan datang.

Medan, 3 Oktober 2019

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT dan tidak lupa penulis hadirkan atas segala karunia dan hidayah-nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Husin dan Ibunda Suharni atas doa, dukungan dan dorongan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Ir. Hj. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Sasmita Siregar, S.P., M.Si selaku Ketua Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan dukungan moril kepada penulis.

8. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P selaku Anggota Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan dukungan moril kepada penulis.
9. Seluruh Staf pengajar dan karyawan di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Kepada seluruh sampel yang juga banyak membantu dan memberikan keluangan waktu kepada penulis.
11. Kepada abang saya yang bernama Hudi Pratama, S.Pd dan Nenek saya yang bernama Saniem yang telah banyak membantu serta memberi dukungan dan penyelesaian skripsi ini dengan baik.
12. Kepada teman-teman seperjuangan Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara angkatan 2015 yang selalu memberikan bantuan dan semangat kepada penulis, khususnya kepada Agribisnis VI.

Medan, 3 Oktober 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>RINGKASAN .....</b>	<b>i</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	7
Tujuan Penelitian .....	7
Kegunaan Penelitian .....	7
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
Definisi Pasar.....	8
Mekanisme Pasar.....	9
Pasar tradisional.....	9
Pasar modern .....	10
Pasar semi tradisional modern.....	10
Relokasi .....	10
Lokasi .....	11
Dasar hukum relokasi pasar.....	12
Biaya Total .....	13
Penerimaan .....	13
Pendapatan.....	14
Pedagang.....	15
Jenis-jenis pedagang .....	15
Persepsi .....	16
Penelitian terdahulu .....	16
Kerangka pemikiran.....	17

<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
Metode Penelitian .....	19
Metode Penentuan Lokasi Penelitian .....	19
Metode Penarikan Sampel .....	20
Metode Pengumpulan Data .....	21
Metode Analisis Data .....	21
Defenisi Dan Batasan Operasional .....	26
<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
Deskripsi Umum Daerah Penelitian .....	27
Letak dan luas daerah .....	27
Daerah lokasi penelitian .....	27
Sarana dan prasarana umum .....	29
Karakteristik responden .....	31
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
Pendapatan pedagang buah sebelum dan sesudah di relokasi .....	33
Pendapatan bersih .....	39
Uji normalitas .....	40
Uji paired sampel T-Test .....	40
Persepsi pedagang buah terhadap pasar MMTC .....	43
Persepsi pedagang buah terhadap lokasi pasar .....	43
Persepsi pedagang buah terhadap fasilitas pasar .....	44
Persepsi pedagang buah terhadap keamanan pasar .....	45
Persepsi pedagang buah terhadap harga sewa pasar .....	46
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>47</b>
Kesimpulan .....	47
Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>

## DAFTAR TABEL

1.	Indikator skor variabel.....	24
2.	Interval skor jawaban rating scale .....	24
3.	Daftar potensi pasaraya medan mega trade center .....	28
4.	Jenis Kelamin informan pedagang buah.....	31
5.	Karakteristik usia pedagang buah.....	31
6.	Tingkat pendidikan responden.....	32
7.	Harga jual setiap jenis buah yang akan diperdagangkan .....	33
8.	Jumlah buah yang akan dijual.....	34
9.	Jumlah total modal tiap responden .....	35
10.	Jumlah biaya pengeluaran pedagang .....	36
11.	Jumlah total harga buah terjual.....	37
12.	Jumlah total harga buah tidak terjual.....	38
13.	Pendapatan bersih .....	39
14.	Persepsi pedagang buah terhadap lokasi.....	43
15.	Persepsi pedagang buah terhadap fasilitas.....	44
16.	Persepsi pedagang buah terhadap keamanan.....	45
17.	Persepsi pedagang buah terhadap harga sewa .....	46

## DAFTAR GAMBAR

1.	Bagan kerangka pemikiran .....	18
2.	Struktur Organisasi Pasar MMTC .....	29

## DAFTAR LAMPIRAN

1.	Kuesioner.....	51
2.	Perbandingan jumlah buah yang akan dijual .....	57
3.	Perbandingan total modal buah tiap responden .....	58
4.	Biaya pengeluaran pedagang buah saat di pasar Sentral .....	59
5.	Biaya pengeluaran pedagang buah saat di pasar MMTC .....	60
6.	Perbandingan total harga buah yang terjual per bulan .....	61
7.	Perbandingan total harga buah yang tidak terjual per bulan.....	62
8.	Perbandingan total pendapatan bersih tiap responden .....	63
9.	Data responden .....	64
10.	Uji normalitas .....	65
11.	Paired T-Test .....	66
12.	Rekapitulasi hasil kuesioner .....	67
13.	Uji validitas.....	68
14.	Uji reabilitas .....	73

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Dalam kehidupan masyarakat tidak terlepas dari kegiatan ekonomi, dimana kegiatan ekonomi adalah tanda-tanda adanya kehidupan didalam masyarakat. Oleh karena itu demi menjalankan suatu kegiatan usaha akan ada tantangan dan rintangan baik yang datang dari dalam maupun dari luar kegiatan. Pemerintah dalam hal ini untuk menanggulangi perekonomian bagi masyarakat membuat pasar agar ditata menjadi lebih baik demi terwujudnya seperti yang ada di dalam tujuan negara kita untuk mencapai kehidupan untuk masyarakat yang adil dan makmur, sama halnya pemerintah kota medan memberikan kesempatan bagi masyarakat khususnya para pedagang untuk melakukan kegiatannya usaha.

Peranan pasar sangatlah penting dalam kegiatan perekonomian yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mencapai kepuasan dalam proses transaksi ekonomi berupa barang dan jasa. Pasar adalah suatu wilayah tertentu yang menghubungkan antara produsen dan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli, pasar memiliki berbagai fungsi dan peran, salah satunya adalah sebagai tempat berkumpul atau interaksi sosial dan berkreasi. Pola pengelolaan pasar dilakukan dengan banyak cara, antara lain adalah pemugaran, stabilitas/pengaturan, dan relokasi/pemindahan.

Pasar merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli merupakan sarana penggerak perekonomian yang dimana tidak terlepas dari komunitas pedagang sebagai kecil, maka modal yang diperlukan juga terbilang kecil, bahkan sistem pengolahannya sangat sederhana. Meskipun dengan modal kecil tersebut, orang-orang yang bekerja di sektor informal tersebut mampu mempertahankan

hidupnya. Di Sumatera sendiri, pasar menjadi salah satu perhatian pemerintah, karena pasar dinilai sebagai penggerak roda ekonomi yang cukup berpengaruh, pemerintah merasa perlu mengatur sedemikian rupa agar kegiatan ekonomi yang berlangsung di pasar berjalan dengan efektif.

Dalam hal ini dari sisi ekonomi, semakin bertambahnya jumlah pusat perdagangan baik yang tradisional, modern, tradisional modern untuk memberikan adanya peluang kerja bagi banyak orang, dalam hal ini berarti kehadiran pusat perdagangan ikut serta dalam mengentaskan masalah pengangguran dan kemiskinan yang ada di lingkungan masyarakat.

Pendirian suatu usaha sekecil apapun akan selalu menimbulkan dampak ekonomi. Dampak ekonomi itu dapat berupa besarnya kerugian akibat dari peralihan fungsi lahan atau tanah ke lokasi usaha. Relokasi pasar adalah perpindahan lokasi dagang ke tempat yang lebih nyaman dan teratur yang telah ditentukan sebelum lokasi dagang selesai dibangun para pedagang ditempatkan ke tempat yang telah disediakan yaitu pengungsian atau pos-pos yang telah disediakan oleh pemerintah daerah tersebut.

Menurut data kependudukan di kota Medan, sektor perdagangan merupakan salah satu mata pencaharian terbesar. Sejumlah 20.424 jiwa dari 2.983.868 jiwa penduduk kota Medan mencari nafkah di sektor ini, mereka tersebar di 21 kecamatan di seluruh kota Medan dan juga terpusat di beberapa tempat yang disebut dengan sebutan pasar atau yang biasa dikenal dengan “pajak”. Luas pasar atau pajak penduduknya adalah 170.587,67M<sup>2</sup> dan pasar ini terbagi atas 55 pasar yang tergolong kecil, sedang dan besar.

Dalam hal ini yang berpotensi untuk membangun pasar sebagai sarana tempat kegiatan berdagang yaitu pemerintah kota daerah. Karena dalam hal ini para pedagang yang menduduki pasar dapat memberikan masukan kontribusi bagi kas pemerintah daerah yang terlibat. Sebagaimana ditulis didalam peraturan daerah tingkat II Kota madya medan No. 3 tahun 1987 tentang susunan organisasi PD.

Pasar tradisional identik dengan kondisi yang kumuh, kotor, dan bau, sehingga memberikan atmosfer yang tidak nyaman dalam berbelanja, Selain itu maraknya Pedagang membuat kemacetan lalu lintas dan kondisi tempat untuk berjualan tidak layak ditempati oleh para pedagang. Sehingga membuat para pembeli tidak merasa aman dan nyaman untuk berbelanja dikarenakan kendaraan yang lalu lalang.

Pasar sentral adalah pusat pasar yang mempunyai jumlah pedagang sangat banyak, karena keberadaan pasar ini sangat luas dan letak pasar yang berada di pusat kota. Dalam hal ini pasar sentral yang ada di kota medan berada disekitar jalan sutomo, veteran, bulan, bintang. Pasar sentral ada dan mulai aktif pada tahun 1980-an. Kata sentral juga berawal dari nama pasar sebagai pusat pasar besar. Meskipun pasar ini tidak hanya di jalan sutomo, bulan, bintang, akan tetapi masyarakat umum lebih suka atau lebih mengenalnya dengan nama pasar sentral. Pada awal masuknya pedagang yang berjualan disini merupakan pedagang pasar mercubuana, mereka masuk karena pasar mercubuana ini terbakar dan tidak dapat dengan cepat untuk diperbaiki. Sehingga para pedagang direlokasi oleh pihak PD Pasar kedepan terminal angkutan kota, sebagai tempat mereka berjualan sementara.

Kebijakan ini dibikin oleh karena tidak ada lahan yang tepat untuk memindahkan pedagang ketempat yang lain. Kemudian Perusahaan daerah Pasar membuat kantor Perusahaan daerah Pasar untuk menampung, dan mendata atau mengatur para pedagang berjualan, maka dibuatlah kantor Perusahaan daerah Pasar Penampung. Yang diharapkan pemerintah dari Perusahaan daerah pasar ini dapat mengontrol dan mengatur para pedagang yang ada.

Awalnya para pedagang disini menjual sayuran, buah dan berbagai macam ikan kering namun dalam hal ini seiring berjalannya waktu, pasar ini tidak butuh waktu lama mendapat kejayaan sebab pasar sentral ini berkembang dengan sangat cepat, para pembeli berdatangan sangat banyak dari berbagai tempat sehingga pasar ini merupakan pasar tradisional yang paling besar dan maju karena lengkap menjual segala jenis kebutuhan dapur yang dicari oleh pelanggan. Sejalan dengan itu, jumlah pedagang juga semakin banyak memenuhi jalan, para pedagang mulai berjualan di pinggir jalan dan diteras ruko yang ada di jalan bulan, jalan bintang, jalan veteran, jalan seram dan jalan sutomo.

Dalam beberapa hal diatas Pemerintah sulit mengatasi pedagang yang semakin hari semakin bertambah banyak ditambah dari antusias nya para pembeli untuk belanja di pasar ini, sehingga pemerintah pada saat itu tidak dapat memindahkan pasar ini ketempat yang lebih layak, semacam ada pembiaran yang dilakukan sebelum benar-benar nantinya akan dipindahkan atau direlokasi.

Adapun upaya pemindahan lokasi pasar sering kali mendapat kendala, yaitu rancangan bangunan yang tidak sesuai dengan faktor finansial yang terkait dengan tarif sewa ruang di dalam pasar. Sehingga apabila dilakukan upaya pemindahan pasar, maka pertimbangannya adalah rancangan bangunan pasar yang sesuai dana

komodatif, tingkat harga sewa, rencana yang terperinci dan jarak lokasi berjualan dari tempat berjualan semula.

Dalam beberapa kasus banyak pasar tradisional pasca diperbaiki menjadi sepi, ditinggalkan pedagang dan pembeli. Pasar yang ada dipusat kota medan merupakan suatu sarana perkotaan terdapat pasar besar yaitu salah satunya pusat pasar sentral yang ada di jalan bintang, sama seperti pasar tradisional pada umumnya seringkali dianggap kumuh, kotor, dan tidak terawat. Sehingga pemerintah kota medan berupaya untuk melakukan penataan menjadi pasar modern terhadap pasar tradisional yang ada di kota medan, lalu pemerintah mengambil kebijakan dengan merelokasi pasar yang ada di kota medan seperti pusat pasar sentral yang ada di jalan bintang, pada awalnya pedagang di pisah menjadi dua sebagian pindah ke pasar loci yang ada di tuntungan tetapi karena jauh para pedagang memilih ke pasar Medan Mega Trade Centre walaupun tingkat harga sewa mahal.

Relokasi pasar ini bertujuan untuk penataan ruang disekitar pasar yang tidak tertata, pemindahan lokasi pasar ke tempat yang lebih strategis ini supaya dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan daya tampung pedagang serta pembeli. Peningkatan daya tampung tersebut diharapkan membantu para pedagang untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan kesejahteraan pedagang.

Berdasarkan pengamatan penulis keadaan daerah yang dimaksud tersebut merupakan daerah keberadaan pedagang yang tidak tertata dengan baik, terjadi kesemrawutan di daerah ini disebabkan semakin banyak jumlah pedagang yang berada di daerah ini disebabkan semakin banyak jumlah pedagang yang berada di area tersebut. Lokasi pedagang yang tidak tertata dengan baik merupakan

masalah kompleks karena selain merusak keindahan dan melanggar etika ruang kota, keberadaan pedagang juga dapat menimbulkan kemacetan. Oleh sebab itu diperlukan langkah perencanaan yang matang.

Selain itu berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada pedagang buah, langkah yang diambil pemerintah untuk memindahkan para pedagang menimbulkan masalah baru bagi pedagang, sulitnya mencari pelanggan baru karena sepi pembeli dan besarnya harga sewa lapak. Yang mana akan mempengaruhi pendapatan para pedagang.

Seiring berjalannya waktu, terkadang pasar mengalami perpindahan lokasi karena hal-hal tertentu seperti tanah yang ditempati milik Negara yang suatu saat bisa terjadi penggusuran karena menimbulkan kemacetan atau tempat tersebut akan digunakan untuk hal lain dan sebagainya inilah alasan pemerintah melakukan relokasi pedagang, Dalam hal ini dampak relokasi mempengaruhi terhadap pendapatan pedagang buah. Maka dari itu. Peneliti memilih tempat penelitian ini yaitu pasar Medan Mega Trade Centre karen ingin mengetahui lebih jelas bagaimana dampak relokasi terhadap pendapatan pedagang sebelum dan sesudah di relokasi ke pasar Medan Mega Trade Center.

Berdasarkan uraian di atas, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui apakah Dampak relokasi terhadap pendapatan dalam hal ini khususnya pedagang buah dan bagaimana pandangan para pedagang mengenai adanya pasar Medan Mega Trade Center, Maka dari itu penelitian ini berjudul :

## **Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Buah (Pasar Raya Medan Mega Trade Centre).**

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pendapatan pedagang buah sebelum dan sesudah di relokasi ke pasar medan mega trade center ?
2. Bagaimana persepsi pedagang mengenai pasar medan mega trade center ?

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui adanya perbedaan pendapatan pedagang buah sebelum dan sesudah di relokasi ke pasar Medan Mega Trade Center.
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi pedagang mengenai pengelolaan pasar raya medan mega trade center.

### **Kegunaan Penelitian**

1. Sebagai gambaran dan informasi mengenai analisis dampak relokasi pedagang terhadap pendapatan pedagang buah dalam kegiatan yang dilakukan pedagang buah untuk melakukan usaha dagangnya sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam upaya peningkatan taraf hidup pedagang.
2. Sebagai bahan referensi pembaca atau peneliti lainnya yang berkaitan dengan penelitian mengenai analisis dampak relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang buah.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Definisi Pasar

Pasar adalah suatu lokasi dimana konsumen dan produsen saling berkaitan satu sama lainnya, untuk melakukan pertukaran barang maupun jasa pada waktu-waktu tertentu. Menurut peraturan presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Dari definisi ini, ada empat poin penting yang menonjol yang menandai terbentuknya pasar, yaitu :

1. Adanya penjual dan pembeli.
2. Mereka bertemu di sebuah tempat tertentu.
3. Terjadinya kesepakatan di antara penjual dan pembeli. Sehingga terjadi jual beli atau tukar menukar.
4. Antara penjual dan pembeli kedudukannya sederajat.

Peraturan presiden RI No. 112 tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah 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 dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar-menawar. Lebih lanjut menurut perpres tersebut, pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten.

pasar merupakan tempat yang dapat menghubungkan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang atau jasa. Pasar juga didefinisikan sebagai tempat terjadinya proses penentuan harga. Menurut sistem kapitalis pasar berperan penting dalam menggenakan roda ekonomi masyarakat, akan tetapi, peran pemerintah dalam pengawasan pasar sangat terbatas, sehingga dalam sistem kapitalis memungkinkan adanya praktek monopoli, di mana para pemilik modal/penguasa yang dapat mengendalikan harga. Dampaknya harga yang terbentuk bukan merupakan hasil permintaan dan penawaran, tetapi ketentuan dari pemilik modal. Oleh karena itu pasar yang berjalan bukan merupakan pasar yang bersaing sempurna. (Rozalinda,2014)

### **Mekanisme Pasar**

Dalam kajian ekonomi secara mikro, pembahasan didasarkan pada perilaku individu sebagai pelaku ekonomi yang berperan menentukan tingkat harga dalam proses mekanisme pasar. Mekanisme pasar itu sendiri adalah interaksi yang terjadi antara permintaan (demand) dari sisi konsumen dan penawaran (supply) dari sisi produsen, sehingga harga yang diciptakan merupakan perpaduan dari kekuatan masing-masing pihak tersebut. Oleh karena itu, maka perilaku permintaan dan penawaran merupakan konsep dasar dari kegiatan ekonomi yang lebih luas (Fattah,2017)

### **Pasar tradisional**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri atas kios-kios atau gerai, los yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar, sebagian besar pasar menjual kebutuhan sehari-hari seperti

bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain/pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu adapula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya (Nurul,2017)

### **Pasar modern**

Pasar modern merupakan pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, department store, dan shopping center dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi dengan label harga yang pasti sebagaimana dimaksud dalam keputusan menteri perindustrian dan perdagangan nomor 420/MPP/Kep/10/1997 (Rusham, 2016)

### **Pasar Semi Tradisional Modern**

Pasar semi tradisional modern merupakan pasar yang mengalami transisi dari pasar tradisional menuju pasar modern. Dapat diartikan modern karena bentuk fisik bangunan yang tertata rapi dan tertib antara stand satu dengan stand yang lainnya serta manajemen pasar tersusun secara terorganisir. Tetapi pasar jenis ini masih ditandai dengan adanya transaksi penjual dengan pembeli secara langsung yang biasanya ada proses tawar-menawar. Barang-barang yang dijual terdiri dari makanan pokok, buah, fashion, hingga kebutuhan sehari-hari yang dapat bertahan lama, seperti gula, garam, sabun, dan lainnya (Nurul,2017)

### **Relokasi**

Dilihat dari konsep relokasi bahwa definisi paling sederhana adalah memindahkan dari lokasi satu ke lokasi lain. Namun dalam implementasinya

relokasi mencakup berbagai bidang termasuk tata ruang, dinamika sosial ekonomi maupun adaptasi pada hal baru (Armi,2016)

Lokasi dan kualitas tempat relokasi baru adalah faktor penting dalam perencanaan relokasi, karena sangat menentukan hal-ha seperti kemudahan menuju ke lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha, kredit dan peluang pasar. Setiap lokasi mempunyai keterbatasan dan peluang masing – masing. Memilih lokasi yang sama baik dengan kawasan yang dahulu dari segi karakteristik lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi akan lebih memungkinkan dan pemulihan pendapatan bersih (luluk,2016)

### **Lokasi**

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik, pertanian, pertambangan, sekolah, dan tempat ibadah tidak asal saja atau acak berada dilokasi tersebut, melainkan menunjukkan pola dan susunan yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti (Aji,2012)

Lokasi merupakan salah satu faktor strategi usaha bisnis yang penting. Dengan demikian lokasi harus dipilih dengan cermat dan hati-hati, serta mempertimbangkan berbagai macam aspek. Pertimbangan memilih lokasi sangat terkait dengan jenis dan skala usaha, pertimbangan yang ada menurut Russel dan Taylor , chase , aquilano, dan jacobson , serta chase dan aquilano yang perlu mendapat perhatian manajemen adalah sebagai berikut: perencanaan jangka

panjang perusahaan, kedekatan dengan sumber bahan, kedekatan dengan pasar, iklim bisnis, biaya total produksi, ketersediaan infrastruktur, ketersediaan tenaga kerja dan kualitas tenaga kerja, ketersediaan pembekal, kebijakan pemerintah dan resiko politik, zone perdagangan bebas, blok perdagangan, keamanan, aturan lingkungan, penerimaan masyarakat lokal, keunggulan bersaing (Haming.2014)

### **Dasar Hukum Relokasi Pasar**

Dasar hukum terkait dengan relokasi pasar adalah sebagai berikut :

- a. Peraturan presiden nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional pusat perbelanjaan dan toko modern.
- b. Peraturan menteri perdagangan nomor 70M-DAG/PER/12/2013 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern sebagaimana telah diubah dengan peraturan menteri dalam negeri republik indonesia nomor 41 tahun 2012 tentang pedoman penataan dan pemberdayaan pedagang kaki lima ( berita negara republik indonesia tahun 2012 nomor 607 ).
- c. Lalu dalam peraturan daerah kota medan no 10 tahun 2014 pasal 11 ayat 2, penggolongan pasar ada 3 jenis kegiatan pasar yaitu pasar induk, pasar eceran, dan pasar khusus. Adapun yang dimaksud pasar induk adalah pasar yang menunjukkan perdagangan sebagai pusat pengumpulan, pusat pelanggan, pusat penyimpanan, pusat penjualan barang-barang. Pasar eceran adalah termasuk pasar yang menjual berbagai jenis baran dalam jumlah kecil yang waktu kegiatannya relatif singkat. Sedangkan pasar khusus adalah yang memperjual belikan jenis barang tertentu.

## **Biaya Total**

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu, dalam arti sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva yang disebut dengan istilah harga pokok. Biaya total (total cost) adalah keseluruhan dari jumlah biaya yang dikeluarkan. Sedangkan pengertian total cost yaitu penjumlahan dari biaya tetap maupun biaya variabel yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

Biaya total digunakan untuk mengetahui besarnya penerimaan yang diterima pedagang dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana

TC = Total biaya

TFC = Total Biaya tetap

TVC = Total Biaya tidak tetapi

(Soekartawi,2010)

## **Penerimaan**

Penerimaan adalah jumlah total harga dikali jumlah produk yang dijual. Terdapat dua bentuk penerimaan yaitu penerimaan kotor dan penerimaan bersih, penerimaan kotor merupakan penerimaan yang berasal dari penjualan hasil produksi yang didapat melalui perkalian jumlah produksi dengan harga jualnya.

Dalam perhitungannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TR = P \cdot Q$$

Dimana:

TR = Total Penerimaan

P = Harga produk

Q = Jumlah produk

(aditya,2017)

### **Pendapatan**

Keuntungan (pendapatan bersih/total), keuntungan merupakan sasaran dan tujuan akhir yang hendak dicapai oleh setiap usaha. Pendapatan bagi setiap pengusaha diidentik dengan keuntungan dimana keuntungan itu sendiri adalah selisih jumlah penerimaan yang diterima dengan jumlah biaya yang telah dikeluarkan. Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh dari suatu pengorbanan yang efektif dan efisien, selain itu pendapatan merupakan nilai moneter dari pengalihan hak atas barang atau jasa melalui transaksi penjualan kepada pelanggan,

Dirumuskan :

$NI = TR - TC$

Dimana :

NI = Net Income (Pendapatan Bersih)

TR = Total Revenue (Total penerimaan)

TC = Total Cost (Total biaya)

(Soekartawi,2010)

## **Pedagang**

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam ekonomi pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan, yaitu :

- a. Pedagang distributor (tunggal) yaitu pedagang yang memegang hak distribusi atau produk dari perusahaan tertentu.
- b. Pedagang (partai) besar yaitu pedagang yang membeli suatu produk dalam jumlah besar yang dimaksud untuk dijual kepada pedagang lain.
- c. Pedagang eceran yaitu pedagang yang menjual produk langsung kepada konsumen.

## **Jenis-Jenis Pedagang**

Ada beberapa jenis pedagang yaitu sebagai berikut :

- a. Pedagang tetap

Pedagang tetap adalah setiap pedagang yang melakukan kegiatannya secara tetap dengan menggunakan tempat berjualan secara permanen di area pasar dan lingkungan pasar.

- b. Pedagang tidak tetap

Pedagang tidak tetap adalah pedagang yang melakukan kegiatannya tidak mempergunakan tempat dagang secara permanen di area pasar dan lingkungan pasar.

## **Persepsi**

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkannya. Persepsi adalah memberikan makna kepada stimulus. (Aminudin,2010)

Dari penjelasan diatas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga bentuk tanggapan yang terjadi dalam individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya terhadap suatu objek.

## **Penelitian terdahulu**

Penelitian terdahulu memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain, baik dalam bentuk jurnal maupun skripsi. Penelitian yang ada telah mendasari pemikiran penulis dalam penyusunan skripsi. Adapun penelitiannya yaitu sebagai berikut :

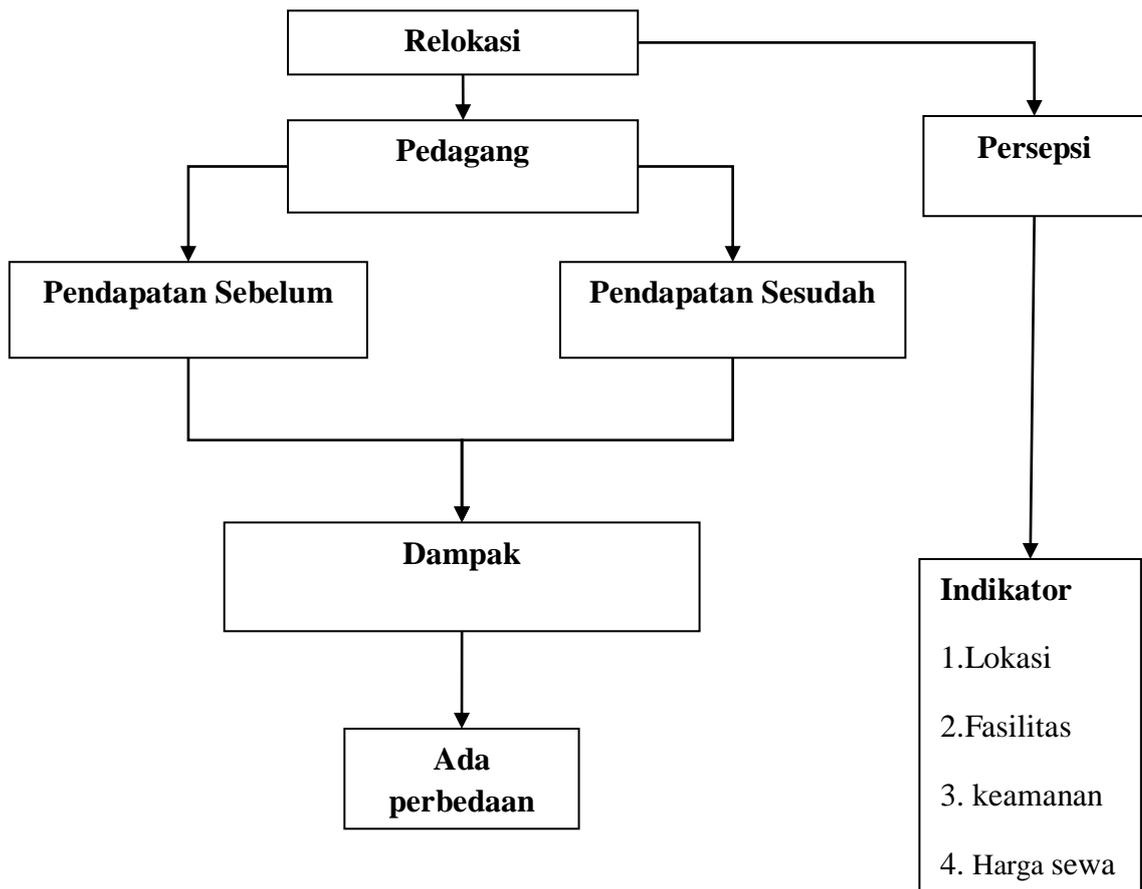
- a. Penelitian yang dilakukan oleh ketut ayuningsasi, yang berjudul *Analisis pendapatan pedagang sebelum dan sesudah program revitalisasi pasar tradisional di kota Denpasar ( studi kasus pasar sudha merta desa sidakarya )*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pendapatan penjual di pasar Sudha Merta di Desa Sidakarya. Data yang digunakan adalah data primer, terdiri dari pendapatan penjual sebelum dan sesudah program revitalisasi pasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan penjual sebelum dan sesudah program revitalisasi pasar berbeda nyata. Untuk meningkatkan pendapatan penjual, disarankan untuk memperbaiki tidak hanya lingkungan pasar tradisional, tetapi juga distribusi barang,

manajemen pasar, dan teknik pemasaran. Pengambilan sampel dengan rumus slovin sebanyak 45 sampel.

### **Kerangka Pemikiran**

Kebijakan penataan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern dari kementerian perdagangan yang memberi wewenang kepada pemerintah daerah dalam mengimplementasikan peraturan tersebut. Dalam hal ini pemerintah daerah deliserdang dalam upaya menata pasar tradisional yang telah menimbulkan berbagai masalah publik serta dalam upaya memperbaiki taraf hidup para pedagang tradisional di tengah persaingan dengan pasar-pasar modern. Membuat kebijakan program relokasi pasar. Dalam hal ini proses relokasi para pedagang akan mempengaruhi pendapatan,

### Bagan 1 Kerangka Pemikiran



**Gambar 1 Kerangka Pemikiran**

Keterangan

————— : Ada Hubungan

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian penulisan adalah (  $H_1$  ) diterima yaitu diduga ada perbedaan terhadap pendapatan pedagang buah sebelum dan sesudah direlokasi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus yaitu penelitian yang dilakukan didasarkan atas kejadian atau fenomena dalam hal ini yang terjadi pada para pedagang buah pasar sentral yang di relokasi ke pasar raya Medan Mega Trade Centre langsung di lapangan. Dalam penelitian ini dilakukan survei mengenai analisis dampak relokasi pedagang buah sebelum dan sesudah di relokasi.

### **Metode Penentuan Lokasi**

Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja namun dengan melihat gejala dampak dari relokasi pedagang mulai dari adanya aksi pedagang terhadap penolakan relokasi pada saat di pasar sentral, ketertarikan peneliti terhadap Relokasi pedagang dari pasar sentral karena banyaknya para pedagang yang direlokasi ke pasar Medan Mega Trade Center berada di jl.wiliem iskandar kec, percut sei tuan, kab. Deli serdang, sumatera utara. awal dibangunnya pasar ini dapat menampung sekitar 2000 los kios untuk pedagang. Salah satu ketentuan program relokasi pemerintah adalah lokasi relokasi pedagang tidak terlalu jauh dari pasar sebelumnya dan strategis, oleh karena itu peneliti memilih pasar Medan Mega Trade Center sebagai lokasi penelitian, pemilihan lokasi ini atas dasar sengaja, dari data yang peneliti baca, Pasar Raya Medan Mega Trade Center baru dibangun dan disahkan pada tahun 2017 untuk menampung para pedagang yang di pindahkan dari pasar sentral, lokasi Pasar Raya Medan Mega Trade Center diantara perbatasan Medan dan Deli Serdang.

### **Metode Penarikan Sampel**

Untuk melakukan penelitian, terlebih dahulu harus diketahui populasi yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang buah yang direlokasi ke pasar Medan Mega Trade Centre berjumlah 90 pedagang buah.

Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan metode simple random sampling yaitu teknik penentuan sampling secara acak berdasarkan nomor urut yang diambil tanpa melihat golongan (Sugiyono, 2012).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang buah pindahan dari pasar Sentral ke pasar Medan Mega Trade Center. Responden yang penulis pilih adalah pedagang pindahan dari pasar sentral atas dasar pedagang sebelumnya telah berdagang dan tetap menjual dagangan yang sama baik itu sebelum dan sesudah direlokasi. pengambilan sampel sebanyak 30 pedagang buah karena sampel dianggap homogen yaitu keseluruhan individu yang menjadi anggota populasi, memiliki sifat-sifat yang relatif sama satu sama lainnya. Ciri yang menonjol dari populasi homogen, tidak ada perbedaan hasil tes dari jumlah tes populasi yang berbeda, maksudnya adalah, gejala yang timbul pada satu kali percobaan atau tes merupakan gejala yang timbul pada seratus kali atau lebih kali tes terhadap populasi yang sama. (Burhan,2005)

Maka dari itu peneliti mengambil ukuran sampel 30, ini juga diperkuat sesuai dengan menurut Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982) memberikan saran – saran tentang ukuran sampel yang layak untuk penelitian antara 30 sampai 500 (Sugiyono, 2016)

### **Metode Pengumpulan data**

Data yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan dengan wawancara dan menggunakan kuisoner. kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden disini peneliti memakai kuesioner dengan menggunakan Rating Scale. Rating Scale digunakan tidak terbatas untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu diberi skor sangat sesuai (5), sesuai (4), Cukup Sesuai (3), tidak sesuai (2), dan sangat tidak sesuai diberi skor (1). (Sugiyono,2016)

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari instansi terkait yaitu pengelola Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

### **Metode Analisis Data**

Untuk rumusan masalah pertama tentang Bagaimana Pendapatan Pedagang Buah Sebelum Dan Sesudah Direlokasi, metode analisis data dilakukan dengan serangkaian tahapan pengujian, mulai dari pengukuran instrumen yaitu pengujian normalitas data dan uji beda, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas karena sampel tidak lebih dari 30 disarankan menggunakan Kolmogorov-smirnov dan QQ plot. Uji dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis tersebut berdistribusi normal atau tidak, sebagai salah satu syarat dari pengolahan data dengan metode parametrik. Bila data yang digunakan tidak berdistribusi normal, maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik dan begitu juga sebaliknya, untuk rumusan masalah kedua dengan rating scale. (Sugiyono,2016)

### Uji normalitas

Uji normalitas data, yaitu untuk menguji apakah data yang tersedia berdistribusi normal atau tidak. Hal ini dilakukan untuk menentukan alat statistik yang digunakan apakah parametrik atau non parametrik (Kadir 2010).

Hipotesis yang akan diuji :

Ho : Data Berdistribusi Normal, jika probabilitas > 0,05, Ho diterima.

H<sub>1</sub> : Data tidak Berdistribusi Normal, jika probabilitas < 0,05, Ho ditolak.

Setelah dilakukan Uji Normalitas Data maka dapat ditentukan alat Uji yang dapat digunakan untuk melihat Bagaimana Pendapatan pedagang buah sebelum dan sesudah di relokasi, jika data berdistribusi normal maka dapat digunakan Uji Paired T-Test, dan jika data tidak berdistribusi normal maka dapat digunakan Uji Wilcoxon. Biasanya sampel homogen yang berjumlah 30 atau lebih berdistribusi normal.

### Uji Paired T-Test

Melakukan uji komparasi dua sampel berpasangan, untuk menguji adakah perbedaan pendapatan pedagang buah sebelum dan sesudah direlokasi. Pengujian menggunakan Paired T-Test apabila datanya berdistribusi normal.

Dengan Rumus :

$$t = \frac{\sum X_1 - \sum X_2}{\sqrt{\frac{(S_1)^2}{n_1} + \frac{(S_2)^2}{n_2} - 2r\left(\frac{S_1}{\sqrt{n_1}}\right)\left(\frac{S_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$$

Keteranngan :

$\sum X_1$  = Rata-rata sampel 1

$\sum X_2$  = Rata-rata sampel 1

$S_1$	=	Simpangan baku sampel 1
$S_2$	=	Simpangan baku sampel 2
$S_1^2$	=	Variansi Sampel 1
$S_2^2$	=	Variansi Sampel 2
$r$	=	Korelasi antara dua sampel

**Untuk pengujian hipotesis :**

$H_0$  : Pendapatan sebelum = Pendapatan sesudah

$H_1$  : Pendapatan sebelum  $\neq$  Pendapatan sesudah

**Dasar pengambilan keputusan :**

Jika nilai  $Sig_{hit} > \text{nilai Sig } \alpha 0,05$  , maka  $H_0$  Diterima, Tidak terdapat perbedaan

Jika nilai  $Sig_{hit} < \text{nilai Sig } \alpha 0,05$  , maka  $H_0$  Ditolak, Terdapat perbedaan

**Analisis deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi data yang mudah dipahami dan dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. data yang diperoleh kemudian dicari skor rata-rata. Analisis deskriptif digunakan dengan menentukan terlebih dahulu rentang skala untuk masing-masing kriteria (Putri,2019).

**Rating Scale**

Dengan rating scale data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Oleh karena itu rating scale ini lebih fleksibel, tidak terbatas untuk pengukuran sikap saja tetapi untuk mengukur persepsi responden terhadap fenomena lainnya. (Sugiyono,2012)

Dengan rating scale, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

**Tabel 1. Indikator skor variabel**

NO.	Kategori Jawaban	Skor
1	Sangat sesuai (SS)	5
2	Sesuai (S)	4
3	Cukup Sesuai (CS)	3
4	Kurang Sesuai (KS)	2
5	Sangat tidak sesuai (STS)	1

Sumber : Sugiyono,2012

### Interpretasi skor perhitungan

Agar mendapatkan hasil intepretasi, terlebih dahulu harus diketahui nilai skor tertinggi ( maksimal ), indeks skor dan intepretasi, terlebih dahulu harus diketahui nilai skor tertinggi ( maksimal ), indeks skor dan interval skor.

1. Menghitung jumlah skor kriterium :

Skor tertinggi rating scale X Jumlah item pertanyaan X Jumlah sampel

2. Menghitung indeks skor 
$$\text{Indeks skor (\%)} = \frac{\text{total skor}}{\text{skor maksimal}} \times 100$$

3. Rumus interval 
$$I = \frac{100}{\text{jumlah skor rating scale}}$$

(Sugiyono.2012)

**Tabel 2. Interval skor jawaban rating scale**

Indeks skor	Keterangan
0 % - 19,99 %	Sangat tidak sesuai
20 % - 39,99 %	Tidak sesuai
40 % - 59,99 %	Cukup sesuai
60 % - 79,99 %	Sesuai
80 % - 100 %	Sangat sesuai

Sumber : Sugiyono,2012

Dengan rating scale ini maka akan didapatkan jawaban berdasarkan pertanyaan yang akan diberikan kemudian dihitung jumlahnya dan kemudian dipresentasikan. Namun untuk menguji apakah instrumen yang digunakan terukur dan akurat maka digunakan uji validitas dan reabilitas terhadap data disini peneliti dengan menggunakan program SPSS 21.

### **Uji Instrumen**

#### **a. Uji validitas**

Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan angka r hitung dan r tabel, jika r hitung lebih besar dari r tabel maka item dikatakan valid dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka item dikatakan tidak valid. R hitung dicari dengan menggunakan program spss, sedangkan r tabel dicari dengan cara melihat tabel r dengan ketentuan r minimal adalah 0,3 (sugiono, 2016).

#### **b. Uji Reabilitas**

Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan angka cronbach alpha dengan ketentuan nilai cronbach alpha minimal adalah 0,6. Artinya jika nilai cronbach alpha yang didapat dari hasil perhitungan spss lebih besar dari 0,6 maka disimpulkan kuesioner tersebut reliabel, sebaliknya jika cronbach alpha lebih kecil dari 0,6 maka disimpulkan tidak reliabel.

1. Jika nilai koefisien reabilitas  $> 0,6$  maka instrumen yang diuji memiliki reabilitas yang baik/ reliabel.
2. Jika nilai koefisien reabilitas  $< 0,6$  maka instrumen yang diuji tersebut tidak reliabel.

### **Definisi dan Batasan Operasional**

1. Pendapatan Pedagang adalah pendapatan yang diukur dalam satuan Rupiah (Rp).
2. Berat buah diukur dengan (Kg)
3. Persepsi adalah cara berpikir yang dilakukan seseorang untuk memahami sesuatu yang ada dilingkungannya melalui alat indra yang dimiliki.
4. Penilaian persepsi diukur dengan angka skor
5. Penelitian dilakukan di pasar raya medan mega trade center
6. Waktu penelitian dilakukan pada tahun 2019
7. Populasi penelitian yang diteliti adalah pedagang buah pindahan dari pasar Sentral ke Pasar Medan Mega Trade Center.
8. Ruang lingkup penelitian peneliti dilakukan terbatas pada bagaimana analisis dampak relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang buah ( studi kasus Relokasi pasar Medan Mega Trade Center ).

## **HASIL PENELITIAN**

### **Deskripsi Umum dan Gambaran Lokasi Penelitian**

Wali Kota Medan, Dzulmi Eldin, mengapresiasi dan mendukung penuh kehadiran Pasar Raya di Komplek Medan Metropolitan Trade Centre, Jalan Wiliem Iskandar, Desa Kenangan Baru, Kecamatan Percut Seituan, Deliserdang. Selain mengakomodir para pedagang, Pasar Raya ini dapat memenuhi segala kebutuhan masyarakat yang bermukim di Kota Medan dan Deliserdang. Sebab lokasinya sangat strategis lantaran berada di antara kedua wilayah sehingga memudahkan masyarakat menjangkanya. Ada 2 provinsi yang terlibat dalam mensuplai sayuran maupun buah di pasar raya yakni Nanggroe Aceh Darussalam dan Sumatera Utara. Disamping itu melibatkan para pedagang yang berasal dari 8 kabupaten/kota di Sumut, seperti kota Pematang Siantar, Kota Binjai, kota Medan serta Kabupaten Langkat.

### **Letak dan Luas Derah**

Pasaraya Medan Mega Trade Center didirikan pada tanggal 7 Oktober 2016 dibawah pengelolaan Chiness Pasaraya Medan Mega Trade Center terletak di Dusun VII, Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang dengan luas pasar lebih kurang 8 Hektar.

### **Daerah Lokasi Penelitian**

Pasaraya Medan Mega Trade Center adalah bertemunya penjual dan pembeli secara langsung melakukan transaksi jual beli yang biasanya dengan pola tawar menawar, pembayaran secara tunai, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios dan los yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Umumnya menjual

kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa buah, sayuran-sayuran, telur, pakaian dan lain-lain. Pasaraya Medan Mega Trade Center yang terletak di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, kawasan Pasaraya Medan Mega Trade Center terletak di kompleks Medan Mega Trade Center Dusun VII Jalan Williem Iskandar.

Untuk kelancaran administrasi pasar ini di pimpin oleh seorang kepala pasar dibantu oleh staff dan beberapa petugas penertiban dan kebersihan pasar. Kegiatan pemasaran tidak cukup hanya ada jalan distribusi antara produsen dan konsumen, seperti adanya distributor, agen, pedagang dan lain-lain. Namun tidak kalah pentingnya juga harus ada ketersediaan atau jalur transportasi yang memadai sebagai sarana mempermudah, mempercepat dan memperpendek jarak tempuh untuk menjaga ketepatan waktu sehingga ada jaminan hasil atau produksi segera ke pasar, pada gilirannya secara ekonomis nilai jual produksi juga akan dapat bersaing di pasar.

a. Potensi pasar yang dikelola Pasaraya Medan Mega Trade Center

Untuk mengetahui berapa besar potensi pasar dapat dilihat dari tabel berikut sesuai dengan data yang diperoleh langsung dari kantor Pasaraya Medan Mega Trade Center.

**Tabel 3. Daftar Potensi Pasar Raya Medan Mega Trade Center**

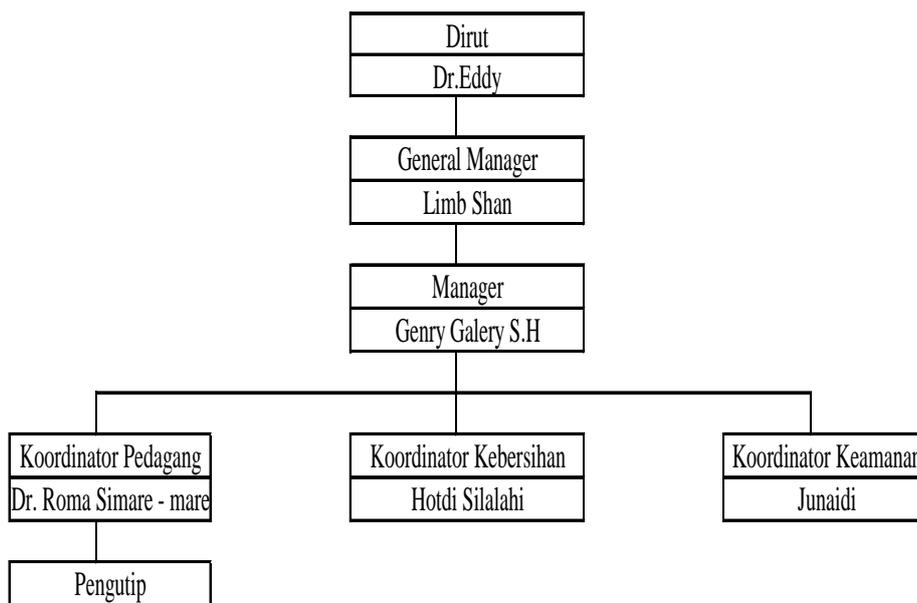
NO	Jenis bangunan	Aktif	Tidak aktif	Jumlah
1.	Kios Sayur	750	290	1040
2.	Kios Buah	90	-	90
3.	Kios Ikan	90	-	90
4.	Sembako	30	10	40
5.	Mesjid	1	-	1
6.	KM/WC	30	-	30
	Jumlah	991	300	1.291

Sumber : Pasar Raya Medan Mega Trade Center

b. Struktur Organisasi Pasaraya Medan Mega Trade Center

Struktur organisasi dapat dilihat dari gambar 2 dimana data diperoleh langsung dari kantor Pasar Raya Medan Mega Trade Center berdasarkan jabatan masing-masing. Adapun struktur organisasi dari Pasar Raya Medan Mega Trade Center Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang

**Gambar. 2 Struktur Organisasi Pasar Raya Medan Mega Trade Center**



**Sarana dan Prasarana Umum**

Sarana dan Prasarana sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana akan mempercepat laju pembangunan, sarana dan prasarana di Pasaraya Medan Mega Trade Center sangat baik, hal ini dapat dilihat dari adanya, keamanan, petugas kebersihan pasar, parkir, tempat ibadah, dan kamar mandi/wc.

a. Keamanan

Pasar Raya Medan Mega Trade Centre dilengkapi dengan anggota keamanan sebanyak 20 orang dan dibagi 2 shift pekerjaan mulai dari jam 2 malam

sampai 1 siang dan jam 2 siang s/d jam 1 malam, Pos keamanan terletak dibagian depan pintu masuk maupun dalam pasar, para petugas keamanan berkeliling disetiap tempat, baik didalam pasar, lokasi parkir, musholah dan kantor untuk memantau keamanan di pasar Pasa Raya Medan Mega Trade Center pada saat konsumen berbelanja, kewanan di pasar Medan Mega Trade Center juga dilengkapi dengan kamera cctv.

b. Petugas kebersihan pasar

Membersihkan sampah sampah yang berserakan, menjaga kebersihan lingkungan sekitar pasar, petugas kebersihan di pasar Medan Mega Trade Center mempunyai satu mobil pengangkut sampah, dengan 7 orang petugas kebersihan. Dengan waktu jam bekerjanya petugas keberihan pada saat 5 sore dan jam 3 pagi hari, karena pada saat itu para pedagang belum sepenuhnya beraktivitas.

c. Parkir

Pasa Raya Medan Mega Trade Center menyediakan jasa parkir untuk kendaraan roda dua, kendaraan roda tiga dan kendaraan roda empat, dengan dikenakan tarif sebesar Rp.2.000 untuk roda dua, Rp.3.000 untuk roda tiga, dan Rp. 4.000 untuk roda empat.

d. Mesjid

Salah satu tempat ibadah yang terdapat di Pasa Raya Medan Mega Trade Center adalah mesjid yang terletak di tengah Pasar Raya Medan Mega Trade Centre sehingga memudahkan para pedagang maupun konsumen untuk beribadah.

e. Kamar mandi/wc

Pasar Raya Medan Mega Trade Center menyediakan Kamar mandi/wc, disamping itu kamar mandi dibutuhkan kadang untuk wudhu, dan lain sebagainya.

## Karakteristik Responden

Sampel dalam penelitian ini adalah pedagang buah di pasar Medan Mega Trade Centre. Gambaran karakteristik responden meliputi umur, tingkat pendidikan. Adapun karakteristik pedagang sampel dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

### a. Jenis Kelamin

Berdasarkan bab sebelumnya, yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pedagang pasar Sentral yang direlokasi ke pasar Medan Mega Trade Centre, dalam hal ini tidak dibatasi berjenis kelamin perempuan ataupun laki-laki untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disajikan dalam pedoman wawancara.

**Tabel 4. Jenis Kelamin Informan pedagang buah**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	L	13	43
2	P	17	57
Jumlah		30	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2019

### b. Umur

Memahami usia pedagang adalah penting. Karena peneliti juga dapat melihat bahwa pedagang produktif atau tidak produktif.

**Tabel 5. Usia pedagang buah**

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase (%)
35-45 tahun	7	23
46-55 tahun	22	73
56-65 tahun	1	4
Jumlah	30	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2019

## c. Pendidikan

Berikut ini adalah tabel tingkat pendidikan responden :

**Tabel 6. Tingkat pendidikan responden**

Kelompok Usia	Responden (orang)	Persentase (%)
Tidak Bersekolah	-	-
SD	-	-
SMP	6	20
SMA	20	66
D3	2	7
S1	2	7
Jumlah	30	100

Sumber : Data primer diolah, 2019

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pendapatan pedagang buah sebelum dan sesudah di relokasi.

#### Harga jual tiap buah

Harga jual tiap jenis buah yang akan diperdagangkan biasanya dengan harga yang bervariasi baik itu saat di pasar Sentral maupun di pasar Medan Mega Trade Centre. Berikut ini akan disajikan daftar harga jual tiap jenis buah di pasar Sentral dan pasar Medan Mega Trade Centre.

**Tabel 7. Harga jual setiap jenis buah yang akan diperdagangkan**

No	Jenis buah	Pasar Sentral			Pasar MMTC		
		/kg	/buah	/tandan	/kg	/buah	/tandan
1	Buah naga	15.000			20.000		
2	Jeruk	15.000			15.000		
3	Alpukat	10.000			12.000		
4	Pepaya	5.000			6.000		
5	Nenas		5.000			6.000	
6	Manggis	20.000			30.000		
7	Mangga	13.000			15.000		
8	Pisang			25.000			20.000
9	Apel fuji	20.000			25.000		
10	Sirsak	8.000			10.000		
11	Belimbing	10.000			10.000		
12	Duku	10.000			15.000		
13	Semangka	3.000			4.000		
14	Melon	7.500			10.000		
15	Salak	20.000			25.000		

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari Tabel 7 terlihat bahwa, ada perbedaan harga jual buah saat di pasar Sentral dan pasar MMTC. Hal ini karena modal untuk membeli jenis buah tersebut tidak sama juga dengan harga sewa lapaknya yang berbeda sehingga pedagang menaikkan harga jual buah atau menurunkan harga jual buah, ini

dipengaruhi oleh biaya sewa lapak, dan sedikitnya pembeli bagi para pedagang, hal ini juga dipengaruhi oleh banyak sedikitnya barang yang didistribusikan. Jika barang atau buah yang didistribusikan banyak, maka harga akan rendah, dan sebaliknya, jika buah yang didistribusikan sedikit, maka harganya akan tinggi, baik itu harga ambil buah maupun harga jual buah.

### **Perbandingan jumlah buah yang akan dijual**

Untuk melihat perbandingan jumlah buah yang akan dijual dapat dilihat pada Lampiran 2 atau Tabel 8.

**Tabel 8 Jumlah buah yang akan dijual**

Jumlah buah yang akan di jual saat di pasar Sentral		Jumlah buah yang akan di jual saat di pasar MMTC	
Kg/Bulan	Kg/Tahun	Kg/Bulan	Kg/Tahun
48.000	576.000	38.000	456.000

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dilihat dari total keseluruhan jumlah buah yang akan dijual lebih banyak saat di pasar Sentral dari pada di pasar MMTC, Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang. Biasanya jumlah barang yang akan dijual tiap harinya mempunyai jumlah yang relatif sama. Tergantung modal yang mereka miliki. Jumlah buah yang akan dijual saat di pasar Sentral dan di pasar MMTC memiliki perbedaan yang cukup jauh, dilihat dari jumlah selisih kedua barang. Pasar pedagang mengakui bahwa, menurunnya jumlah barang yang akan dijual di pasar MMTC dibanding saat dipasar Sentral dikarenakan barang dagangan mereka yang kurang laku serta hilangnya pelanggan tetap sehingga mereka takut untuk mengambil barang dagangan dalam jumlah yang besar, karena akan membuat mereka rugi, jika kondisi setiap harinya diambil dalam jumlah besar saat di pasar

MMTC, hanya akan membuat pedagang rugi, sehingga dagangan mereka biasanya tidak habis terjual dan jika barang dagangan mereka disimpan, tidak akan bertahan lama dan akhirnya membusuk. Penurunan jumlah barang yang akan dijual juga dikarenakan kekurangan modal bagi setiap responden. Hal ini sesuai dengan pendapat salah satu responden : Rosdiana Saragih S.H,

Bahwa kekurangan modal bagi sebagian pedagang akan sangat membatasi kemampuan mengadakan persediaan barang yang cukup, wawancara dilakukan pada hari rabu 20 februari 2019, pukul 09.30 WIB.

### **Perbandingan total modal buah tiap responden**

Untuk melihat perbandingan total modal buah tiap responden yang akan dapat dilihat pada Lampiran 3 atau Tabel 9.

**Tabel 9 Jumlah total modal buah**

Total modal tiap responden saat di pasar Sentral		Total modal tiap responden saat di pasar MMTC	
Rp/Bulan	Rp/Tahun	Rp/Bulan	Rp/Tahun
121.000.000	1.452.000.000	106.000.000	1.272.000.000

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dapat dilihat bahwa jumlah total memiliki selisih sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh responden saat wawancara modal yang mereka keluarkan biasanya sama setiap harinya, namun juga disesuaikan dengan omset yang mereka dapatkan, jika omset meningkat, maka mereka biasanya menambah modal jualan, dan sebaliknya. Jika modal yang mereka keluarkan biasanya dihitung setiap harinya, dikarenakan buah yang akan mereka jual tidak mungkin diambil per bulan, mengingat buah yang tidak tahan lama dan cepat busuk. Mereka mengungkapkan, bahwa menurunnya modal yang mereka keluarkan karena

kurang lakunya dagang mereka saat di pasar MMTC dibanding saat di pasar Sentral, sehingga mereka tidak mengeluarkan modal dengan jumlah yang sama seperti saat di pasar Sentral karena takut mengambil resiko kerugian yang besar, dan juga mereka tidak mempunyai materi yang cukup untuk menambah modal karena pendapatan mereka yang menurun juga harga sewa lapak jual per tahun yang lumayan besar dibandingkan saat di pasar Sentral, mereka mengaku bahwa dengan modal begitu saja sudah membuat mereka rugi, apalagi jika mereka menambah modal. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh salah satu responden : Bapak Sembiring,

Sedikit-sedikit saja ambil buah kalo di pasar MMTC, kita mau ambil banyak juga percuma, yang terjual tidak banyak, mau cari dari mana uang untuk nambah modal, baru untuk apa juga mau nambah modal kalo Cuma bikin rugi”

Beberapa pedagang buah mengeluh dengan pendapat yang sama saat peneliti menanyakan tentang hal tersebut, wawancara dilakukan pada hari rabu 23 februari 2019, pukul 04.30 WIB.

### **Biaya pengeluaran pedagang buah**

Untuk melihat perbandingan Biaya pengeluaran pedagang buah dapat dilihat pada Lampiran 4 dan 5 atau Tabel 10

**Tabel 10 Jumlah biaya pengeluaran pedagang**

Total pengeluaran pedagang saat di pasar Sentral		Total pengeluaran pedagang saat di pasar MMTC	
Rp/Bulan	Rp/Tahun	Rp/Bulan	Rp/Tahun
31.011.000	372.132.000	75.680.000	908.160.000

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dapat dilihat bahwa jumlah total biaya pengeluaran saat di pasar Sentral sebesar Rp. 31.011.000 per bulan atau Rp. 372.132.000 per tahun, sedangkan biaya pengeluaran terendah. Untuk di pasar MMTC, jumlah total biaya pengeluaran per bulan adalah Rp. 75.680.000 atau Rp. 908.160.000, Para responden mengungkapkan bahwa peningkatan biaya pengeluaran pedagang saat di pasar Sentral jauh berbeda dengan yang ada pada saat di pasar MMTC, berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pedagang, beberapa mengatakan bahwa hal yang paling berdampak terhadap biaya pengeluaran mereka, bahwa pedagang harus menyisihkan sedikit dari hasil pendapatan mereka karena harus membayar uang sewa lapak yang lebih mahal dari pada saat pedagang masih berdagang di pasar Sentral. Agar tetap dapat berdagang di pasar MMTC untuk tahun berikutnya.

### **Perbandingan total harga buah yang terjual per bulan**

Untuk melihat perbandingan perbandingan total harga buah yang terjual per bulan dapat dilihat pada Lampiran 6 atau Tabel 11.

**Tabel 11 Jumlah total harga buah yang terjual**

Total buah yang terjual saat di pasar Sentral		Total buah yang terjual saat di pasar MMTC	
Rp/Bulan	Rp/Tahun	Rp/Bulan	Rp/Tahun
330.000.000	3.948.000.000	310.000.000	3.720.000.000

Sumber : Data primer diolah, 2019

Terlihat bahwa, jumlah total harga buah terjual responden pada saat di pasar Sentral bisa mencapai Rp.330.000.000 per bulan atau Rp.3.948.000.000 per tahun, sedangkan untuk di pasar MMTC, jumlah total harga buah terjual tadalah sebesar Rp.310.000.000 per bulan atau Rp.3.720.000.000 per tahun. Dari data

diatas penurunan total harga buah yang terjual dipengaruhi oleh kurangnya pengunjung saat di pasar MMTC dibanding saat di pasar Sentral. Hal tersebut dikarenakan para pedagang yang direlokasi kehilangan pelanggan tetap dan area lokasi yang termasuk strategis tetapi lebih jauh dari pusat kota tidak seperti saat di pasar Sentral yang benar-benar berada di pusat kota. Sehingga mempengaruhi kedatangan pembeli ke pasar MMTC, ini sesuai dengan yang dikatakan oleh salah satu pembeli : Menurut nenek Saniem

Sebagian dari mereka memilih membeli buah yang ada di pedagang eceran tempat biasa sebelum pasar MMTC ada karena harga nya tidak jauh beda hanya saja pasar MMTC dibangun lebih megah dengan fasilitas tentu harga buah sedikit lebih mahal. wawancara dilakukan pada hari Jumat 25 february 2019, 09.00 WIB.

### **Perbandingan total harga buah yang tidak terjual per bulan**

Untuk melihat perbandingan perbandingan total harga buah yang tidak terjual per bulan dapat dilihat pada Lampiran 6 atau Tabel 12.

**Tabel 12 Jumlah total harga buah tidak terjual**

Total buah yang tidak terjual saat di pasar Sentral		Total buah yang tidak terjual saat di pasar MMTC	
Rp/Bulan	Rp/Tahun	Rp/Bulan	Rp/Tahun
37.264.000	447.168.000	50.062.310	600.747.720

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dilihat jumlah total harga buah yang tidak terjual untuk pasar Sentral adalah Rp.37.264.000 per bulan atau Rp.447.168.000 per tahun. sedangkan untuk di pasar MMTC jumlah total harga buah yang tidak terjual adalah Rp. 50.062.310 per bulan atau Rp.447.168.000 per tahun. jika ditinjau, total harga buah yang tidak terjual di pasar MMTC lebih tinggi dari pada saat di pasar Sentral, dari hasil

wawancara konsumen lebih banyak pada saat di pasar sentral sedangkan di pasar MMTC tidak begitu banyak, beberapa pedagang juga mengatakan bahwa pedagang pasar MMTC juga harus bersaing dengan Pedagang yang sudah berdagang dengan pedagang yang sudah ada sebelum dibangunnya pasar MMTC.

### **Pendapatan Bersih**

Pendapatan bersih (Net Income) dalam penelitian ini diperoleh dengan mengurangkan total pengeluaran dan total penerimaan pada periode tertentu, bsik itu ditinjau per hari maupun per bulan. Besar kecilnya pendapatan bersih tergantung pada besarnya total penerimaan. Jika penerimaan pada periode tertentu besar, maka pendapatan bersihnya pun besar, dan sebaliknya, jika total penerimaan dalam periode tertentu kecil, maka pendapatan bersihnya pun akan kecil. Dengan demikian secara tidak langsung besarnya pendapatan bersih juga ditentukan oleh besarnya pengeluaran karena besarnya penerimaan tergantung pada besarnya pengeluaran. Pendapatan bersih yang diperoleh oleh setiap responden pedagang buah saat di pasar Sentral dan pasar MMTC disajikan pada Lampiran 8 atau Tabel 13

**Tabel 13 Pendapatan bersih**

	Pendapatan bersih pedagang saat di pasar Sentral (Rp/Bulan)	Pendapatan bersih pedagang saat di pasar MMTC (Rp/Bulan)
Total pendapatan	169.147.000	128.320.000
Rata-rata pendapatan	5.832.655	4.277.333

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Lampiran 8 atau Tabel 13 dapat dilihat bahwa pendapatan bersih seluruh responden pedagang buah saat di pasar sentral adalah Rp.

169.147.000 /bulan atau dengan rata-rata Rp. 5.832.655. Sedangkan untuk di pasar MMTC dapat dilihat bahwa pendapatan bersih seluruh responden saat di pasat MMTC adalah sebesar Rp. 128.320.000 /bulan atau dengan rata-rata Rp. 4.277.333 Antara pendapatan bersih yang pedagang peroleh saat di pasar sentral dengan pasar MMTC mengalami penurunan, jika dilihat rata-rata dari pendapatan bersih pedagang saat di pasar sentral dengan MMTC menurun. Dalam hal ini, dengan adanya relokasi pasar sentral ke pasar MMTC berpengaruh terhadap pendapatan pedagang buah, dimana rata-rata pendapatan pedagang buah menjadi menurun.

Setelah diketahui Pendapatan pedagang sebelum dan sesudah di relokasi, selanjutnya dilakukan uji normalitas data sebagai salah satu syarat uji paired t-test data harus berdistribusi normal.

### Uji Normalitas

Uji Normalitas dapat dilihat pada lampiran 10, dapat dilihat pada sebaran data QQ plot untuk sebelum dan sesudah relokasi distribusi data tidak berserakan artinya data berdistribusi normal, juga dari data output untuk One sampel kolmogorov smirnov Sebelum relokasi dengan nilai sig sebesar ,820 kemudian Setelah relokasi dengan nilai sig sebesar 258, dalam hal ini kedua nilai sig > 0,05, sehingga  $H_0$  diterima. Yang berarti data pendapatan sampel berdistribusi normal

**Tabel 14. Uji Paired Sampel T-Test**  
Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum	5638233,333	30	1968062,599	359317,427
	Sesudah	4277333,333	30	1968062,598	245918,842

Sumber : Data SPSS Diolah, 2019

Pada Tabel 15 diatas paired sampel statistics hal ini berarti secara deskriptif terdapat perbedaan rata-rata pendapatan sebelum dan sesudah di relokasi dengan nilai rata-rata sebelum 5.638.233 dan rata-rata sesudah 4.277.333.

**Tabel 15. Paired Samples Correlations**

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Sebelum Relokasi & Sesudah Relokasi	30	,410	,024

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 16 paired sampel corelations diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 0,410 dengan nilai sig 0,024. Karena nilai sig 0,024 > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada hubungan antara pendapatan sebelum dan sesudah.

**Tabel 16. Paired samples Test**

		Pair 1	
		Sesudah-sebelum	
Paired Differences	Mean	-1360900,000	
	Std. Deviation	1874599,458	
	Std. Error Mean	342253,470	
	95% Confidence Interval of the	Lower	660913,058
		Upper	2060886,942
t		3,976	
df		29	
Sig. (2-tailed)		0,00	

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 17 dapat diketahui bahwa nilai Sig ( 0,000 ), dengan ketentuan apabila Sig < Alpha ( 0,05 ) maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ . Pada uji ini dapat disimpulkan  $0,00 < 0,05$  maka terima  $H_1$ . Artinya terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Center. Perbedaan pendapatan menunjukkan adanya penurunan pendapatan setelah direlokasi.

Menurut keterangan responden bahwa penurunan pendapatan terjadi akibat kehilangan pelanggan tetap, persaingan antara pedagang buah disekitar pasar MMTC, selain itu tingkat persaingan sesama pedagang yang menjual komoditi dengan jenis yang sama dilokasi yang sama, pedagang juga mengeluhkan bahwa harga sewa di Pasar Raya Medan Mega Trade Center tidak murah.

## 2. Persepsi Pedagang Buah Terhadap Pasar MMTC

Untuk melihat tanggapan pedagang dengan menggunakan Rating Scale yang nantinya diinterpretasikan secara deskriptif berdasarkan keterangan melalui skor rata-rata.

**Tabel 17. Persepsi Pedagang buah terhadap lokasi pasar MMTC**

No	Indikator pernyataan	Jumlah responden yang memilih					Total skor	Keterangan
		SS	S	CS	TS	STS		
1	Lokasi pasar raya MMTC berada di pusat keramaian	9	21	0	0	0	129	Sangat sesuai
2	tersedianya Akses transportasi ke pasar raya MMTC	4	22	4	0	0	120	Sangat sesuai
3	Lokasi berdagang tidak terlalu jauh dengan lokasi awal pedagang	9	21	0	0	0	129	Sangat sesuai
4	Lokasi pasar strategis	12	18	0	0	0	132	Sangat sesuai
Total							510	Sangat sesuai

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 18 dapat dilihat bahwa indikator lokasi dengan nilai rating total skor rata-rata 501, jika dilihat pada tabel interval skor jawaban penelitian ini berada pada nilai 85 yaitu sangat sesuai. ini sesuai dengan yang peneliti

temukan dan terjadi dilapangan. Fakta yang peneliti temukan pasar ini letaknya strategis karena berada diperbatasan kota medan dengan deli serdang. Walaupun akses jalan dan transportasi sudah ada hanya saja pasar ini berada diujung pusat kota dan letaknya sedikit lebih jauh dari pasar sebelumnya dengan adanya hal ini tentu pedagang kehilangan pelanggan tetap dipasar sebelumnya. Sebaiknya pihak setempat harus lebih memperjelas maksud dan tujuan membuat pasar yang sebesar itu jauh dari pusat kota meskipun strategis dan masih dapat terjangkau kepada para pedagang dan pembeli.

**Tabel 18. Persepsi Pedagang buah terhadap fasilitas pasar MMTC**

No	Indikator pernyataan	Jumlah responden yang memilih					Total skor	Keterangan
		SS	S	CS	TS	STS		
1	Pasar raya MMTC mempunyai penerangan yang baik	9	21	0	0	0	129	Sangat sesuai
2	Kebersihan pasar MMTC terjaga	7	20	3	0	0	129	Sangat sesuai
3	Pasar MMTC mempunyai lapangan parkir yang luas	12	18	0	0	0	132	Sangat sesuai
4	Tersedianya kamar mandi/wc bagi pedagang	9	21	0	0	0	129	Sangat sesuai
5	Pasar raya MMTC mempunyai masjid/mushola sebagai tempat beribadah	9	21	0	0	0	129	Sangat sesuai
6	Adanya petugas kebersihan pasar	9	20	1	0	0	128	Sangat sesuai
Total							776	Sangat sesuai

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 19 dapat dilihat bahwa indikator fasilitas dengan nilai rating total skor rata-rata 776, jika dilihat pada tabel interval skor jawaban penelitian ini berada pada nilai 86 yaitu sangat sesuai. Fakta yang peneliti temukan di lapangan memang benar bahwa penerangan, kebersihan, dan lapangan parkir yang luas sesuai. Sebaiknya pihak pasar harus lebih memperhatikan lagi lapangan parkir untuk para pembeli masih terlihat parkir sembarangan walaupun sudah ada tempatnya walaupun fasilitas untuk yang ada di pasar ini sudah sangat sesuai. Sehingga para pedagang lebih merasa nyaman lagi berdagang di pasar medan mega trade center.

**Tabel 19. Persepsi Pedagang buah terhadap keamanan pasar MMTC**

No	Indikator pernyataan	Jumlah responden yang memilih					Total skor	Keterangan
		SS	S	CS	TS	STS		
1	Pasar raya MMTC tidak pernah terjadi kasus kehilangan barang dagangan	0	11	19	0	0	101	sesuai
2	Pasar raya MMTC dijaga 24 jam	9	20	1	0	0	128	Sangat sesuai
3	Merasa aman meninggalkan barang dagangan apabila selesai berjualan	9	21	0	0	0	125	Sangat sesuai
4	Pasar raya MMTC memiliki keamanan dengan sistem pengawasan cctv	4	22	4	0	0	120	Sangat sesuai
Total							474	sesuai

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 20 dapat dilihat bahwa indikator keamanan dengan nilai rating total skor rata-rata 474, jika dilihat pada tabel interval skor jawaban penelitian ini berada pada nilai 79 yaitu sesuai, fakta yang peneliti temukan dilapangan memang benar bahwa keamanan yang ada di pasar ini sesuai namun masih terdapat kehilangan barang dagang. Sebaiknya pihak pasar harus lebih meningkatkan lagi keamanan yang ada walaupun keamanan yang ada di pasar ini sudah sesuai, agar kasus kehilangan bisa dikurangi bahkan dihilangkan.

**Tabel 20. Persepsi Pedagang buah terhadap harga sewa di pasar MMTC**

No	Indikator pernyataan	Jumlah responden yang memilih					Total skor	Ket
		SS	S	N	TS	STS		
1	Harga sewa kios pasar MMTC yang ditawarkan oleh pengelola murah	0	0	4	13	13	51	Tidak sesuai
2	Harga sewa yang ditawarkan sesuai dengan keuntungan yang didapat	0	4	6	13	7	67	Cukup sesuai
Total							118	Tidak sesuai

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 21 dapat dilihat bahwa indikator harga sewa dengan nilai rating total skor rata-rata 118, jika dilihat pada interval skor jawaban penelitian ini berada pada nilai yaitu tidak sesuai, sesuai dengan fakta yang peneliti temukan dilapangan benar bahwa harga sewa tidak sesuai bukan karena fasilitas yang diberikan pasar tetapi terhadap pendapatan yang diterima oleh para pedagang menurun sedangkan harga sewa termasuk mahal sekitar kurang lebih 30

juta/tahun ditambah biaya lainnya. Sebaiknya pihak pasar harus lebih mempertimbangkan lagi harga sewa yang diberikan kepada pedagang.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Pada rumusan masalah pertama tentang bagaimana pendapatan pedagang sebelum dan sesudah direlokasi menunjukkan adanya perbedaan pendapatan, hal ini dapat dilihat melalui nilai uji paired sampel test yang dapat disimpulkan bahwa nilai  $\text{sig } 0,00 < 0,05$ .  $H_0$  ditolak, maka  $H_1$  diterima. Artinya terdapat perbedaan pendapatan pedagang setelah direlokasi.
2. Persepsi pedagang mengenai lokasi, dalam interpretasi hasil lokasi yaitu sangat sesuai dengan total nilai total skor 510.
3. Persepsi pedagang mengenai fasilitas, dalam interpretasi hasil fasilitas yaitu sangat sesuai dengan nilai total skor rata-rata 766.
4. Persepsi pedagang mengenai keamanan sesuai, dalam interpretasi hasil keamanan yaitu sesuai dengan nilai total skor rata-rata 474.
5. Persepsi pedagang mengenai harga sewa tidak sesuai, dalam interpretasi hasil harga sewa yaitu tidak sesuai dengan nilai total skor rata-rata 118.

## Saran

Dari hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan diatas, berikut beberapa saran yang dapat diajukan :

1. Bagi pihak yang terlibat dalam pembangunan pasar, sebaiknya lebih memperhatikan lagi bagaimana kondisi pasar yang direlokasi, apakah sudah sesuai menurut pandangan para pedagang dan masyarakat disekitar. Dan hendaknya memperhatikan bagian apa saja yang mempengaruhi sebuah bangunan yang didirikan. Memang sudah seharusnya pasar sentral di relokasi ke pasar lain, akan tetapi apakah mudah dijangkau oleh masyarakat, bagaimana harga sewanya, atau banyak tidaknya yang dilewati oleh kendaraan umum.
2. Penentuan harga juga haruslah sesuai dengan mempertimbangkan kemampuan dari para pedagang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, F., 2017. Analisis Pendapatan dan strategi pengembangan usahatani ubi kayu (*manihot esculenta crantz*) di desa firdaus kecamatan sei rampah kabupaten serdang berdagai (skripsi). Medan fakultas pertanian universitas muhammadiyah sumatera utara.
- Aminudin, M., 2016. Hubungan Antara Pengetahuan Dan Sikap Dengan Perilaku Konsumsi Jajanan Sehat Di Mi Sulaimaniyah Mojoagung Jombang (skripsi). Fakultas kesehatan masyarakat. Universitas airangga.
- Amri, A., 2016. dampak sosial ekonomi kebijakan relokasi pasar, (studi kasus relokasi pasar dinoyo malang). Jurnal administrasi publik universitas brawijaya malang, vol. 04, nomor 10.
- Aji. 2012., Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Simpang Lima Dan Jalan Pahlawan Kota Semarang, (studi kasus pedagang kaki lima di kawasan simpang lima dan jalan pahlawan kota semarang), jurnal ekonomi pembangunan Universitas negeri semarang, Vol. 1, No.2, juli 2012.
- Brian Berry dalam bukunya Geography of Market (dalam, Astonik 1967).
- Burhan, B., 2005, Metode Penelitian Kuantitatif,. Jakarta Kencana.
- Fattah, 2017, teori permintaan dan penawaran dalam ekonomi islam, jurnal fakultas ekonomi, universitas islam lamongan, volume II No. 3, oktober 2017.
- Haming, dkk., 2014 Manajemen Produksi Modern. Operasi Manufaktur dan Jasa. Jakarta: Bumi Aksara
- Kadir. 2010. Statistika untuk penelitian ilmu-ilmu sosial. Jakarta : rosemata sampurna.
- Luluk. F., 2016. Dampak sosial ekonomi relokasi pedagang kaki lima di kecamatan buduran kabupaten sidoarjo, jurnal administrasi negara universitas muhammadiyah sidoarjo, vol. 4, No. 2.
- Nurul, A., 2017. Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Relokasi ke Pasar Induk Di Kota Medan.Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.Universitas Islam Sumatera Utara.
- Putri, K., 2019. Analisis Hubungan Penerapan Quality Of Work Life (QWL) Terhadap Produktivitas Karyawan Arubaito Perusahaan Agribisnis

Yukimaitake Unit Honsa. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Paula, 2005. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati di kabupaten gianyar. Denpasar skripsi jurusan ilmu ekonomi universitas udayana.

Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 70 Tahun 2013.

Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007.

Peraturan Menteri Perdagangan R.I Nomor :70/M-DAG/PER/12/2013

Rozalinda. 2014. Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Rushan, 2016. Analisis dampak pertumbuhan pasar moderen terhadap eksistensi pasar tradisional, jurnal ilmiah ekonomi manajemen dan kewirausahaan optimal, vol 10, no 2.

Sugiyono. 2012, Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, dan R&D. PT Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan Pertama Ke-16. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Soekartawi, 2010. Analisis Usahatani. UI Press. Jakarta.

## LAMPIRAN

**Lampiran 1** : kuesioner penelitian, 16 Februari 2019

Hal : Permohonan Menjadi Responden

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i

Pedagang Buah Pasar Medan Mega Trade Centre

Di \_

Tempat

**Assalamualaikum wr.wb**

Saya mohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini. Adapun permohonan ini, sedikit banyak akan mengganggu pekerjaan Bapak/Ibu/Saudara/i, Namun demikian jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan kerahasiaannya terjamin dan semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian ilmiah dalam penyelesaian skripsi.

Atas kesediaan dan partisipasinya Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi dan mengembalikan kuesioner ini tidak lupa saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat Saya,

Peneliti

Dwi Handoko  
NPM. 1504300222



## E. Perbandingan jumlah buah yang akan dijual ?

No responden	Jumlah buah/kg			
	Pasar sentral		Pasar MMTC	
	Per bulan (Kg)	Per tahun (Kg)	Per bulan (Kg)	Per tahun (Kg)

## F. Perbandingan total modal buah ?

No responden	Modal berdagang			
	Per bulan (Rp)	Per tahun (Rp)	Per bulan (Rp)	Per tahun (Rp)

## G. Biaya pengeluaran pedagang buah

No responden	Biaya pengeluaran responden					
	Pasar sentral				Bulan (Rp)	Tahun (Rp)
	Transport	plastik	listrik	Biaya sewa lapak		
No responden	Pasar MMTC				Bulan (Rp)	Tahun (Rp)
	Transport	plastik	Biaya sewa lapak			

## H. Perbandingan total harga buah yang terjual

No responden	Total harga buah yang terjual			
	Pasar Sentral		Pasar MMTC	
	Per bulan (Rp)	Per tahun (Rp)	Per bulan (Rp)	Per tahun (Rp)

## I. Perbandingan total harga buah yang tidak terjual

No responden	Total harga barang yang tidak terjual			
	Pasar Sentral		Pasar MMTC	
	Per bulan (Rp)	Per tahun (Rp)	Per bulan (Rp)	Per tahun (Rp)

## J. Total pendapatan bersih pedagang buah saat dipasar sentral

No responden	Pendapatan bersih saat di pasar sentral			
	Total biaya (TC)	Total penerimaan (TR)	Pendapatan bersih (NI)	
			Per bulan (Rp)	Per tahun (Rp)

## K. Total pendapatan bersih pedagang buah saat dipasar MMTC

No responden	Pendapatan bersih saat di pasar MMTC			
	Total biaya (TC)	Total penerimaan (TR)	Pendapatan bersih (NI)	
			Per bulan (Rp)	Per tahun (Rp)

M. Apakah pendapatan bapak/ibu/Saudara/i meningkat setelah di relokasi ke pasar Medan Mega Trade Centre ?

.....

N. Apakah harga sewa lapak di pasar Medan Mega Trade Centre sesuai dengan yang diharapkan pedagang ?

.....

O. Berapakah Pendapatan yang diperoleh ?

$$NI = TR - TC$$

1. Dipasar Sebelumnya : Rp.....

2. Dipasar Sekarang : Rp.....

**P. Pertanyaan**

Berilah tanda lingkaran / bulat ( O ) yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/saudara/i. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban disetiap pernyataan.

**Keterangan Skor Rating Scale**

No	Keterangan	Skor
1	Sangat sesuai (SS)	5
2	Sesuai (S)	4
3	Cukup sesuai(CS)	3
3	Kurang sesuai (KS)	2
4	Sangat tidak sesuai (STS)	1

**Indikator pandangan pedagang terhadap :**

**LOKASI**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Lokasi Pasar raya MMTC berada di daerah Pusat Keramaian	5	4	3	2	1
2	Akses transportasi ke pasar raya MMTC mudah	5	4	3	2	1
3	Lokasi berdagang tidak terlalu jauh dengan lokasi awal pedagang	5	4	3	2	1
4	Lokasi pasar strategis	5	4	3	2	1

**FASILITAS**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Pasar raya MMTC mempunyai penerangan yang baik	5	4	3	2	1
2	Kebersihan pasar MMTC terjaga	5	4	3	2	1
3	Pasar MMTC mempunyai lapangan parkir yang luas	5	4	3	2	1
4	Tersedianya kamar mandi/wc bagi pedagang	5	4	3	2	1
5	Pasar raya MMTC mempunyai masjid/mushola sebagai tempat beribadah	5	4	3	2	1
6	Adanya petugas kebersihan pasar	5	4	3	2	1

**KEAMANAN**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Pasar raya MMTC tidak pernah terjadi kasus kehilangan barang dagangan	5	4	3	2	1
2	Pasar raya MMTC dijaga 24 jam	5	4	3	2	1
3	Merasa aman meninggalkan barang dagangan apabila selesai berjualan	5	4	3	2	1
4	Pasar raya MMTC memiliki keamanan dengan sistem kamera pengawas cctv	5	4	3	2	1

**HARGA SEWA**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Harga sewa kios pasar MMTC yang ditawarkan oleh pengelola murah sesuai dengan pendapatan yang didapat	5	4	3	2	1
2	Harga sewa yang ditawarkan sesuai dengan manfaat dan keuntungan yang didapatkan	5	4	3	2	1

## Lampiran 2

### Perbandingan jumlah buah yang akan dijual.

No Responden	Jumlah buah (kg)			
	Pasar Sentral		Pasar MMTC	
	Per bulan	Per tahun	Per bulan	Per tahun
1	2.000	24.000	1.000	12.000
2	2.000	24.000	2.000	24.000
3	1.000	12.000	1.000	12.000
4	1.000	12.000	1.000	12.000
5	1.000	12.000	2.000	24.000
6	1.000	12.000	1.000	12.000
7	2.000	24.000	1.000	12.000
8	1.000	12.000	2.000	24.000
9	2.000	24.000	2.000	24.000
10	1.000	12.000	1.000	12.000
11	1.000	12.000	1.000	12.000
12	2.000	24.000	1.000	12.000
13	1.000	12.000	2.000	24.000
14	1.000	12.000	1.000	12.000
15	2.000	24.000	1.000	12.000
16	2.000	24.000	2.000	24.000
17	2.000	24.000	2.000	24.000
18	1.000	12.000	1.000	12.000
19	1.000	12.000	1.000	12.000
20	1.000	12.000	1.000	12.000
21	2.000	24.000	1.000	12.000
22	2.000	24.000	1.000	12.000
23	2.000	24.000	1.000	12.000
24	2.000	24.000	1.000	12.000
25	2.000	24.000	1.000	12.000
26	2.000	24.000	1.000	12.000
27	2.000	24.000	1.000	12.000
28	2.000	24.000	2.000	24.000
29	2.000	24.000	1.000	12.000
30	2.000	24.000	1.000	12.000
Jumlah	48.000	576.000	38.000	456.000

Sumber : Data primer diolah 2019

### Lampiran 3

#### Perbandingan total modal buah tiap responden

No Responden	Modal Berdagang			
	Pasar Sentral		Pasar MMTC	
	Per bulan (Rp)	Per Tahun (Rp)	Per bulan (Rp)	Per Tahun (Rp)
1	4.000,000	48.000,000	4.000,000	48.000.000
2	4.000,000	48.000,000	4.000,000	48.000,000
3	4.000,000	48.000,000	3.000,000	36.000,000
4	3.000,000	36.000,000	3.000,000	36.000,000
5	3.000,000	36.000,000	3.000,000	36.000,000
6	3.000,000	36.000,000	3.000,000	36.000,000
7	4.000,000	48.000,000	3.000,000	36.000,000
8	3.000,000	36.000,000	4.000,000	48.000,000
9	4.000,000	48.000,000	4.000,000	48.000,000
10	3.000,000	36.000,000	3.000,000	36.000,000
11	4.000,000	48.000,000	3.000,000	36.000,000
12	4.000,000	48.000,000	4.000,000	48.000,000
13	3.000,000	36.000,000	4.000,000	48.000,000
14	3.000,000	36.000,000	3.000,000	36.000,000
15	4.000,000	48.000,000	4.000,000	48.000,000
16	5.000,000	60.000,000	5.000,000	60.000,000
17	5.000,000	60.000,000	5.000,000	60.000,000
18	4.000,000	48.000,000	3.000,000	36.000,000
19	4.000,000	48.000,000	3.000,000	36.000,000
20	3.000,000	36.000,000	3.000,000	36.000,000
21	5.000,000	60.000,000	3.000,000	36.000,000
22	4.000,000	48.000,000	4.000,000	48.000,000
23	4.000,000	48.000,000	3.000,000	36.000,000
24	4.000,000	48.000,000	3.000,000	36.000,000
25	5.000,000	60.000,000	3.000,000	36.000,000
26	5.000,000	60.000,000	3.000,000	36.000,000
27	5.000,000	60.000,000	5.000,000	60.000,000
28	5.000,000	60.000,000	3.000,000	36.000,000
29	5.000,000	60.000,000	3.000,000	36.000,000
30	5.000,000	60.000,000	5.000,000	60.000,000
<b>Jumlah</b>	<b>121.000.000</b>	<b>1.452.000.000</b>	<b>106.000.000</b>	<b>1.272.000.000</b>

Sumber : Data primer diolah 2019

## Lampiran 4

### Biaya pengeluaran pedagang buah saat di pasar Sentral

No	Biaya pengeluaran tiap responden						Total pengeluaran (Rp)	
	Pasar Sentral (Rp)						Bulan	Tahun
	transport	plastik	Listrik	parkir	kebersihan	Sewa lapak/bln		
1	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
2	180.000	54.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.022.000	12.264.000
3	180.000	54.000	23.000	3.000	10.000	750.000	1.020.000	12.240.000
4	300.000	54.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.142.000	13.704.000
5	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
6	120.000	36.000	20.000	3.000	10.000	750.000	939.000	11.268.000
7	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
8	120.000	54.000	25.000	3.000	10.000	750.000	962.000	11.544.000
9	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
10	120.000	36.000	20.000	3.000	10.000	750.000	939.000	11.268.000
11	120.000	45.000	20.000	3.000	10.000	750.000	948.000	11.376.000
12	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
13	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
14	300.000	72.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.160.000	13.920.000
15	300.000	72.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.160.000	13.920.000
16	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
17	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
18	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
19	180.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	1.017.000	12.204.000
20	300.000	54.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.142.000	13.704.000
21	300.000	72.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.160.000	13.920.000
22	300.000	54.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.142.000	13.704.000
23	130.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	967.000	11.604.000
24	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
25	300.000	54.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.142.000	13.704.000
26	300.000	54.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.142.000	13.704.000
27	300.000	72.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.160.000	13.920.000
28	120.000	54.000	20.000	3.000	10.000	750.000	957.000	11.484.000
29	300.000	72.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.160.000	13.920.000
30	300.000	72.000	25.000	3.000	10.000	750.000	1.160.000	13.920.000

*Sumber : Data primer diolah 2019*

## Lampiran 5

### Biaya pengeluaran pedagang buah saat di pasar MMTC

No	Biaya pengeluaran tiap responden				
	Pasar MMTC			Total pengeluaran (Rp)	
	Transport	Plastik	Sewa lapak/bln	Bulan	Tahun
1	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
2	120.000	60.000	2.400.000	2.580.000	30.960.000
3	80.000	20.000	2.400.000	2.500.000	30.000.000
4	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
5	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
6	80.000	20.000	2.400.000	2.500.000	30.000.000
7	100.000	40.000	2.400.000	2.540.000	30.480.000
8	100.000	30.000	2.400.000	2.530.000	30.360.000
9	80.000	20.000	2.400.000	2.500.000	30.000.000
10	80.000	20.000	2.400.000	2.500.000	30.000.000
11	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
12	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
13	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
14	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
15	100.000	30.000	2.400.000	2.530.000	30.360.000
16	100.000	30.000	2.400.000	2.530.000	30.360.000
17	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
18	100.000	30.000	2.400.000	2.530.000	30.360.000
19	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
20	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
21	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
22	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
23	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
24	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
25	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
26	100.000	30.000	2.400.000	2.530.000	30.360.000
27	100.000	30.000	2.400.000	2.530.000	30.360.000
28	100.000	30.000	2.400.000	2.530.000	30.360.000
29	100.000	20.000	2.400.000	2.520.000	30.240.000
30	100.000	30.000	2.400.000	2.530.000	30.360.000

Sumber : Data primer diolah 2019

## Lampiran 6

### Perbandingan total harga buah yang terjual per bulan

No Responden	Total harga buah yang terjual			
	Pasar Sentral		Pasar MMTC	
	Per bulan(Rp)	Per tahun(Rp)	Per bulan(Rp)	Per tahun(Rp)
1	10.000.000	120.000.000	11.000.000	132.000.000
2	10.000.000	120.000.000	10.000.000	120.000.000
3	9.000.000	108.000.000	9.000.000	108.000.000
4	8.000.000	96.000.000	8.000.000	96.000.000
5	7.000.000	84.000.000	7.000.000	84.000.000
6	7.000.000	84.000.000	8.000.000	96.000.000
7	9.000.000	108.000.000	9.000.000	108.000.000
8	9.000.000	108.000.000	9.000.000	108.000.000
9	10.000.000	120.000.000	10.000.000	120.000.000
10	9.000.000	108.000.000	9.000.000	108.000.000
11	9.000.000	108.000.000	9.000.000	108.000.000
12	10.000.000	120.000.000	11.000.000	132.000.000
13	8.000.000	96.000.000	10.000.000	120.000.000
14	10.000.000	120.000.000	12.000.000	144.000.000
15	12.000.000	144.000.000	11.000.000	132.000.000
16	15.000.000	180.000.000	13.000.000	156.000.000
17	14.000.000	168.000.000	11.000.000	132.000.000
18	11.000.000	132.000.000	10.000.000	120.000.000
19	10.000.000	120.000.000	9.000.000	108.000.000
20	9.000.000	108.000.000	10.000.000	120.000.000
21	14.000.000	168.000.000	9.000.000	108.000.000
22	13.000.000	156.000.000	11.000.000	132.000.000
23	12.000.000	144.000.000	11.000.000	132.000.000
24	11.000.000	132.000.000	10.000.000	120.000.000
25	13.000.000	156.000.000	11.000.000	132.000.000
26	13.000.000	156.000.000	11.000.000	132.000.000
27	15.000.000	180.000.000	15.000.000	180.000.000
28	13.000.000	156.000.000	11.000.000	132.000.000
29	14.000.000	168.000.000	11.000.000	132.000.000
30	15.000.000	180.000.000	14.000.000	168.000.000
Jumlah	330.000.000	3.948.000.000	310.000.000	3.720.000.000

Sumber : Data primer diolah 2019

## Lampiran 7

### Perbandingan total harga buah yang tidak terjual per bulan

No Responden	Total harga barang yang terjual			
	Pasar Sentral		Pasar MMTC	
	Per bulan(Rp)	Per tahun(Rp)	Per bulan(Rp)	Per tahun(Rp)
1	1.550.000	18.600.000	1.795.000	21.540.000
2	1.180.000	14.160.000	2.290.000	27.480.000
3	1.540.000	18.480.000	1.430.000	17.160.000
4	1.235.000	14.820.000	2.455.000	29.460.000
5	1.320.000	15.840.000	1.440.000	17.280.000
6	1.430.000	17.160.000	1.590.000	19.080.000
7	1.220.500	14.646.000	2.298.500	27.582.000
8	1.156.000	13.872.000	1.156.000	13.872.000
9	1.100.000	13.200.000	1.206.175	14.474.100
10	1.115.000	13.380.000	1.675.000	20.100.000
11	1.105.000	13.260.000	2.005.480	24.065.760
12	1.250.000	15.000.000	1.200.000	14.400.000
13	1.340.000	16.080.000	1.530.000	18.360.000
14	1.400.000	16.800.000	1.890.000	22.680.000
15	1.000.000	12.000.000	2.070.000	24.840.000
16	1.222.000	14.664.000	1.395.000	16.740.000
17	1.350.000	16.200.000	1.490.000	17.880.000
18	1.210.000	14.520.000	1.330.000	15.960.000
19	1.330.000	15.960.000	2.255.000	27.060.000
20	1.260.000	15.120.000	1.640.000	19.680.000
21	1.356.000	16.272.000	1.490.000	17.880.000
22	1.535.500	18.426.000	1.598.500	19.182.000
23	1.250.000	15.000.000	1.456.000	17.472.000
24	1.143.000	13.716.000	1.306.175	15.674.100
25	1.134.000	13.608.000	1.575.000	18.900.000
26	1.000.000	12.000.000	1.005.480	12.065.760
27	1.202.000	14.424.000	1.400.000	16.800.000
28	1.220.000	14.640.000	2.330.000	27.960.000
29	1.110.000	13.320.000	1.690.000	20.280.000
30	1.000.000	12.000.000	2.070.000	24.840.000
Jumlah	37.264.000	447.168.000	50.062.310	600.747.720

Sumber : Data primer diolah 2019

No responden	TOTAL PENDAPATAN BERSIH SAAT DI PASAR SENTRAL				TOTAL PENDAPATAN BERSIH SAAT DI PASAR MMTC			
	Total biaya (TC)	Total penerimaan (TR)	Pendapatan bersih (NI)		Total biaya (TC)	Total penerimaan (TR)	Pendapatan bersih (NI)	
			Per bulan (Rp)	Per tahun (Rp)			Per bulan (Rp)	Per tahun (Rp)
1	4.957.000	10.000.000	5.043.000	60.516.000	6.520.000	11.000.000	4.480.000	53.760.000
2	5.022.000	10.000.000	4.978.000	59.736.000	6.580.000	10.000.000	3.420.000	41.040.000
3	5.022.000	9.000.000	3.978.000	47.736.000	5.500.000	9.000.000	3.500.000	42.000.000
4	4.142.000	8.000.000	3.858.000	46.296.000	5.520.000	8.000.000	2.480.000	29.760.000
5	3.957.000	7.000.000	3.043.000	36.516.000	5.520.000	7.000.000	1.480.000	17.760.000
6	3.939.000	7.000.000	3.061.000	36.732.000	5.500.000	8.000.000	2.500.000	30.000.000
7	4.957.000	9.000.000	4.043.000	48.516.000	5.540.000	9.000.000	3.460.000	41.520.000
8	3.962.000	9.000.000	5.038.000	60.456.000	6.530.000	9.000.000	2.470.000	29.640.000
9	4.957.000	10.000.000	5.043.000	60.516.000	6.500.000	10.000.000	3.500.000	42.000.000
10	3.939.000	9.000.000	5.061.000	60.732.000	5.500.000	9.000.000	3.500.000	42.000.000
11	4.948.000	9.000.000	4.052.000	48.654.000	5.520.000	9.000.000	3.480.000	41.760.000
12	4.957.000	10.000.000	5.043.000	60.516.000	6.520.000	11.000.000	4.480.000	53.760.000
13	3.957.000	8.000.000	4.043.000	48.516.000	6.520.000	10.000.000	3.480.000	41.760.000
14	4.160.000	10.000.000	5.840.000	70.080.000	5.520.000	12.000.000	6.480.000	77.760.000
15	5.160.000	12.000.000	6.840.000	82.080.000	6.530.000	11.000.000	4.470.000	53.640.000
16	5.957.000	15.000.000	9.043.000	108.516.000	7.530.000	13.000.000	5.470.000	65.640.000
17	5.957.000	14.000.000	8.043.000	96.516.000	7.520.000	11.000.000	3.480.000	41.760.000
18	4.957.000	11.000.000	6.043.000	72.516.000	5.530.000	10.000.000	4.470.000	53.640.000
19	5.017.000	10.000.000	4.983.000	59.796.000	5.520.000	9.000.000	3.480.000	41.760.000
20	4.142.000	10.000.000	5.858.000	70.296.000	5.520.000	10.000.000	4.480.000	53.760.000
21	6.160.000	14.000.000	7.840.000	94.080.000	5.520.000	9.000.000	3.480.000	41.760.000
22	5.142.000	13.000.000	7.858.000	94.296.000	6.520.000	11.000.000	4.480.000	53.760.000
23	4.967.000	12.000.000	7.033.000	84.396.000	5.520.000	11.000.000	5.480.000	65.760.000
24	4.957.000	11.000.000	6.043.000	72.516.000	5.520.000	10.000.000	4.480.000	53.760.000
25	6.142.000	13.000.000	6.858.000	82.296.000	5.520.000	11.000.000	5.480.000	65.760.000
26	6.142.000	13.000.000	6.858.000	82.296.000	5.530.000	11.000.000	5.470.000	65.640.000
27	6.160.000	15.000.000	8.840.000	106.080.000	7.530.000	15.000.000	7.470.000	89.640.000
28	5.957.000	13.000.000	7.043.000	84.516.000	5.530.000	11.000.000	5.470.000	65.640.000
29	6.160.000	14.000.000	7.840.000	94.080.000	5.520.000	11.000.000	5.480.000	65.760.000
30	6.160.000	15.000.000	8.840.000	106.080.000	7.530.000	14.000.000	6.470.000	77.640.000
Jumlah	152.013.000	330.000.000	169.147.000	2.135.844.000	181.680.000	310.000.000	128.320.000	1.539.840.000
Rata-rata	5.067.100	10.826.069	5.832.655	71.194.000	6.056.000	10.333.333	4.277.333	51.328.000

Sumber : Data primer diolah 2019

## Lampiran 9

### Data Responden

Nomor sampel	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pendapatan/Bulan	
				Sebelum	Sesudah
1	52	P	SMA	5.043.000	4.480.000
2	63	L	SMP	4.978.000	3.420.000
3	35	L	SMA	3.978.000	3.500.000
4	44	P	SMA	3.858.000	2.480.000
5	50	P	SMP	3.043.000	1.480.000
6	41	P	SMA	3.061.000	2.500.000
7	52	L	SMP	4.043.000	3.460.000
8	54	L	SMA	5.038.000	2.470.000
9	49	L	SMP	5.043.000	3.500.000
10	47	P	SMA	5.061.000	3.500.000
11	40	P	SMA	4.052.000	3.480.000
12	46	L	SMA	5.043.000	4.480.000
13	43	P	SMA	4.043.000	3.480.000
14	52	L	SMP	5.840.000	6.480.000
15	44	P	SMA	6.840.000	4.470.000
16	51	L	D3	9.043.000	5.470.000
17	49	L	SMA	8.043.000	3.480.000
18	50	L	SMP	6.043.000	4.470.000
19	46	P	SMA	4.983.000	3.480.000
20	55	L	SMA	5.858.000	4.480.000
21	51	L	S1	7.840.000	3.480.000
22	48	P	SMA	7.858.000	4.480.000
23	49	L	SMA	7.033.000	5.480.000
24	52	L	SMA	6.043.000	4.480.000
25	46	P	SMA	6.858.000	5.480.000
26	48	L	SMA	6.858.000	5.470.000
27	53	L	D3	8.840.000	7.470.000
28	44	L	SMA	7.043.000	5.470.000
29	46	L	SMA	7.840.000	5.480.000
30	43	P	SMA	8.840.000	6.470.000
Total				169.147.000	128.320.000
Rata-rata				5.832.655	4.277.333

Sumber : Data primer diolah 2019

## Lampiran 10

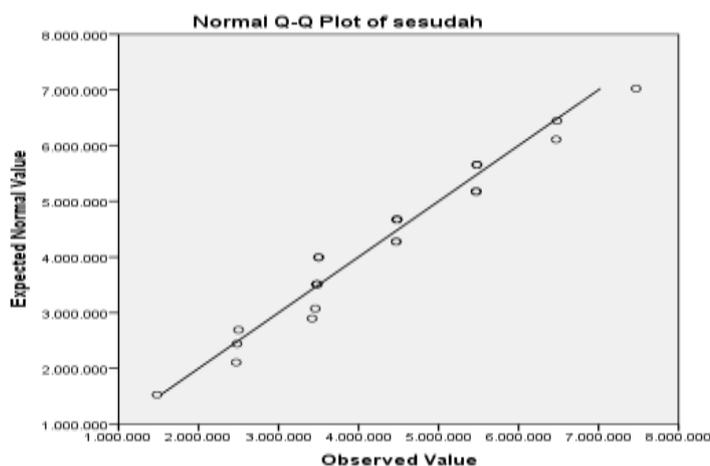
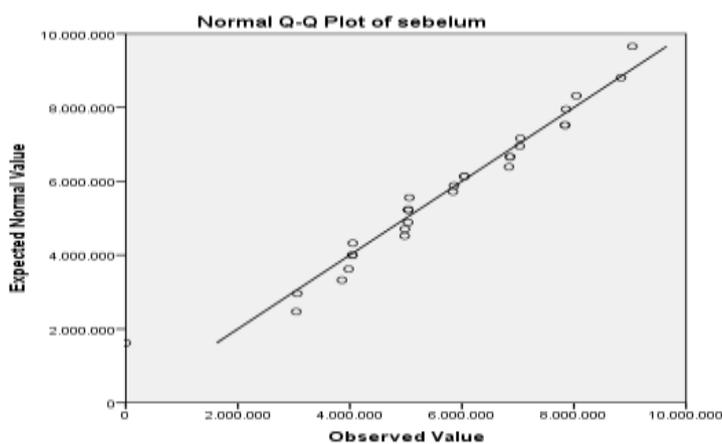
### Uji Normalitas data

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Sebelum	Sesudah
N		30	30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	5638233,33	4277333,33
	Std. Deviation	1968062,599	1346952,968
Most Extreme Differences	Absolute	,115	,185
	Positive	,115	,185
	Negative	-,102	-,129
Kolmogorov-Smirnov Z		,632	1,012
Asymp. Sig. (2-tailed)		,820	,258

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



## Lampiran 11

T-Test

### Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum	5638233,33	30	1968062,599	359317,427
	Sesudah	4277333,33	30	1968062,598	245918,842

### Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Sebelum & Sesudah	30	,410	,024

### Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Sebelum – Sesudah	-1360900,000	1874599,458	342253,470	660913,058	2060886,942	3,976	29	,000

Responden	Lokasi				Total	Fasilitas						Total	Kemanan				Total	Harga sewa		Total
	P1	P2	P3	P4		P1	P2	P3	P4	P5	P6		P1	P2	P3	P4		P1	P2	
1	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	5	16	2	2	4
2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	15	2	2	4
3	4	3	4	5	16	5	4	4	4	4	5	26	3	4	4	3	14	2	2	4
4	4	4	4	4	16	5	4	5	4	4	5	27	3	5	4	4	16	1	2	3
5	4	4	4	5	17	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	4	17	1	2	3
6	4	4	4	4	16	4	3	5	4	4	4	24	3	5	4	4	16	2	2	4
7	5	4	4	4	17	5	3	4	4	4	5	25	3	4	5	4	16	2	2	4
8	5	4	4	4	17	4	4	4	4	5	4	25	4	4	5	4	17	1	2	3
9	4	4	4	4	16	5	4	4	4	5	5	27	3	4	4	4	15	1	2	3
10	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	2	2	4
11	5	4	5	4	18	4	4	4	5	4	4	25	4	4	5	4	17	2	2	4
12	4	5	5	5	19	4	4	4	5	4	4	25	3	5	4	5	17	2	2	4
13	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	19	1	3	4
14	4	4	4	5	17	4	3	5	4	4	4	24	3	4	4	4	15	1	3	4
15	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	5	27	3	5	4	4	16	2	2	4
16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24	3	5	5	4	17	1	3	4
17	4	4	5	4	17	4	4	4	5	5	3	25	4	4	4	4	16	2	3	5
18	5	4	5	5	19	4	5	5	5	5	4	28	4	3	5	4	16	1	3	4
19	4	4	4	5	17	4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	16	1	2	3
20	4	3	4	5	16	4	4	5	4	4	4	25	3	4	4	3	14	2	3	5
21	4	3	5	4	16	4	4	4	5	5	4	26	3	4	4	3	14	2	3	5
22	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	4	25	3	4	4	4	15	2	3	5
23	5	4	5	4	18	5	4	4	5	5	4	27	3	4	5	4	16	1	2	3
24	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	4	26	3	4	4	4	15	2	3	5
25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	15	3	3	6
26	4	4	4	5	17	4	4	5	4	4	5	26	4	4	4	4	16	3	4	7
27	4	4	5	5	18	4	4	5	5	5	5	28	4	5	4	4	17	3	4	7
28	4	3	4	4	15	4	5	4	4	4	4	25	3	5	4	3	15	2	4	6
29	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	4	27	3	4	5	5	17	3	4	7
30	5	4	4	4	17	5	5	5	4	4	5	28	4	4	5	4	17	3	4	7

Sumber : Data primer diolah 2019

### Lampiran 13

#### Uji validitas

#### Lokasi

#### Correlations

	P1	P2	P3	P4	total1
P1 Pearson Correlation	1	,282	,365*	-,089	<b>,601**</b>
P1 Sig. (2-tailed)		,132	,047	,640	,000
P1 N	30	30	30	30	30
P2 Pearson Correlation	,282	1	,282	,132	<b>,693**</b>
P2 Sig. (2-tailed)	,132		,132	,488	,000
P2 N	30	30	30	30	30
P3 Pearson Correlation	,365*	,282	1	,208	<b>,721**</b>
P3 Sig. (2-tailed)	,047	,132		,270	,000
P3 N	30	30	30	30	30
P4 Pearson Correlation	-,089	,132	,208	1	<b>,506**</b>
P4 Sig. (2-tailed)	,640	,488	,270		,004
P4 N	30	30	30	30	30
total1 Pearson Correlation	,601**	,693**	,721**	,506**	1
total1 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,004	
total1 N	30	30	30	30	30

## Fasilitas

## Correlations

	p5	p6	p7	p8	p9	p10	total2
Pearson Correlation	1	,104	-,089	-,111	,048	,653**	<b>,549**</b>
Sig. (2-tailed)		,586	,640	,559	,803	,000	,002
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,104	1	-,073	-,026	-,026	-,008	<b>,385*</b>
Sig. (2-tailed)	,586		,703	,892	,892	,968	,036
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	-,089	-,073	1	,059	,059	,239	<b>,413*</b>
Sig. (2-tailed)	,640	,703		,755	,755	,203	,023
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	-,111	-,026	,059	1	,683**	-,199	<b>,446*</b>
Sig. (2-tailed)	,559	,892	,755		,000	,292	,013
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,048	-,026	,059	,683**	1	-,057	<b>,549**</b>
Sig. (2-tailed)	,803	,892	,755	,000		,766	,002
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,653**	-,008	,239	-,199	-,057	1	<b>,569**</b>
Sig. (2-tailed)	,000	,968	,203	,292	,766		,001
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,549**	,385*	,413*	,446*	,549**	,569**	1
Sig. (2-tailed)	,002	,036	,023	,013	,002	,001	
N	30	30	30	30	30	30	30
N							

**Kemanan****Correlations**

	p11	p12	p13	p14	total3	
	Pearson Correlation	1	-,126	,257	,134	<b>,552**</b>
p11	Sig. (2-tailed)		,507	,171	,480	,002
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	-,126	1	-,199	,126	<b>,389*</b>
p12	Sig. (2-tailed)	,507		,292	,507	,034
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,257	-,199	1	,282	<b>,572**</b>
p13	Sig. (2-tailed)	,171	,292		,132	,001
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,134	,126	,282	1	<b>,708**</b>
p14	Sig. (2-tailed)	,480	,507	,132		,000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,552**	,389*	,572**	,708**	1
total3	Sig. (2-tailed)	,002	,034	,001	,000	
	N	30	30	30	30	30

**Harga sewa****Correlations**

	p15	p16	total4	
	Pearson Correlation	1	,638**	<b>,902**</b>
p15	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	30	30	30
	Pearson Correlation	,638**	1	<b>,908**</b>
p16	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	30	30	30
	Pearson Correlation	,902**	,908**	1
total4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

**Hasil uji validitas**

pertanyaan	r table	r hitung	keterangan
Pertanyaan 1	0,361	601	Valid
Pertanyaan 2	0,361	693	Valid
Pertanyaan 3	0,361	721	Valid
Pertanyaan 4	0,361	506	Valid
Pertanyaan 5	0,361	549	Valid
Pertanyaan 6	0,361	385	Valid
Pertanyaan 7	0,361	413	Valid
Pertanyaan 8	0,361	446	Valid
Pertanyaan 9	0,361	549	Valid
Pertanyaan 10	0,361	569	Valid
Pertanyaan 11	0,361	552	Valid
Pertanyaan 12	0,361	389	Valid
Pertanyaan 13	0,361	572	Valid
Pertanyaan 14	0,361	708	Valid
Pertanyaan 15	0,361	902	Valid
Pertanyaan 16	0,361	908	Valid

## Lampiran 14

### Reliability

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,686	16

