

Pengaruh Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dan Pengelolaan Retribusi Pasar terhadap Kepuasan Pedagang

¹Rikkie Dekas , ²Saudi Berlian
Universitas Sumatera Selatan
Palembang, Indonesia

rikkie.dekas@gmail.com

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 05/10/2024
Diterima : 11/10/2024
Dipublikasi : 18/10/2024

ABSTRAK

Pengembangan pasar dan pengelolaan retribusi merupakan dua aspek yang idealnya mempunyai peran penting dalam memuaskan para pedagang. Namun, terjadi *research gap* terkait pengaruh kedua aspek tersebut. Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang bertolak belakang. Hal ini memberikan peluang untuk penelitian ini menganalisis dampak strategi pengembangan pasar tradisional dan pengelolaan retribusi terhadap kepuasan pedagang di Pasar Sukajadi Banyuasin Sumsel. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel probabilitas, khususnya *simple random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, uji kualitas data, dan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan pasar tradisional memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pedagang. Lain halnya dengan pengelolaan retribusi yang secara signifikan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pedagang. Namun secara simultan, hasilnya menunjukkan bahwa keduanya memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pedagang.

Kata Kunci: pengaruh, pasar tradisional, strategi pengembangan, pengelolaan retribusi, kepuasan pedagang.

I. PENDAHULUAN

Aktivitas ekonomi merupakan salah satu elemen penting yang menopang perekonomian suatu negara. Negara yang maju adalah negara yang mampu mengembangkan sektor ekonominya serta memperhatikan distribusi pendapatan bagi rakyatnya. Dalam konteks ini, pasar memiliki peran yang vital dalam menggerakkan roda perekonomian. Pasar tradisional, seperti Pasar Sukajadi di Kabupaten Banyuasin, berfungsi sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Pasar ini juga memainkan peran sosial, ekonomi, dan budaya yang signifikan bagi masyarakat setempat.

Meskipun demikian, pasar tradisional sering kali dianggap kotor, kumuh, dan berbau. Untuk memastikan keberlanjutan dan daya saingnya, perlu adanya upaya pengembangan yang melibatkan perbaikan infrastruktur, penataan ulang pedagang, serta pengelolaan retribusi yang lebih baik. Menurut penelitian sebelumnya, pengelolaan pasar tradisional oleh pemerintah daerah, khususnya Kabupaten Banyuasin melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan, belum optimal. Fasilitas publik yang kurang memadai dan retribusi yang belum terkelola dengan baik menjadi beberapa masalah utama (Rianto, 2020).

Data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi menunjukkan bahwa Pasar Sukajadi mengalami peningkatan jumlah pedagang dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, jumlah pedagang meningkat sebesar 2,33% dibandingkan tahun sebelumnya, dan pada tahun 2022 meningkat sebesar 4,77%. Namun, pada tahun 2023, jumlah pedagang tetap stabil tanpa ada kenaikan. Data ini menunjukkan pentingnya strategi pengembangan pasar dan pengelolaan retribusi yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pedagang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh strategi pengembangan pasar tradisional dan pengelolaan retribusi pasar terhadap kepuasan pedagang di Pasar Sukajadi Kabupaten Banyuwangi. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil beragam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pedagang. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas fasilitas pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang (Baihaqi, 2023). Adapun juga penelitian lain menyatakan bahwa transparansi retribusi memiliki pengaruh yang lebih signifikan dibandingkan kualitas fasilitas pasar. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya research gap yang perlu dieksplorasi lebih lanjut (Istiqomah & Wardana, 2023).

Selain itu, penelitian menemukan bahwa komunikasi yang baik antara pengelola pasar dan pedagang berkontribusi terhadap kepuasan pedagang (Malik & Yulistiyari, 2017). Penelitian mengidentifikasi empat aspek yang mempengaruhi kepuasan dan pendapatan pedagang, yaitu aspek sosial, aspek non-fisik, aspek ekonomi, dan aspek fisik (Sakur, 2020). Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa para pedagang merasa belum puas terhadap keempat aspek tersebut. Fakta lain menekankan pentingnya pengelolaan retribusi pasar dalam meningkatkan kepuasan pedagang (Nagut, Setyabudi, & Rakhmadian, 2023). Di sisi lain, pengelolaan retribusi pasar tidak memberikan pengaruh signifikan karena berbagai hambatan yang ada (Nakita, Kusnadi, Dinarwati, & Suparman, 2019).

Penelitian ini berusaha untuk mengisi gap penelitian terkait dengan pengaruh strategi pengembangan pasar tradisional dan pengelolaan retribusi pasar terhadap kepuasan pedagang di Pasar Sukajadi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah kombinasi pengaruh dari kedua aspek, yaitu strategi pengembangan pasar dan pengelolaan retribusi. Penelitian terdahulu hanya melihat pengaruh dari salah satu aspek saja. Pamungkas & Sofiaty (2023) hanya menunjukkan dampak renovasi pasar yang merupakan salah satu strategi pengembangan terhadap kepuasan pengguna pasar.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat melihat pengaruh strategi pengembangan pasar tradisional dan pengelolaan retribusi terhadap kepuasan pedagang secara terpisah dan keduanya. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan keilmuan dan praktik pengelolaan pasar tradisional di Indonesia.

II. STUDI LITERATUR

Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar adalah langkah-langkah yang diambil untuk memperluas pangsa pasar suatu produk atau layanan yang ada. Tujuannya adalah untuk menarik pelanggan baru atau meningkatkan penggunaan oleh pelanggan yang sudah ada. Strategi ini bisa mencakup beberapa pendekatan, antara lain (Sari, Liantifa, Yuliasih, Irawan, & Budaya, 2019):

- 1) Penetrasi Pasar

Melibatkan usaha untuk meningkatkan pangsa pasar produk yang ada di pasar yang ada. Taktik yang dapat digunakan termasuk penurunan harga, peningkatan promosi dan distribusi. Dengan indikator peningkatan pangsa pasar, jumlah pelanggan baru, peningkatan volume penjualan, frekuensi pembelian oleh pelanggan yang sudah ada.

- 2) Pengembangan Produk

Menciptakan produk baru atau memperbaiki produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Dengan indikator Jumlah produk baru yang diluncurkan, tingkat adopsi produk baru, umpan balik pelanggan tentang produk baru.

Retribusi Pasar



Retribusi pasar adalah bentuk pembayaran yang dilakukan oleh pedagang atau pengguna fasilitas pasar kepada pemerintah daerah sebagai kompensasi atas penggunaan layanan atau fasilitas yang disediakan (Rajab, 2020).

- 1) Struktur Retribusi
Meliputi tarif retribusi yang ditetapkan berdasarkan ukuran, jenis barang, lokasi, dan fasilitas yang digunakan. Struktur ini harus transparan dan adil untuk semua pedagang. Dengan indikator tingkat kepatuhan pembayaran retribusi, pendapatan dari retribusi pasar, tingkat kenaikan tarif retribusi.
- 2) Efisiensi Pengumpulan
Proses pengumpulan yang efisien memastikan bahwa dana yang terkumpul dapat digunakan secara optimal untuk pemeliharaan dan pengembangan pasar. Dengan indikator Efektivitas pengumpulan retribusi, biaya pengumpulan retribusi dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh, waktu yang dibutuhkan untuk mengumpulkan retribusi.
- 3) Penggunaan Dana Retribusi
Dana yang diperoleh dari retribusi harus digunakan untuk memperbaiki fasilitas pasar, keamanan, kebersihan, dan layanan lainnya yang mendukung kegiatan perdagangan di pasar. Dengan indikator Jumlah dana yang digunakan untuk pemeliharaan dan pengembangan pasar, tingkat kepuasan pedagang terhadap fasilitas pasar, peningkatan infrastruktur pasar.

Kepuasan Pedagang

Kepuasan pedagang adalah tingkat dimana pedagang merasa puas dengan layanan, fasilitas, dan lingkungan pasar yang disediakan oleh pengelola pasar (Kasiami, 2018).

- 1) Kualitas Fasilitas Pasar
Fasilitas pasar yang baik mencakup infrastruktur fisik seperti bangunan kios, sanitasi, listrik, air, dan keamanan. Fasilitas yang memadai akan meningkatkan kepuasan dan kenyamanan pedagang dalam berjualan. Dengan indikator Tingkat kepuasan terhadap fasilitas pasar (misalnya, kios, area parkir, sanitasi), jumlah keluhan yang diterima, hasil survei kepuasan.
- 2) Pelayanan Pengelola Pasar
Pengelola pasar harus responsif dan membantu pedagang dalam menyelesaikan masalah mereka, seperti keamanan, kebersihan, dan administrasi. Dengan indikator tingkat kepuasan terhadap layanan pengelola, waktu respon terhadap masalah yang dihadapi pedagang, kualitas interaksi antara pedagang dan pengelola pasar.
- 3) Lingkungan Bisnis
Lingkungan yang kondusif untuk berbisnis mencakup aspek keamanan, kenyamanan, dan kemudahan dalam bertransaksi. Lingkungan bisnis yang baik akan mendukung pertumbuhan usaha pedagang. Dengan indikator Tingkat kepuasan terhadap lingkungan bisnis di pasar, jumlah transaksi, loyalitas pedagang untuk tetap berjualan di pasar tersebut.

Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan, peneliti menelaah, mengupas, dan memberikan beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Berikut adalah beberapa penelitian yang relevan dalam lima tahun terakhir yang digunakan pada penelitian ini:

Hafizah (2020) menyatakan bahwa kepuasan pedagang terhadap pengembangan pasar di Pasar Bambu Kuning hanya terpengaruh secara positif oleh aspek kemampuan fisik (*tangible*), sementara aspek keandalan (*reliability*) sedangkan jaminan (*assurance*) memberikan dampak negatif. Pemeliharaan pasar oleh UPT Pasar Bambu Kuning perlu ditingkatkan, dan pengembangan pasar hanya memenuhi dua prinsip ekonomi Islam, yaitu khilafah dan ma'ad.

Fakhri (2020) yang melakukan penelitian dengan metode kualitatif hasilnya menunjukkan bahwa pengelola pasar melaksanakan pengembangan melalui program revitalisasi yang mencakup

perbaikan aspek fisik dan sosial, seperti perbaikan dan penataan area parkir, pemeliharaan kebersihan, renovasi bangunan, dan pemberdayaan pedagang. Namun, terdapat kendala seperti ketidakcocokan dalam pembayaran retribusi, kekurangan petugas kebersihan, dan kurangnya dukungan pengembangan dari pemerintah daerah.

Sherina (2021) menyimpulkan bahwa pedagang di Pusat Niaga Palopo umumnya merasa tidak keberatan dengan besaran retribusi yang dikenakan dan merasa puas dengan fasilitas yang digunakan. Mereka juga menyetujui tarif retribusi pasar yang ditetapkan oleh pemerintah dan berharap agar pemerintah daerah terus memberikan perhatian terhadap mereka dan pasar tersebut.

Ghufron (2020) menggunakan metode deskriptif dan kualitatif untuk menunjukkan bahwa strategi pengembangan pasar antara lain mencakup pemeliharaan fasilitas kebersihan, peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) melalui pembinaan, pengelolaan ketertiban dan keamanan pasar, serta optimalisasi pemanfaatan lahan pasar.

Penelitian menunjukkan bahwa kualitas fasilitas pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang (Baihaqi, 2023). Adapun juga penelitian lain menyatakan bahwa transparansi retribusi memiliki pengaruh yang lebih signifikan dibandingkan kualitas fasilitas pasar. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya research gap yang perlu dieksplorasi lebih lanjut (Istiqomah & Wardana, 2023).

Penelitian-penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai strategi pengembangan pasar tradisional dan pengelolaan retribusi pasar serta bagaimana hal tersebut mempengaruhi kepuasan pedagang. Dalam penelitian ini studi-studi tersebut menjadi dasar untuk memahami variabel-variabel yang relevan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pedagang di Pasar Sukajadi Kabupaten Banyuasin.

III. METODE

Penelitian ini dilakukan di Pasar Sukajadi, Kabupaten Banyuasin, yang berada di bawah pengelolaan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyuasin. Dalam menentukan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang memberikan setiap unsur atau anggota populasi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2016). Jenis teknik *probability* yang digunakan adalah *simple random sampling*, yang juga didefinisikan oleh Sugiyono (2016) sebagai metode pengambilan sampel secara acak tanpa mempertimbangkan strata dalam populasi tersebut. Populasi merujuk pada keseluruhan individu atau objek yang menjadi subjek kajian, mencakupi semua elemen dengan ciri-ciri yang ingin dikaji oleh peneliti. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perindustrian dan Perdagangan, populasi dalam penelitian ini terdiri dari 504 pedagang di Pasar Sukajadi Kabupaten Banyuasin.

Sampel adalah subset dari populasi yang diambil untuk tujuan inferens atau generalisasi mengenai populasi tersebut (Amin, Garancang, & Abunawas, 2023). Untuk menentukan ukuran sampel, digunakan rumus Slovin dengan *margin error* sebesar 10%. Setelah perhitungan diperoleh sampel sebanyak 84 pedagang.

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran yang masih dapat ditolerir

Penelitian ini menggunakan dua jenis data: (1) Data primer, informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Data ini mencakup kuantitatif terkait pengaruh pengembangan pasar dan pengelolaan retribusi terhadap kepuasan pedagang di Pasar Sukajadi. (2) Data sekunder, data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain. Informasi ini diperoleh dari berbagai sumber seperti dokumen, studi literatur, dan lainnya.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan: (1) Observasi, teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung di lapangan. (2) Dokumentasi, mengumpulkan

data dari buku, arsip, dokumen, laporan, dan penjelasan lainnya. (3) Kepustakaan, mengumpulkan data dari berbagai bahan di perpustakaan yang relevan dengan penelitian. (4) Angket (*questionnaire*), kumpulan pertanyaan yang disusun untuk mendapatkan informasi dari responden. Skala pengukuran instrumen penelitian menggunakan skala Likert untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu terhadap fenomena sosial. Skala ini menjabarkan variabel menjadi indikator-indikator yang menjadi dasar untuk merumuskan pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen penelitian (Sumartini, Harahap, & Sthevany, 2020)

Tabel 1. Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016)

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis untuk mengumpulkan, mengkaji, menginterpretasikan, dan memvisualisasikan data guna mendapatkan wawasan yang mendukung pengambilan keputusan. (1) Penelitian ini menggunakan metode analisis data statistik deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Analisis deskriptif menyajikan data melalui nilai rata-rata (mean), deviasi standar, varians, nilai maksimum, dan nilai minimum (Wahyuni, 2020). (2) Uji Kualitas data berupa uji validitas, mengukur sejauh mana data yang dikumpulkan berhubungan dengan data yang sebenarnya terjadi. Validitas diuji menggunakan rumus Korelasi Pearson Product Moment, dan instrumen dianggap valid jika koefisien validitas (r -hitung) lebih besar dari r -tabel pada tingkat signifikansi 5% dan 1% dan uji reliabilitas, mengevaluasi seberapa baik kuesioner dapat mengukur variabel tertentu. Reliabilitas diukur menggunakan nilai cronbach alpha, dan instrumen dianggap dapat diandalkan jika cronbach alpha $> 0,60$ (Rindiasari, Hidayat, Hidayat, & Yuliani, 2021).

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup: (1) Uji normalitas dengan mengevaluasi apakah distribusi variabel mendekati distribusi normal. Uji dilakukan melalui grafik atau metode seperti uji Kolmogorov-Smirnov. (2) Uji Multikolinearitas dengan menilai apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Kriteria: VIF < 10 dan toleransi $> 0,10$. (3) Uji Heteroskedastisitas dengan mengevaluasi variasi residual dalam model regresi. Kriteria: Signifikansi $> 0,05$ berarti tidak ada heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini meliputi: (1) Uji parsial (uji t) dengan menilai signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. (2) Uji simultan (uji f) dengan menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. (3) Analisis regresi linear berganda, metode ini digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pedagang

X_1 = Strategi Pengembangan Pasar

X_2 = Pengelolaan Retribusi

b_1 = Koefisien Regresi Pertama

b_2 = Koefisien Regresi Kedua

a = Konstanta

Adapun pengujian yang dilakukan adalah menentukan koefisien determinasi untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien

determinasi, semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Sabrina, Nandita, & Maharani, 2023).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini karakter responden juga diukur berdasarkan usia untuk memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai demografi responden.

Tabel 2. Karakter Responden Berdasarkan Jenis Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
11-20	6	7,14
21-30	38	45,24
31-40	25	29,76
41-50	8	9,52
51-60	6	7,14
61-70	1	1,19
Total	84	100

Distribusi responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam kelompok usia produktif (21-40 tahun), mencerminkan populasi aktif ekonomi di Pasar Sukajadi. Partisipasi dari berbagai kelompok usia memastikan bahwa penelitian ini mendapatkan perspektif yang luas dan menyeluruh, mencakup pandangan dari generasi muda hingga yang lebih berpengalaman. Hal ini penting untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai dinamika dan kondisi Pasar Sukajadi serta untuk merumuskan rekomendasi yang relevan bagi perkembangan pasar di masa depan. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin adalah aspek penting dalam penelitian ini karena memberikan wawasan tentang keseimbangan dan representasi antara laki-laki dan perempuan. Memahami karakter responden berdasarkan jenis kelamin membantu memastikan bahwa hasil penelitian mencerminkan pandangan dan pengalaman dari kedua kelompok secara adil dan tidak bias.

Tabel 3. Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	42	50
Perempuan	42	50
Total	84	100

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah responden laki-laki dan perempuan dalam penelitian ini adalah sama, masing-masing sebanyak 42 orang. Dengan demikian, persentase responden laki-laki adalah 50% dan persentase responden perempuan juga 50% dari total 84 responden. Uji statistik deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran umum tentang data dari variabel Kepuasan Pedagang (Y), Strategi Pengembangan Pasar (X1), dan Pengelolaan Retribusi (X2). Hasil dari analisis statistik deskriptif disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Strategi (X1)	84	16	24	21.68	2.095
Pengelolaan (X2)	84	13	24	21.52	2.294
Kepuasan (Y)	84	17	24	21.86	1.851
Valid N (listwise)	84				

Dari Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa Strategi Pengembangan Pasar (X1) memiliki nilai yang bervariasi antara 16 hingga 24, dengan rata-rata 21,68 dan standar deviasi 2,095. Ini menunjukkan bahwa persebaran nilai strategi cukup kecil di sekitar rata-rata. Pengelolaan Retribusi (X2)

memiliki nilai minimum 13 dan maksimum 24, dengan rata-rata 21,52 dan standar deviasi 2,294. Ini menunjukkan variasi yang moderat di sekitar rata-rata. Kepuasan Pedagang (Y) memiliki nilai minimum 17 dan maksimum 24, dengan rata-rata 21,86 dan standar deviasi 1,851.

Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan layanan yang mereka terima. Secara keseluruhan rata-rata nilai untuk strategi, pengelolaan, dan kepuasan berada di atas 21, yang menunjukkan penilaian yang cukup tinggi dari responden. Standar deviasi yang relatif kecil mengindikasikan adanya konsistensi dalam penilaian responden, yang mencerminkan persepsi positif terkait strategi, pengelolaan, dan kepuasan. Uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi keabsahan setiap item dalam kuesioner terkait variabel yang diuji. Hasil uji validitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel X₁

STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL (X₁)			
Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,609	0,220	Valid
2	0,457	0,220	Valid
3	0,506	0,220	Valid
4	0,760	0,220	Valid
5	0,526	0,220	Valid
6	0,760	0,220	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel X₂

PENGELOLAAN RETRIBUSI PASAR (X₂)			
Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,708	0,220	Valid
2	0,705	0,220	Valid
3	0,708	0,220	Valid
4	0,705	0,220	Valid
5	0,566	0,220	Valid
6	0,401	0,220	Valid

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel Y

KEPUASAN PEDAGANG (Y)			
Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,622	0,220	Valid
2	0,469	0,220	Valid
3	0,568	0,220	Valid
4	0,637	0,220	Valid
5	0,660	0,220	Valid
6	0,653	0,220	Valid

Berdasarkan Tabel 5, 6, dan 7 dengan jumlah responden sebanyak 84, nilai r tabel dengan derajat kebebasan (df) = 82 (N-2) adalah 0,220. Semua item indikator pada variabel X₁, X₂, dan Y menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel, sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi kuesioner yang digunakan. Hasil uji reliabilitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Item-Item Variabel

No	Variabel	Cronbach's Alpha	r tabel	Ket.
1	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional	0,663	0,60	Reliabel
2	Pengelolaan Retribusi Pasar	0,709	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Pedagang	0,639	0,60	Reliabel

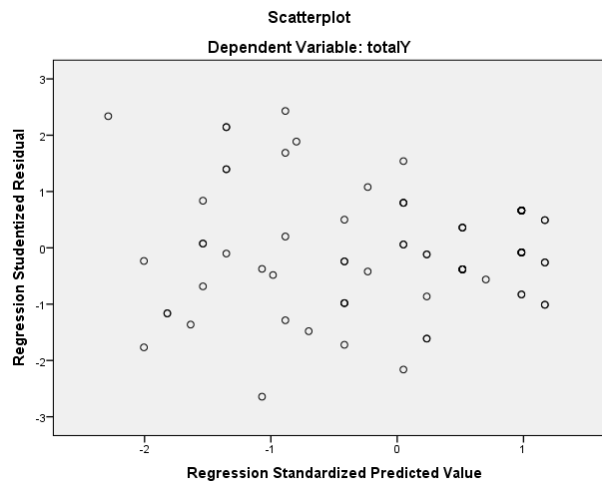
Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,60, sehingga dinyatakan reliabel. Sebelum melaksanakan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik, yaitu uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Satu-Sampel. Hasil dari pengujian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 9. Uji Normalitas Variabel X₁, X₂, dan Y
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34332404
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.077
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.167 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai signifikansi pada Tabel 9 (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0,167 lebih besar dari α (0.05). Diambil keputusan terima H₀ yang artinya persebaran variabel strategi pengembangan pasar tradisional (X₁) dan pengelolaan retribusi pasar (X₂) terhadap Kepuasan Pedagang (Y) berdistribusi normal. Adapun hasil dari uji heterokedastisitas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi mengalami pertidaksamaan varians dari variabel-variabelnya. Uji heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada pencar antara sumbu Y pada SRESID dan X pada ZPRED heteroskedastisitas mendapatkan hasil berikut:



Gambar 1. Scatterplot Variabel Y

Dari Gambar 1 di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data karena titik-titik yang ada di dalam scatterplot tidak membentuk suatu pola yang jelas serta titik-titiknya tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Selanjutnya peneliti menggunakan Uji Heteroskedastisitas (*Glejser*). Uji Heteroskedastisitas (*Glejser*) memiliki kriteria pengujian, jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka berkesimpulan data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.185	0.873		5.942	0.000
Total X ₁	-0.227	0.141	-0.566	-1.612	0.111
Total X ₂	0.037	0.129	0.100	0.283	0.778

a. Dependent Variable: ABS

Pada Tabel 10 di atas dapat dilihat bahwa variabel strategi pengembangan pasar (X₁) memiliki signifikansi sebesar 0,111 > 0,05 Variabel pengelolaan retribusi (X₂) memiliki signifikansi sebesar 0,778 > 0,05, maka dapat disimpulkan kedua variabel independen memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dalam data ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau asumsi heteroskedastisitas sudah terpenuhi. Selanjutnya dasar pengambilan keputusan adalah suatu model regresi tidak multikolinearitas jika nilai *tolerance* > 0,100 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, dari uji ini mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 21. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Total X ₂	1.000	1.000
	Total X ₁	1.000	1.000

a. Dependent Variable: totalY

Sebelum dilakukan *multiple regression analyze method*, data tersebut terlebih dahulu dilakukan sebuah pengujian asumsi klasik yakni uji normalitas. Setelah uji F dan uji T dilakukan pengujian dengan metode analisis regresi linier berganda (*multiple regression analyze method*) sebagai berikut:

Tabel 32. Uji T untuk X₁ dan X₂ terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.457	.264		5.509	0.000
	Strategi	1.398	.260	1.577	5.371	0.000
	Pengelolaan	-.797	.238	-.985	-3.353	0.001

a. Dependent Variable: Kepuasan

Dari Tabel 12 maka dapat dibuat persamaan matematis sebagai berikut:

$$Y = 1,457 + 1,398X_1 - 0,797X_2$$

Berdasarkan persamaan matematis tersebut maka dapat dijelaskan bahwa: (1) Konstanta (1,457), Nilai ini menunjukkan bahwa jika X₁ (strategi pengembangan) dan X₂ (pengelolaan retribusi) bernilai nol, maka nilai dasar kepuasan pelanggan (Y) adalah 1,457. Ini adalah nilai dasar kepuasan pelanggan tanpa mempertimbangkan pengaruh dari strategi pengolahan pasar dan pengelolaan retribusi pasar. (2) Koefisien X₁ (1,398), Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam strategi pengembangan pasar akan meningkatkan kepuasan pelanggan

sebesar 1,398 unit, dengan asumsi bahwa pengelolaan retribusi tetap konstan. Ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari strategi pengembangan pasar terhadap kepuasan pelanggan. (3) Koefisien X_2 (-0,797), koefisien ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam pengelolaan retribusi pasar akan mengurangi kepuasan pelanggan sebesar 0,797 unit, dengan asumsi bahwa variabel strategi pengembangan tetap konstan. Ini menunjukkan pengaruh negatif dari pengelolaan retribusi pasar terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji T pada Tabel 12 diketahui variabel Strategi Pengembangan Pasar Tradisional (X_1) secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pedagang (Y). Sedangkan variabel Pengelolaan Retribusi Pasar (X_2) secara parsial berpengaruh negatif terhadap variabel Kepuasan Pedagang (Y).

Tabel 4. Uji F untuk X_1 dan X_2 terhadap Y

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.511	2	67.255	36.372	0.000 ^b
	Residual	149.775	81	1.849		
	Total	284.286	83			

a. Dependent Variable: totalY
 b. Predictors: (Constant), Totalx2, TotalX1

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji F diketahui variabel Strategi Pengembangan Pasar Tradisional (X_1) dan pengelolaan retribusi pasar (X_2) mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 bisa disimpulkan bahwa variabel pengelolaan retribusi pasar (X_1) dan pengelolaan retribusi pasar (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pedagang (Y).

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.688 ^a	0.473	0.460	1.360

a. Predictors: (Constant), Totalx2, TotalX1

Berdasarkan hasil analisis Tabel 15 di atas, diperoleh persentase keragaman Variabel Kepuasan Pedagang (Y) yang dijelaskan oleh Variabel Strategi Pengolahan Pasar Tradisional (X_1) dan Pengelolaan Retribusi Pasar (X_2) adalah 47,3% sedangkan 52,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan pasar tradisional memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang di Pasar Sukajadi. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pengembangan pasar yang terencana dan terstruktur dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pedagang. Dengan nilai t hitung sebesar 5,583 dan signifikansi 0,000, penelitian ini menegaskan bahwa strategi pengembangan pasar tradisional (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang (Y).

Strategi pengembangan pasar tradisional yang diterapkan di Pasar Sukajadi mencakup penataan ulang lokasi pedagang, renovasi fasilitas pasar, peningkatan kebersihan dan keamanan, serta pemberdayaan pedagang melalui program pelatihan dan sosialisasi. Temuan ini konsisten dengan penelitian Malik & Yulistiyari (2017), yang menunjukkan pentingnya komunikasi yang efektif antara pengelola pasar dan pedagang dalam meningkatkan kepuasan. Komunikasi yang baik menciptakan rasa keterlibatan dan apresiasi di antara pedagang, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan mereka.

Program pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan oleh pengelola pasar juga berdampak positif pada kepuasan pedagang. Pelatihan tentang peningkatan kualitas produk, strategi pemasaran, dan manajemen keuangan membantu pedagang untuk lebih kompetitif. Ini sejalan dengan temuan

Fakhri (2020) yang menyatakan bahwa revitalisasi aspek fisik dan sosial pasar dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pedagang.

Implementasi strategi pengembangan pasar tidak lepas dari tantangan, seperti pembayaran retribusi yang tidak sesuai dan minimnya petugas kebersihan. Pengelola pasar telah berupaya mengatasi tantangan ini melalui sosialisasi pembayaran retribusi yang tepat waktu dan peningkatan jumlah petugas kebersihan. Upaya ini mencerminkan komitmen pengelola pasar untuk terus meningkatkan kondisi pasar dan kepuasan pedagang.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa pengelolaan retribusi pasar juga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pedagang, meskipun tidak sekuat strategi pengembangan pasar tradisional. Pengelolaan retribusi pasar (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang, hal ini sejalan dengan penelitian Fakhri (2020) yang terkendala pada ketidakcocokan dalam pembayaran retribusi. Pengelolaan retribusi yang baik melibatkan transparansi dalam penetapan tarif dan kejelasan dalam penggunaannya, sebagaimana dikemukakan oleh Nagut, Setyabudi, & Rakhmadian (2023).

Transparansi dan keadilan dalam pengelolaan retribusi sangat penting. Pedagang yang merasa bahwa retribusi yang mereka bayar digunakan untuk peningkatan fasilitas dan pelayanan cenderung lebih puas, seperti yang ditemukan oleh Sherina (2021). Di Pasar Sukajadi, pengelola pasar telah berupaya meningkatkan transparansi dengan memberikan laporan berkala kepada pedagang mengenai penggunaan dana retribusi. Pengelolaan pasar juga perlu memperimbangkan produk yang tersedia di pasar, harga yang diterapkan dipasar tersebut dan lokasi lingkungan pasar karena hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen (Sari, Dekas, & Haqiqi, 2023).

Masih ada kendala dalam pengelolaan retribusi di Pasar Sukajadi, seperti kurangnya sarana dan prasarana serta partisipasi pedagang yang rendah. Munthe (2021) menunjukkan bahwa pengelolaan retribusi di banyak pasar tradisional belum optimal. Di Pasar Sukajadi, pengelola pasar berusaha meningkatkan partisipasi pedagang melalui sosialisasi dan pertemuan rutin, serta penggunaan teknologi untuk memudahkan pembayaran dan meningkatkan transparansi.

Kombinasi antara strategi pengembangan pasar tradisional dan pengelolaan retribusi pasar yang baik dapat menciptakan lingkungan pasar yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pedagang. Malik & Yulistiyari (2017) dan Fakhri (2020) mendukung temuan ini, menekankan pentingnya pendekatan yang menyeluruh dalam pengembangan pasar tradisional dan pengelolaan retribusi untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pedagang.

Berdasarkan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan pasar tradisional dan pengelolaan retribusi pasar memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang di Pasar Sukajadi. Pengelola pasar perlu terus melakukan perbaikan dan inovasi dalam kedua aspek ini untuk memastikan bahwa Pasar Sukajadi dapat berkembang menjadi pasar tradisional yang kompetitif, berkelanjutan, dan memberikan manfaat maksimal bagi pedagang dan masyarakat sekitarnya.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh strategi pengembangan pasar tradisional dan pengelolaan retribusi pasar terhadap kepuasan pedagang di Pasar Sukajadi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan pasar tradisional memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pedagang di Pasar Sukajadi.
2. Pengelolaan retribusi pasar juga terbukti memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pedagang.
3. Kombinasi antara strategi pengembangan pasar tradisional dan pengelolaan retribusi pasar secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang di Pasar Sukajadi.

Direkomendasikan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menganalisis lebih lanjut faktor penyebab lebih mendalam yang mengakibatkan pengelolaan retribusi berpengaruh negatif terhadap kepuasan pedagang. Peneliti lain juga dapat memberikan solusi terkait hal itu.

VI. REFERENSI

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Pilar*, 14(1), 15 - 31. Retrieved from <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/10624>
- Baihaqi, M. G. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pedagang Ikan Skala Mikro di PPN Brondong. *Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (SNasPPM) VIII*. 8, pp. 1569 - 1578. Tuban: UPGRI Ronggolawe Tuban. Retrieved from <http://prosiding.unirow.ac.id/index.php/new-snasppm/article/view/1874/1265>
- Fakhri, S. M. (2020). *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional untuk Pemberdayaan Ekonomi Pedagang Kecil (Studi Kasus Pasar Gembong)*. Kudus: Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus. Retrieved from <http://repository.iainkudus.ac.id/4392/>
- Ghufron, M. (2020). *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Bumi Daya Kecamatan Palas Kabupaten Lampung Selatan)*. Bandar Lampung: UIN Raden Intan Lampung. Retrieved from <http://repository.radenintan.ac.id/17336/>
- Hafizah, N. (2020). *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Bandar Lampung: UIN Raden Intan Lampung. Retrieved from <http://repository.radenintan.ac.id/11716/>
- Istiqomah, I., & Wardana, G. W. (2023). Pengaruh e-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga terhadap Kepuasan Pedagang di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. *Kelola: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 95 - 106. Retrieved from <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/kelola/article/view/1496>
- Kasiami, S. (2018). Kepuasan Pedagang Pasar dalam Pengelolaan Pasar Daerah Kunduran. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1 - 5. doi:<https://doi.org/10.56071/jian.v1i2.63>
- Malik, V., & Yulistiyari, E. I. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Pengelolaan Pasar Tradisional terhadap Kepuasan Pedagang dengan Metode Servqual dan IPA. *Jurnal Intech*, 7 - 14. doi:<https://doi.org/10.30656/intech.v3i1.872>
- Munthe, J. W. (2021). *Pengelolaan Retribusi Pasar dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Pasar Syari'ah Madani Desa Tanah Merah Kecamatan Siak Hulu Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Nagut, S., Setyabudi, D. N., & Rakhmadian, M. (2023). Analisis Retribusi Pasar terhadap Peningkatan Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Narang. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 5(1), 64 - 80. doi:<https://doi.org/10.33503/ecoducation.v5i1.2702>
- Nakita, L., Kurnadi, I. H., Dinarwati, S., & Suparman, A. (2019). Kinerja Bidang Pengelolaan Pasar dalam Pemungutan Retribusi Pasar pada Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang. *The World of Financial Administration Journal*, 1(1), 24 - 46. doi:<https://doi.org/10.37950/wfaj.v1i1.756>

- Pamungkas, T. K., & Sofiati, S. (2023). Dampak Renovasi Pasar Tradisional pada Kepuasan Pengguna Pasar. *Jurnal Paradigma Madani: Ilmu Sosial, Politik, dan Agama*, 10(2), 115 - 128. doi:<https://doi.org/10.56013/jpm.v10i2.2852>
- Rajab, A. (2020). Kontribusi Retribusi Pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Mamuju. *Growth: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 144 - 155. Retrieved from <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/38>
- Rianto, A. (2020). Analisis Pengaruh Revitalisasi Design Konstruksi Pasar Tradisional terhadap Peningkatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pasar Kepuh Sukoharjo). *Jurnal Media Komunikasi Dunia Ilmu Sipil (Modulus)*, 2(1), 7 - 10. doi:<https://doi.org/10.32585/modulus.v2i1.1484>
- Rindiasari, P. R., Hidayat, Y., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Kepercayaan Diri. *Fokus (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(5), 367 - 372.
- Sabrina, F. A., Nandita, W. V., & Maharani, D. D. (2023). Uji Asumsi Klasik untuk Menghindari Pelanggaran Asumsi Klasik pada Regresi Linier Ordinary Least Squares (OLS) dalam Ekonometrika. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi (Jimea)*, 1(1), 195 - 203. doi:<https://doi.org/10.62017/jimea.v1i1.505>
- Sakur, S. (2020). *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan dan Pendapatan Pedagang di Pasar Bundeg Desa Durin Timur Konang Bangkalan Tahun 2020*. Bangkalan: Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah. Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/340120/strategi-pengembangan-pasar-tradisional-dalam-meningkatkan-kepuasan-dan-pendapat>
- Sari, D., Dekas, R., & Haqiqi, T. M. (2023). Dampak Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Tradisional. *Journal of Management and Business (Jomb)*, 5(2), 1032 - 1039. doi:<https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6899>
- Sari, F. P., Liantifa, M., Yuliasih, M., Irawan, D. A., & Budaya, I. (2019). *Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM (Teori & Studi Kasus)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sherina, S. (2021). *Analisis Persepsi Pedagang Pasar tentang Besaran Retribusi (Studi pada Pusat Niaga Palopo)*. Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo. Retrieved from <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/3989/>
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartini, S., Harahap, K. S., & Sthevany, S. (2020). Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Menggunakan Metode Skala Likert di Perusahaan Pembekuan Tuna. *Aurelia Journal*, 2(1), 29 - 38. doi:<http://dx.doi.org/10.15578/aj.v2i1.9392>
- Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.