

**EFEKTIVITAS PERAN PASAR TRADISIONAL DITINJAU  
DARI PERSPEKTIF MOTIVASI  
(Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E. )**

Oleh:  
**ANISA NUR MAILINDA**  
**NIM. 1423203090**

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Anisa Nur Mailinda**  
NIM : **1423203090**  
Jenjang : **S.1**  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**  
Jurusan : **Ekonomi Syari'ah**  
Program Studi : **Ekonomi Syari'ah**  
Judul Skripsi : **Efektivitas Peran Pasar Tradisional Ditinjau Dari  
Perspektif Motivasi (Studi Kasus Pada Pedagang  
Pasar Rempoah II)**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 10 Juli 2018

Saya yang menyatakan,

A 6000 Rupiah Indonesian postage stamp is shown with a signature written over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'PRIMER', '6000', and 'ENAM RIBU RUPIAH'.

**Anisa Nur Mailinda**  
**NIM. 1423203090**



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

**PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

EFEKTIVITAS PERAN PASAR TRADISIONAL  
DITINJAU DARI PERSPEKTIF MOTIVASI  
(Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II)

Yang disusun oleh Saudari **Anisa Nur Mailinda NIM. 1423203090** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **16 Agustus 2018** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.


Ketua Sidang/Penguji

  
D.s. Habib, M.Ag.  
NIP. 196512051993031004

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Chandra Warsito, SE, S.TP., M.Si.  
NIP. 197903232011011007

Pembimbing/Penguji

  
Dewi Laela Hiyatin, SE., M.S.I.  
NIP. 198511122009122007

Purwokerto, Agustus 2018

Melalui/Mengesahkan  
Dekan



Aminudin Aziz, M.M.  
NIP. 19680403 1994031004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Anisa Nur Mailinda Nim. 1423203090 yang berjudul:

**Efektivitas Peran Pasar Tradisional Ditinjau Dari Perspektif  
Motivasi (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (.S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 10 Juli 2018

Pembimbing



**Dewi Laela Hilvatin, SE., M.S.I**

NIP. 19851112 200912 2 007

**EFEKTIVITAS PERAN PASAR TRADISIONAL DITINJAU DARI  
PERSPEKTIF MOTIVASI  
(Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II)**

**Anisa Nur Mailinda  
1423203090**

Email: anisamailinda7@gmail.com  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syari'ah  
IAIN Purwokerto

**ABSTRAK**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih bertransaksi di pasar modern menyebabkan peran pasar tradisional dalam kehidupan masyarakat mulai terpinggirkan. Daya beli yang rendah membuat sebagian pedagang Pasar Rempoah II hanya beroperasi pada hari minggu saja, yang ramai pengunjung. Oleh karena itu, perlu ditelusuri hal apa yang mendorong atau memotivasi pedagang dalam beroperasi dan bekerja selama ini. Karena, motivasi sangatlah penting. Dengan motivasi ini diharapkan setiap individu karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktivitas yang tinggi. Selain itu, motivasi juga bertujuan untuk mengefektifkan pengadaan karyawan dalam suatu organisasi/lembaga.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Melalui pendekatan metode deskriptif-kualitatif, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana efektivitas peran pasar tradisional ditinjau dari perspektif motivasi pada pedagang Pasar Rempoah II. Sedangkan metode pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Peran pasar tradisional pada pedagang Pasar Rempoah II sudah berjalan cukup efektif. Hal ini, diukur dengan enam indikator efektivitas yaitu indikator laba/penghasilan, kemangkiran, semangat kerja, motivasi, kepuasan, dan kepaduan-konflik konflik-kompak. Setelah dilakukan penelitian, secara keseluruhan peran pasar dapat dikatakan cukup efektif. Hanya saja, jika dilihat dari indikator kepuasan, peran pasar tradisional bagi pedagang Pasar Rempoah II kurang efektif.

Kata Kunci: *Efektivitas, Pasar Tradisional, Motivasi.*

**THE EFFECTIVENESS OF THE TRADITIONAL MARKET ROLE  
IS VIEWED FROM THE PERSPECTIVE OF MOTIVATION  
(Case Study on merchant the Rempoah II Market)**

**Anisa Nur Mailinda**  
**1423203090**

Email: anisamailinda7@gmail.com  
Faculty of Economics and Business Islam Majoring in Sharia Economics  
IAIN Purwokerto

**ABSTRACT**

Traditional markets are a meeting place for sellers and buyers as well as marked by direct transactions and there is usually a bargaining process. Changes in lifestyle of people who prefer to transact in the modern market led to the role of traditional markets in community life began marginalized. Low purchasing power makes some merchants of Rempoah II market just operate on Sundays only, that many of visitors. Therefore, it should be explored what the motivated merchants to operate and work during this time. Because motivation is very important. With this motivation is expected every individual employees willing to work hard and enthusiastic to achieve high productivity. In addition, motivation also aims to make effective the procurement of employees in organization/institution.

The type of this research is a field research. With the qualitative descriptive method approach, this research to find out how the effectiveness of traditional market role is viewed from the perspective of motivation at Rempoah II market merchants. While the method of data collection in this research through observation, interviews, and documentation.

The traditional market role of Rempoah II market merchants has been running enough effectively. This is measured by six indicators of effectiveness, there are indicators of profit/income, absence, spirit at work, motivation, satisfaction, and cohesiveness-conflict compact-conflict. After the research, the overall role of the market can be said quite effective. But, when viewed from the indicator of satisfaction, the role of traditional markets at the merchants of Rempoah II market is less effective.

Keywords: *Effectiveness, Traditional Market, Motivation.*

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“ Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”  
(QS. Al-Insyirah : 5)

“ Terasa sulit ketika aku merasa harus melakukan sesuatu. Tetapi, menjadi mudah ketika aku menginginkannya.”  
(Annie Gottlier)

“Pemenang adalah pecundang yang bangkit dan terus mencoba”  
(Dennis De Young)



IAIN PURWOKERTO

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Almamater tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
2. Ibu dan Bapak yang senantiasa mendukung baik secara moriil maupun materiil, mendidik dan memberikan kasih sayang yang tiada tara serta mendo'akan untuk keberhasilan dan kesuksesan penulis.
3. Kakak-kakaku tersayang, Rizki kurniawan, Partini, Yuniah, Nuriyah, dan Sutinah yang senantiasa mendengarkan keluh kesah, membantu dan mendo'akan penulis dalam menempuh pendidikan serta berjuang untuk membahagiakan keluarga, terutama kebahagiaan orang tua.
4. Sahabat dan teman-teman seperjuangan Ekonomi Syari'ah C 2014 semoga selalu terjalin silaturahmi yang baik dan mencapai kesuksesan bersama.



IAIN PURWOKERTO



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/ 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	za'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	Qaf	q	qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nun	n	'en
و	Waw	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	y	ye

Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta'marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

### Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	a
◌ِ	Kasrah	Ditulis	i
◌ُ	Dammah	Ditulis	u

### Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	<i>jahiliyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تنسي	ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	<i>karim</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	<i>furud'</i>

## Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	<i>qaul</i>

## Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf / (el)nya

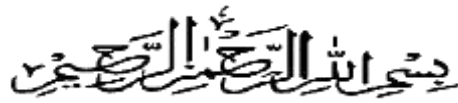
السماء	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

## Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud'</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan kepada kita semua sehingga kita selalu diberi kekuatan dalam bertindak dan keberkahan dalam berkarya. Karena hanya kepada-Nya lah kita sebagai manusia tidak akan lepas berhenti bermunajat pada raja alam semesta Allah SWT.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, *tabi'in* dan seluruh umat Islam seluruh jagat raya yang senantiasa mengikuti semua ajarannya. Semoga kelak kita mendapatkan syafa'atnya di hari akhir penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penyusun sampaikan tulus terima kasih yang mendalam kepada:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
2. Dr. H. Munjin, M.Pd.I., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Drs. H. Asdlori, M.Pd.I., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Supriyanto, Lc. M.S.I., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E, M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

7. Dewi Laela Hilyatin, S.E, M.S.I., Penasehat Akademik Jurusan Ekonomi Syari'ah C angkatan 2014 terima kasih atas kebersamaan, bimbingan serta nasehatnya dalam keberlangsungan studi.
8. Dewi Laela Hilyatin, S.E, M.S.I., pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ungkapkan dalam doa atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah selalu memberikan perlindungan, kesehatan, dan membalas semua kebaikan Ibu, aamiin.
9. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, terlebih Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
10. Bapak Hasyim Kepala Pasar Rempoah II tahun 2017, Kecamatan Baturaden Kabupaten Banyumas yang telah memberikan izin dan memberikan informasi terkait Pasar Rempoah II.
11. Bapak Supriyadi, Kepala Pasar Rempoah II tahun 2018, Kecamatan Baturaden Kabupaten Banyumas yang telah memberikan izin dan memberikan informasi terkait Pasar Rempoah II.
12. Bu Mis Ihsani Palupi, bagian administrasi Pasar Rempoah II yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, bersedia memberikan data-data yang peneliti butuhkan.
13. Bapak Syarifudin, Petugas penarik Retribusi Pasar Rempoah II yang telah bersedia memberikan informasi dan data-data yang peneliti butuhkan.
14. Pedagang Pasar Rempoah II yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian.
15. Orang Tua tercinta, Bapak Wahyudin dan Ibu Tarwen yang telah mencurahkan kasih sayangnya, merawat, mendidik, serta doa-doanya yang selalu menguatkan semangat dan keyakinan kepada penyusun. Jasanya (baik materiil maupun non materiil) tak dapat dibalaskan oleh penyusun dengan apapun, semoga bapak dan ibu selalu berada dalam lindungan, kasih sayang dan kemuliaan dari Allah SWT.

16. Kakak-kakak tercinta dan keluarga besar, khususnya Rizki Kurniawan yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil selama menempuh studi.
17. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Ekonomi Syari'ah angkatan 2014, terima kasih atas kebersamaan kita dalam suka maupun duka semoga tak akan pernah terlupakan.
18. Kawan-kawan KKN Kelompok 21 Angkatan 41 IAIN Purwokerto, khususnya saudari Ismi Armilatu Syarofah yang selalu memberikan semangat untuk terus berjuang dan menjalani proses yang ada.
19. Kawan-kawan di Pondok Pesantren Darul Abror Watumas, Purwokerto khususnya komplek Mar'atus Shalihah, saudari Infitahul Silmi, Windya Utami, Ari Mutmainnah AS, Umi Rizqatul Fadhila yang selalu memberikan support dan do'a selama ini meskipun penulis sudah tidak tinggal bersama di Pondok.
20. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Tak ada kata yang dapat penulis ungkapkan untuk menyampaikan rasa terima kasih melainkan hanya untaian doa, semoga segala apa pun bantuan yang telah diberikan kepada penulis kelak mendapat balasan dan imbalan dari Allah SWT. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Purwoketo, 10 Juli 2018

Penyusun,



**Anisa Nur Mailinda**

NIM.1423203090

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional.....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka .....	9
F. Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Konsep Efektivitas .....	15
1. Pengertian Efektivitas .....	15
2. Ukuran-Ukuran Efektivitas .....	17
B. Konsep Pasar Tradisional .....	20
1. Pengertian Pasar.....	21
2. Pasar Tradisional .....	22
3. Peran Pasar Tradisional .....	24
C. Motivasi .....	25



1.	Pengertian Motivasi.....	25
2.	Teori-Teori Motivasi .....	26
3.	Asas-asas, Alat-alat dan Jenis-Jenis Motivasi.....	32
4.	Metode-metode Motivasi .....	33
D.	landasan Teologis.....	33
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>		
A.	Jenis Penelitian .....	37
B.	Jenis dan Sumber Data .....	38
C.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
D.	Subjek dan Objek Penelitian .....	39
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	40
F.	Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>		
A.	Gambaran Umum Pasar Rempoah II .....	45
1.	Letak Geografis dan Gambaran Pasar Rempoah II .....	45
2.	Sejarah Berdirinya Pasar Rempoah II.....	46
3.	Kepengurusan Pasar Rempoah II.....	47
4.	Kedudukan, Tugas Pokok Susunan Organisasi .....	49
5.	Karakteristik Informan Pedagang Pasar Rempoah II.....	50
B.	Peran Pasar Rempoah II.....	51
C.	Efektivitas Peran Pasar Tradisional Ditinjau Dari Perspektif Motivasi (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II).....	54
D.	Motivasi Perspektif Islam .....	67
<b>BAB V : PENUTUP</b>		
A.	Kesimpulan .....	69
B.	Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		

## DAFTAR TABEL

	<b>Hal</b>
Tabel 1 Jumlah Pedagang Harian dan Mingguan .....	5
Tabel 2 Penelitian Terdahulu .....	11

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
Gambar 1 Struktur Organisasi/Kepengurusan Pasar Rempoah II.....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Daftar Hasil Wawancara
- Lampiran 3 Karakteristik informan/pedagang Pasar Rempoah II
- Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 5 Permohonan Riset Individual
- Lampiran 6 permohonan persetujuan judul skripsi
- Lampiran 7 Surat keterangan telah lulus semua mata kuliah
- Lampiran 8 Usulan menjadi pembimbing skripsi
- Lampiran 9 Surat keterangan telah lulus ujian komprehensif
- Lampiran 10 Rekomendasi seminar proposal
- Lampiran 11 Surat bimbingan skripsi
- Lampiran 12 Surat Keterangan Lulus Seminar
- Lampiran 13 Berita acara / daftar hadir seminar
- Lampiran 14 Surat Rekomendasi Munaqosyah
- Lampiran 15 Surat keterangan mengikuti seminar proposal
- Lampiran 16 Sertifikat aplikasi komputer
- Lampiran 17 Sertifikat PPL
- Lampiran 18 Sertifikat OPAK
- Lampiran 19 Sertifikat KKN
- Lampiran 20 Sertifikat pengembangan bahasa inggris
- Lampiran 21 Sertifikat pengembangan bahasa arab
- Lampiran 22 Sertifikat BTA/PPI
- Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pasar tradisional adalah pasar yang tumbuh dan berkembang di masyarakat dengan pedagangnya sebagian besar adalah orang pribumi. Menurut Feriyanto (2006) pasar tradisional tersebut sebagian besar muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang dihasilkan serta konsumen yang membutuhkan barang-barang tertentu untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Pasar tersebut mempunyai beberapa fungsi yang positif bagi peningkatan perekonomian daerah yaitu: pertama, pasar sebagai pusat pengembangan ekonomi rakyat. Kedua, pasar sebagai sumber retribusi daerah. Ketiga, pasar sebagai tempat pertukaran barang. Keempat, pasar sebagai pusat perputaran uang daerah. Kelima, pasar sebagai lapangan pekerjaan.<sup>1</sup>

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Bangunan pasar biasanya terdiri atas kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang disediakan penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar ini kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari, seperti bahan-bahan makanan ikaan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Barang-barang yang dijual di pasar tradisional umumnya barang lokal dan dari segi kualitas tidak ada penyortiran yang ketat.<sup>2</sup>

Pasar merupakan salah satu tempat kegiatan perekonomian yang ada di masyarakat. Dalam hal ini, peran pasar tidak hanya sebagai tempat interaksi antara penjual dan pembeli semata dalam memenuhi

---

<sup>1</sup> Emiliana Sadilah, dkk, *Eksistensi Pasar Tradisional*, (Yogyakarta: BPSNT, 2011), hlm. 24.

<sup>2</sup> Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 62.

kebutuhan hidupnya, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional di ruang lingkup masyarakat. Jadi, jelas di sini bahwa pasar mempunyai peranan yang sangat penting dalam sistem ekonomi.

Permasalahan yang sering dijumpai dalam pasar tradisional dapat dilihat dari aspek pengelolaan pasar dan kondisi lingkungannya. Menurut Febrianty (2013), manajemen pasar tradisional yang ada tidak mampu mengantisipasi perubahan yang terjadi di masyarakat dimana masyarakat menginginkan pasar yang nyaman, aman, dan bersih. Manajemen pengelolaan pasar yang tidak teratur serta infrastruktur yang tidak tertata merupakan salah satu penyebab utama dari kalahnya pasar tradisional bersaing dengan pasar modern.<sup>3</sup>

Menurut hasil survei yang dilakukan AC. Nielsen jumlah pasar tradisional di Indonesia mencapai 1,7 juta unit atau 73 persen dari keseluruhan pasar yang ada. Namun, laju pertumbuhan pasar modern ternyata jauh lebih tinggi daripada pasar tradisional. Diantara pasar-pasar tersebut ada yang mempunyai spesifikasi barang dagangan yang sama dengan pasar-pasar modern. Keadaan ini menjadikan pasar tradisional semakin terpuruk. Pasar-pasar modern tersebut telah menggeser peran pasar-pasar tradisional sebagai penyedia kebutuhan masyarakat kota.<sup>4</sup>

Saat ini hampir setiap kota besar di Indonesia mengalami perkembangan serupa berkaitan dengan pertumbuhan pasar modern dan semi modern yang menjadi pesaing bagi pasar tradisional. Pasar tradisional secara berangsur-angsur mengalami penyusutan sehingga berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi. Penyusutan

---

<sup>3</sup> I Gusti Ngurah Agung Anom Arimbawa dan A. A. I. N Marhaeni, Jurnal Kependudukan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, *Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran sanur*, Vol. XIII No. 1 : 18 – 26, Juli 2017.

<sup>4</sup> Sumintarsih, dkk, *Eksistensi Pasar Tradisional, Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya-Jawa Timur*, (Yogyakarta: BPSNT Yogyakarta, 2011), hlm. 2.

terjadi karena berubahnya preferensi masyarakat berbelanja dari pasar tradisional ke pasar semimodern dan modern.

Perkembangan pasar modern yang begitu pesat memberikan dampak yang secara langsung maupun tidak langsung terhadap pasar tradisional selaku pemain lama dalam industri ritel nasional. Kondisi pasar tradisional lebih identik dengan kumuh/becek, semrawut, bau dan sebagainya menambah keterpurukan pasar tersebut. Harga yang murah saja tidak menjadi jaminan bagi pasar tradisional untuk dapat kembali merebut pangsa pasarnya yang sudah hilang, karena dibalik itu ada pasar modern yang mampu menawarkan harga yang sama bahkan lebih murah dari pasar tradisional. Pelanggan dalam berbelanja akan cenderung beralih dari pasar tradisional ke pasar modern, apabila pasar tradisional tidak segera memperkuat posisinya untuk meningkatkan daya saingnya.<sup>5</sup>

Perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih bertransaksi di pasar modern menyebabkan peran pasar tradisional dalam kehidupan masyarakat mulai terpinggirkan. Teknologi yang digunakan juga menjadi faktor pembeda, dimana pasar tradisional tanpa menggunakan teknologi modern yang bertolak belakang dengan pasar modern. Akibat persaingan bebas antara pasar modern dan pasar tradisional menurut Susilo (2012) adalah pasar tradisional yang kalah karena beberapa keunggulan yang ada pada pasar modern seperti bisa menjual produk dengan harga yang lebih murah, kualitas produk terjamin, kenyamanan berbelanja, dan banyaknya pilihan cara pembayaran.<sup>6</sup>

Pola belanja masyarakat yang berubah ke preferensi pasar modern membuat daya beli pasar tradisional berkurang. Demikian pula yang

---

<sup>5</sup> Hendra Fure, Jurnal *EMBA* 27. *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Vol. 1. No. 3. Tahun 2013.

<sup>6</sup> Made Santana Putra Adiyadnya dan Nyoman Djinar Setiawina, Jurnal *Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Analisis Tingkat Efektivitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin*, Vol. 4 No. 4, Tahun 2015.

terjadi di pasar Rempoah II. Pasar ini merupakan pasar harian, namun dalam operasionalnya, pasar Rempoah II ini seperti pasar krempyeng yang mana para pedagangnya beroperasi sebentar, kemudian pasar pun bubar. Daya beli yang rendah membuat para pedagang Pasar Tradisional Rempoah II khawatir. Bahkan sebagian dari mereka hanya beroperasi pada hari minggu saja, yang ramai pengunjung. Akan tetapi, ada juga pedagang-pedagang yang tetap bertahan untuk beroperasi setiap hari, meskipun pengunjungnya tidak seramai di hari minggu.<sup>7</sup>

Dari kesepuluh pedagang yang diwawancarai pada saat observasi pendahuluan, mereka mengeluhkan daya beli yang rendah. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pendapatan pedagang mingguan yang lebih besar dibandingkan dengan pendapatan pedagang harian, seperti yang tercantum di dalam lampiran data informan pada karakteristik pedagang Pasar Rempoah II. Rata-rata pendapatan kotor pedagang harian hanya berkisar 150.000-250.000 per hari. Sedangkan pendapatan kotor pedagang mingguan rata-rata berkisar 400.000 sampai 500.000 per hari. Sehingga menyebabkan sebagian besar pedagang lebih memilih berdagang di hari minggu.

Perbedaan operasi dagang dikarenakan pengunjung pasar di hari minggu jauh lebih ramai dibandingkan dengan hari-hari biasa. Sehingga omset atau pendapatan pedagang lebih besar di hari minggu dibandingkan dengan hari-hari biasa. Akan tetapi, berbeda dengan sebagian pedagang lainnya yang tetap bertahan untuk beroperasi setiap hari. Hal ini menunjukkan semangat kerja yang berbeda antara pedagang harian dan pedagang mingguan, sehingga perlu adanya motivasi. Berikut data jumlah pedagang harian dan mingguan di Pasar Rempoah II.

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bu Nuriyah, salah satu pedagang Pasar Tradisional Rempoah II, pada Minggu 25 Juni 2017 pukul 07.00.



Tabel 1. Jumlah Pedagang Harian dan Mingguan

NO	Keterangan	Jumlah
1.	Pedagang Harian	100
2.	Pedagang Mingguan	110
	Jumlah	210

Sumber Data: Wawancara dengan Pak Syarif (Salah satu pengurus pasar Rempoah II).

Pemberian motivasi merupakan sesuatu yang mutlak diperlukan dalam kegiatan menjalankan usaha, dan bentuknya bermacam-macam tidak terbatas pada imbalan materi semata. Motivasi secara sederhana adalah faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu ke arah tujuan yang akan dicapainya. Robbins (1996) mengartikannya sebagai kemauan untuk meningkatkan upaya ke arah pencapaian tujuan organisasi dengan syarat hasil upaya tadi akan memuaskan sebagian kebutuhan individu. Tujuan bermula dari adanya kebutuhan/keinginan ini dapat dijadikan sebagai pembangkit motivasi.<sup>8</sup>

Motivasi penting karena dengan motivasi ini diharapkan setiap individu karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktivitas yang tinggi. Tingkah laku seseorang dipengaruhi serta dirangsang oleh keinginan, kebutuhan, tujuan dan kepuasannya. Rangsangan timbul baik dari diri sendiri (internal) dan dari luar (eksternal=lingkungan)-nya. Rangsangan ini akan menciptakan “motif dan motivasi” yang mendorong orang bekerja (beraktivitas) untuk memperoleh kebutuhan dan kepuasan dari hasil kerjanya.<sup>9</sup>

Motivasi menduduki peranan penting dalam diri setiap individu, sebab dapat menimbulkan perilaku-perilaku yang mencerminkan kerja

<sup>8</sup> Jusmaliani, *Pengelolaan Sumber Daya Insani*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 181.

<sup>9</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), hlm. 93-95.

keras dan kinerja tinggi terutama dalam organisasi. Berbagai pengertian yang muncul menggambarkan bahwa motivasi pada intinya merupakan suatu kekuatan yang mendorong seseorang melakukan sesuatu. Kekuatan tersebut dapat terbentuk atau dihasilkan oleh sesuatu yang sifatnya dari dalam seseorang maupun dari luar individu itu. Dengan adanya motivasi, seseorang akan melakukan sesuatu yang menjadi tujuannya dengan penuh kegigihan, keseriusan dan kerja keras.<sup>10</sup>

Motivasi wirausahawan muslim bersifat vertikal dan horizontal. Secara horizontal terlihat pada dorongannya untuk mengembangkan potensi dirinya dan keinginannya untuk selalu mencari manfaat sebesar mungkin bagi orang lain. Sementara secara vertikal dimaksudkan untuk mengabdikan diri kepada Allah SWT. Motivasi disini berfungsi sebagai pendorong, penentu arah dan penetapan skala prioritas. Rasulullah SAW menyebutkan bahwa nilai suatu pekerjaan dilihat dari kualitas niatnya sendiri (al-hadis). Orang harus bekerja untuk kebahagiaan dirinya sendiri dan keluarganya serta untuk orang lain.<sup>11</sup>

Motivasi dapat diartikan mengusahakan supaya seseorang dapat menyelesaikan pekerjaan dengan semangat karena ia ingin melaksanakannya. Manusia memiliki motivasi yang berbeda, tergantung dari banyak faktor seperti kepribadian, ambisi, pendidikan dan usia. Motivasi diri sendiri timbul dari keinginan yang mendalam untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, apapun halangan yang harus dihadapinya. Pemikiran dan tindakan yang positif, bersama dengan keinginan yang keras yang melekat pada arah tujuan suatu tindakan, juga merupakan faktor-faktor motivasi.

Di dalam pendekatan untuk memenuhi kebutuhan, terdapat suatu usaha untuk memberikan perhatian terhadap kebutuhan manusiawi dan memberi kepuasan melalui kondisi-kondisi kerja. Perhatian tersebut

---

<sup>10</sup>Fathul Aminudin Aziz, *Manajamen dalam Perspektif Islam*, (Cilacap: Pustaka El-Bayan, 2012), hlm. 67.

<sup>11</sup>Lantip Susilowati, *Bisnis Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Teras, 2013), hlm. 130.

tidak ditujukan kepada kebutuhan manusiawi, akan tetapi kepada kepuasan yang diperjuangkan oleh mereka. Manusia selalu mempunyai kebutuhan; apabila suatu kebutuhan sudah terpenuhi, timbul yang lain lagi sebagai penggantinya. Akibatnya, manusia terus mencari jalan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pada pendekatan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka cara dan suasana kerja ditetapkan mengikuti keterampilan kerja pegawai supaya ada keseimbangan antara kepuasan dan kebutuhan, serta hubungan antar anggota kelompok dan pekerjaannya. Tujuannya ialah membangkitkan suatu kemauan untuk mengerjakan tugas, sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan memberi kepuasan kepada yang bersangkutan dan perusahaan.<sup>12</sup>

Setiap kemampuan anggota mempengaruhi efektivitas kinerja awak secara berbeda bergantung pada tingkat kemampuan dua anggota yang lain. Anggota yang berkemampuan tinggi tampaknya mencapai lebih banyak dalam kombinasi dengan dua anggota lain yang berkemampuan tinggi daripada dalam kombinasi dengan anggota kemampuan rendah.<sup>13</sup> Sebuah kerja tim tidak benar-benar efektif jika ia berhasil menyelesaikan pekerjaan namun merusak dirinya sendiri selama dalam proses atau menimbulkan habisnya kekuatan fisik, emosi maupun motivasi dari setiap orang.<sup>14</sup> Begitu juga dengan pasar, efektivitas pasar dipengaruhi oleh kemampuan pedagang dalam menjalankan usaha dagangnya tanpa menimbulkan habisnya kekuatan fisik, emosi, maupun motivasi para pedagang. Oleh karenanya, motivasi pedagang sangatlah penting bagi keberlangsungan pasar atau efektivitas pasar.

---

<sup>12</sup> George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, terj. J. Smith. DFM, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hlm. 130-131

<sup>13</sup> Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, *Perilaku Organisasi*, terj. Erly Suandy, edisi 5, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), hlm. 85.

<sup>14</sup> Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, *Perilaku Organisasi . . .*, hlm. 112.

Berdasarkan penjabaran diatas maka penyusun bermaksud melakukan penelitian dengan judul:

“ EFEKTIVITAS PERAN PASAR TRADISIONAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF MOTIVASI (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II)”.

## B. Definisi Operasional

1. Efektivitas adalah suatu kegiatan dari faktor pencapaian tujuan, yang memandang bahwa efektivitas berhubungan dengan pencapaian tujuan bersama bukan pencapaian tujuan pribadi.<sup>15</sup> Etizoni mengemukakan pendekatan pengukuran efektivitas organisasi mencakup empat kriteria, yaitu kriteria adaptasi, kriteria integrasi, kriteria motivasi anggota, dan kriteria produksi.<sup>16</sup>
2. Motivasi berasal dari kata latin “*movere*” yang berarti dorongan atau daya penggerak. Menurut Drs. Malayu S.P. Hasibuan, motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Sedangkan menurut Harold Koontz, *motivation refers to the drive and effort to statisfy a want or goal*. Motivasi mengacu pada dorongan dan usaha untuk memuaskan kebutuhan atau suatu tujuan.<sup>17</sup>
3. Pedagang adalah setiap orang atau badan hukum yang melakukan kegiatan menawarkan dan menjual barang dan/jasa di Pasar.<sup>18</sup>

## C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut, maka peneliti menghadirkan rumusan masalah: Bagaimana Efektivitas Peran Pasar Tradisional

---

<sup>15</sup> Patrianisya Devi dkk, Jurnal Agro Ekonomi, *Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*, VOL. 26/ NO. 2, Desember 2015.

<sup>16</sup> Waluyo, *Manajemen Publik (Konsep, Aplikasi dan Implementasinya Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah)*, (Bandung: Mandar Maju, 2007), hlm. 84.

<sup>17</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*, hlm. 95.

<sup>18</sup> Peraturan Desa Rempoah Nomor 02 Tahun 2015.

Ditinjau Dari Perspektif Motivasi Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II?

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian diadakan dengan tujuan untuk Mengetahui efektivitas Peran Pasar Tradisional ditinjau dari perpektif motivasi studi kasus pada pedagang Pasar Rempoah II.

##### 2. Manfaat Penelitian

a. Secara teori, bahwa penelitian ini diharapkan:

- 1) Dapat menambah wawasan untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan.
- 2) Dapat mengetahui bagaimana efektivitas peran pasar tradisional ditinjau dari perspektif motivasi studi kasus pada pedagang Pasar Rempoah II.

b. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bentuk kontribusi yang positif dan referensi sebagai:

- 1) Bahan pertimbangan dan koreksi bagi Pasar Rempoah II ini dalam hal peningkatan peran maupun manajemen pengelolaan pasar.
- 2) Koreksi bagi pedagang pasar Rempoah II untuk meningkatkan semangat dan kualitas kerjanya.

#### **E. Kajian Pustaka**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan telaah pustaka dari beberapa kajian penelitian yang relevan baik berupa hasil penelitian, buku-buku, maupun jurnal ilmiah, sebagaimana tersebut di bawah ini.

Dalam buku Efektivitas Organisasi karya Richard M. Steers, berpandangan bahwa efektivitas akan dapat dicapai dengan ikhtiar melebur motivasi dan tujuan perseorangan dengan sasaran organisasi

menjadi satu.<sup>19</sup> Sedangkan Mulyasa (2003) meninjau efektivitas adalah suatu kegiatan dari faktor pencapaian tujuan, yang memandang bahwa efektivitas berhubungan dengan pencapaian tujuan bersama bukan pencapaian tujuan pribadi.<sup>20</sup> Sementara itu, setelah menelaah beberapa penelitian, penyusun menemukan ada sejumlah karya yang meneliti tentang efektivitas, diantaranya antara lain:

Penelitian Patrianisya Devi, Harsoyo, Subejo dengan judul, “*Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*”. Penelitian ini menjelaskan tentang keefektifan lembaga pasar, yang diukur dengan 3 komponen yaitu output lembaga, fleksibilitas lembaga, serta ada tidaknya ketegangan dalam lembaga. Yang membedakannya adalah lembaga yang diteliti keefektifannya. Dalam hal ini penelitian diarahkankan pada lembaga pasar lelang.

Penelitian Hanny Purnamasari, Eka Yulyana, Rachmat Ramdani dengan judul “*Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Berbasis Ekonomi Kerakyatan Di Desa Warungbambu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang*”. Penelitian ini menjelaskan tentang efektivitas suatu lembaga. Yang membedakan disini adalah fokus penelitiannya yaitu efektivitas pengelolaan pada Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) berbasis ekonomi kerakyatan, yang diukur melalui 3 ukuran, yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi.

Penelitian Nur Asma dengan judul “*Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa’baeng-Baeng di Kota Makassar*”. Penelitian ini menjelaskan tentang efektivitas. Yang membedakan adalah fokus penelitian ini terletak pada efektivitas suatu program, yaitu efektivitas revitalisasi pasar tradisional. Ukuran yang dipakai dalam mengukur

---

<sup>19</sup> Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, terj. Magdalena Jamin, ( Jakarta: LPPM&Erlangga, 1984), hlm. 19.

<sup>20</sup> Patrianisya Devi dkk, *Jurnal Agro Ekonomi, Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*, VOL. 26/ NO. 2, Desember 2015.

efektivitas disini yaitu jumlah hasil yang dikeluarkan, tingkat kepuasan yang diperoleh, produk kre-atif dan intensitas yang akan dicapai.

Penelitian Yosua T. Panggulu dengan judul *“Efektivitas Kebijakan Retribusi Pada Dinas Pengelolaan Pasar Kebersihan Dan Pertamanan Di Kabupaten Kepulauan Talaud”*. Penelitian ini menjelaskan tentang efektivitas, yang lebih membedakan yaitu terletak pada lingkup efektivitasnya. Dalam hal ini, penelitian difokuskan pada efektivitas kebijakan retribusi pada Dinas Pengelolaan Pasar Kebersihan Dan Pertamanan Di Kabupaten Kepulauan Talaud. Ukuran efektivitas yang dipakai dalam penelitian ini yaitu responsivitas, pengembangan, dan kecukupan.

Penelitian I Gusti Ngurah Agung Anom Arimbawa dan A. A. I. N Marhaeni dengan judul *“Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur”*. Penelitian ini menjelaskan tentang analisis efektivitas, yang membedakan hanya pada fokus pembahasan yang lebih kepada efektivitas program revitalisasi pasar. Analisis efektivitas yang dipakai yaitu dari segi *input*, proses, dan *output* progra revitalisasi pasar.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Patrianisya Devi, dkk. (2015)	Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo. Berisi tentang bagaimana tingkat keefektifan lembaga pasar lelang cabai merah di Kecamatan Panjatan dan faktor-faktor yang mempengaruhi keefektifan lembaga pasar lelang cabai merah.	Memiliki tujuan yang sama yaitu meneliti keefektifan dari suatu lembaga pasar.	Memiliki perbedaan pada lembaga yang diteliti keefektifannya, yaitu pasar lelang.

<p>Hanny Purnamasari, dkk. (2016)</p>	<p>Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Berbasis Ekonomi Kerakyatan Di Desa Warungbumbu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang. Berisi tentang bagaimana pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi dalam efektivitas Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) di Desa Warungbumbu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang.</p>	<p>Memiliki tujuan yang sama yaitu meneliti tentang efektivitas suatu lembaga/org anisasi.</p>	<p>Memfokuskan penelitian pada efektif atau tidaknya pengelolaan Badan Usaha Milik Desa, melalui 3 ukuran, yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi.</p>
<p>Nur Asma (2016)</p>	<p>Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makassar. Berisi tentang bagaimana efektivitas revitalisasi pasar tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makassar.</p>	<p>Sama-sama meneliti tentang efektivitas.</p>	<p>Meneliti efektivitas dari adanya Revitalisasi Pasar Tradisional.</p>
<p>Yosua T. Panggulu (2013)</p>	<p>Efektivitas Kebijakan Retribusi Pada Dinas Pengelolaan Pasar Kebersihan Dan Pertamanan Di Kabupaten Kepulauan Talaud. Berisi tentang bagaimana efektivitas kebijakan retribusi pelayanan pasar pada Dinas Pengelolaan Pasar Kebersihan dan</p>	<p>Memiliki tujuan penelitian yang sama yaitu meneliti efektivitas.</p>	<p>Meneliti efektivitas dari kebijakan retribusi, melauai 3 aspek, yaitu responsivitas, pengembangan, dan kecukupan.</p>



	Pertamanan di Kabupaten Kepulauan Taulud.		
I Gusti Ngurah Agung Anom Arimbawa dan A. A. I. N Marhaeni (2017)	Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur. Berisi tentang bagaimana tingkat efektivitas dari segi <i>input</i> , proses dan <i>output</i> program revitalisasi pasar pada Pasar Desa Adat Intaran Sanur.	Sama-sama bertujuan meneliti efektivitas.	Bertujuan meneliti efektivitas pelaksanaan dari suatu program revitalisasi dengan 3 ukuran <i>input</i> , proses, dan <i>output</i> .

#### F. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan dalam penulisan skripsi ini, penyusun membagi skripsi ini menjadi tiga bagian, yaitu: bagian awal, bagian isi dan bagian akhir.

Bagian awal dari skripsi ini memuat tentang pengantar yang di dalamnya terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, transliterasi dan daftar isi.

Bagian isi dari skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana gambaran dari tiap bab dapat penyusun paparkan sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah tujuan dan manfaat penulisan dan sistematika penulisan.

Bab kedua, merupakan landasan teori tentang bagaimana teori motivasi dan efektivitas serta tentang pasar tradisional.

Bab ketiga merupakan metode penelitian yang berisi tentang penentuan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan penyusun dalam penulisan ini.

Bab keempat merupakan pembahasan hasil penelitian yang berisi tentang gambaran umum obyek penelitian dan pembahasan serta penemuan-penemuan di lapangan yang kemudian dikomparasikan dengan apa yang selama ini ada dalam teori. Yang kemudian data tersebut dianalisis sehingga mendapatkan hasil data yang valid dari penelitian yang dilakukan pada Pasar Rempoah II.

Bab kelima, merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penulisan yang dilakukan penyusun serta kata penutup sebagai akhir dari pembahasan. Kemudian pada bagian akhir penyusun mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



IAIN PURWOKERTO

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Konsep Efektivitas

##### 1. Pengertian Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan kegunaan, hasil guna, atau menunjang tujuan. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan atau program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan.<sup>21</sup>

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat Emerson yang menyatakan bahwa “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.”

Upaya mengevaluasi jalannya suatu organisasi, dapat dilakukan melalui konsep efektivitas. Konsep ini adalah salah satu faktor untuk menentukan apakah perlu dilakukan perubahan secara signifikan terhadap bentuk dan manajemen organisasi atau tidak. Dalam hal ini efektivitas merupakan pencapaian tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efisien, ditinjau dari sisi masukan (*input*), proses, maupun keluaran (*output*). Dalam hal ini yang dimaksud sumber daya meliputi ketersediaan personil, sarana dan prasarana serta metode dan model yang digunakan. Suatu kegiatan dikatakan efisien apabila dikerjakan dengan benar dan sesuai dengan

---

<sup>21</sup> Hanny Purnamasari, dkk, Jurnal Politikom Indonesiana, *Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Berbasis Ekonomi Kerakyatan Di Desa Warungbambu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang* VOL. 1 NO. 2, Desember 2016.

prosedur sedangkan dikatakan efektif bila kegiatan tersebut dilaksanakan dengan benar dan memberikan hasil yang bermanfaat.<sup>22</sup>

Mulyasa meninjau efektivitas adalah suatu kegiatan dari faktor pencapaian tujuan, yang memandang bahwa efektivitas berhubungan dengan pencapaian tujuan bersama bukan pencapaian tujuan pribadi. Suatu organisasi dan lembaga dikatakan efektif jika tujuan bersama dapat dicapai dan belum bisa dikatakan efektif meskipun tujuan individu yang ada di dalamnya dapat terpenuhi. Efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan organisasi. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuannya, maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif.<sup>23</sup>

Efektivitas adalah hubungan antara *output* dan tujuan. Ini berarti bahwa efektivitas merupakan ukuran seberapa jauh tingkat *output*, kebijakan dan prosedur dari organisasi mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam pengertian teoritis atau praktis, tidak ada persetujuan yang universal mengenai apa yang dimaksud “efektivitas”. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, efektivitas diartikan sebagai sesuatu yang ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya), dapat membawa hasil, berhasil guna (tindakan) serta dapat pula berarti mulai berlaku (tentang undang-undang/peraturan).<sup>24</sup>

Untuk bekerja lebih efektif dan adil, pasar membutuhkan sejumlah unsur: (i) penawaran, mestinya ada penawaran jasa yang memadai. (ii) permintaan, pelanggan harus mempunyai daya beli yang cukup untuk membeli produk atau jasa, dan mereka harus mempunyai keinginan untuk menggunakan daya beli itu. (iii) aksesibilitas, penjual harus mudah diakses pembeli. (iv) informasi yang cukup mengenai harga,

---

<sup>22</sup> Hanny Purnamasari, dkk, Jurnal Politikom Indonesiana, *Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Berbasis Ekonomi Kerakyatan Di Desa Warungbambu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang* VOL. 1 NO. 2, Desember 2016.

<sup>23</sup> Jurnal Agro Ekonomi, *Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*, VOL. 26/ NO. 2, Desember 2015.

<sup>24</sup> Akhmad Subkhi & Mohammad Jauhar, *Pengantar Teori & Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2013), hlm. 247.

kualitas dan risiko. (v) peraturan, biasanya ditetapkan pemerintah. Dan (vi) penjagaan.<sup>25</sup>

## 2. Ukuran-Ukuran Efektivitas

Stoner menekankan pentingnya efektivitas organisasi dalam pencapaian tujuan-tujuan organisasi dan efektivitas adalah kunci dari kesuksesan suatu organisasi. Sharma memberikan kriteria atau ukuran efektivitas organisasi yaitu yang menyangkut faktor internal organisasi dan faktor lingkungan organisasi itu berada (eksternal) yaitu produktivitas organisasi/output, fleksibilitas organisasi dan bentuk keberhasilannya menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan dalam dan di luar organisasi, dan tidak adanya ketegangan dalam organisasi/hambatan-hambatan konflik diantara bagian-bagian organisasi.

Tolok ukur yang dapat menilai tingkat efektivitas suatu organisasi sangat banyak. Pengukuran tersebut dapat menggambarkan dan mempelajari secara lengkap unsur-unsur pokok yang berkaitan dengan pembinaan efektivitas suatu organisasi dan sifat dari tolok ukur tersebut.

Emitai Etzioni mengemukakan pendekatan pengukuran efektivitas organisasi yang disebutnya sebagai sistem model, yaitu adaptasi, integrasi, motivasi, dan produksi. Pertama, pada kriteria adaptasi dipersoalkan kemampuan suatu organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Kedua adalah integrasi, yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Kriteria ketiga adalah motivasi anggota. Dalam kriteria ini, dilakukan pengukuran mengenai keterikatan dan hubungan antara pelaku organisasi dengan organisasinya dan kelengkapan sarana bagi pelaksanaan tugas pokok dan fungsi

---

<sup>25</sup> David Osborne dan Ted Gaebler, *Mewirauahakan Birokrasi*, terj. Abdul Rosyid, (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1996), hlm. 322.

organisasi. Kriteria keempat adalah produksi, yaitu usaha pengukuran efektivitas organisasi dihubungkan dengan jumlah dan mutu keluaran organisasi serta intensitas kegiatan suatu organisasi.<sup>26</sup>

Duncan mengatakan mengenai ukuran efektivitas, sebagai berikut:

a. Pencapaian tujuan

Pencapaian tujuan adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan pentahapan, baik dalam arti pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti periodesasinya. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa faktor, yaitu kurun waktu dan sasaran yang merupakan target konkrit.

b. Integrasi

Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi.

c. Adaptasi

Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Untuk itu, digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja.<sup>27</sup>

Dalam awal usaha mengukur efektivitas organisasi, para sosiolog dan psikolog di bidang industri selalu melihat konsep efektivitas dari sudut terpenuhinya beberapa kriteria akhir. Thorndike (1949) mengenali beberapa kriteria yang dipakai dalam ancangan yang lebih dini, yaitu produktivitas, laba bersih, penyelesaian misi, pertumbuhan, serta stabilitas organisasi. Tinjauan yang baru-baru ini dibuat oleh

---

<sup>26</sup> Akhmad Subkhi & Mohammad Jauhar, *Pengantar Teori & Perilaku Organisasi*, hlm. 251-252.

<sup>27</sup> Hanny Purnamasari, dkk, *Jurnal Politikom Indonesiana, Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Berbasis Ekonomi Kerakyatan Di Desa Warungbambu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang* VOL. 1 NO. 2, Desember 2016.

Campbell (1973) mengenai berbagai ukuran yang digunakan untuk menentukan keberhasilan organisasi menghasilkan pengenalan sembilan belas variabel yang digunakan secara luas, yaitu:

- a) Efektivitas keseluruhan, sejauh mana organisasi melaksanakan seluruh tugas pokoknya atau mencapai semua sasarannya. Penilaian umum dengan sebanyak mungkin kriteria tunggal dan menghasilkan penilaian yang umum mengenai efektivitas organisasi.
- b) Kualitas, kualitas dari jasa atau produk primer yang dihasilkan oleh organisasi. Ini mungkin mempunyai banyak bentuk operasional, terutama ditentukan oleh jenis produk atau jasa yang dihasilkan oleh organisasi.
- c) Produktivitas, kuantitas atau volume dari produk atau jasa pokok yang dihasilkan organisasi. Dapat diukur menurut tiga tingkatan: tingkat individual, kelompok, dan keseluruhan organisasi. Bukan ukuran dari efisiensi, tidak ada perhitungan nisbah biaya dan keluaran.
- d) Kesiagaan, penilaian menyeluruh sehubungan dengan kemungkinan bahwa organisasi mampu menyelesaikan sesuatu tugas khusus dengan baik jika diminta.
- e) Efisiensi, nisbah yang mencerminkan perbandingan beberapa aspek prestasi unit terhadap biaya untuk menghasilkan prestasi tersebut. Contoh: beberapa rupiah yang dikeluarkan untuk tiap-tiap unit produksi, jumlah waktu turun-mesin, tingkat penyelesaian rencana, standar karya, atau lain-lain patokan dipenuhi. Kadang-kadang cukup hanya menggunakan total jumlah biaya (uang, bahan-bahan dan sebagainya) yang dikeluarkan oleh satu unit selama beberapa periode.
- f) Laba atau penghasilan, penghasilan atas penanaman modal yang dipakai untuk menjalankan organisasi dilihat dari sudut pandangan si pemilik. Jumlah dari sumber daya yang masih tersisa setelah semua biaya dan kewajiban dipenuhi.

- g) Pertumbuhan, penambahan dalam hal-hal seperti tenaga kerja, fasilitas pabrik, harga, penjualan, laba, bagian pasar, dan penemuan baru. Suatu perbandingan antara keadaan organisasi sekarang dengan keadaan masa lalunya.
- h) Pemanfaatan lingkungan, batas keberhasilan organisasi berinteraksi dengan lingkungannya, memperoleh sumber-daya yang langka dan berharga yang diperlukannya untuk operasi yang efektif.
- i) Stabilitas, pemeliharaan struktur, fungsi, dan sumber daya sepanjang waktu, khususnya dalam periode-periode sulit.
- j) Perputaran atau keluar masuknya pekerja, frekuensi atau jumlah pekerja dan keluar atas permintaannya sendiri.
- k) Kemangkiran, frekuensi kejadian-kejadian pekerja bolos dari pekerjaan.
- l) Kecelakaan, frekuensi-frekuensi dalam pekerjaan yang berakibat kerugian waktu untuk turun-mesin atau waktu penyembuhan/perbaikan.
- m) Semangat kerja, kecenderungan anggota organisasi berusaha lebih keras mencapai tujuan dan sasaran organisasi termasuk perasaan terikat. Semangat kerja adalah gejala kelompok yang melibatkan usaha tambahan, kebersamaan tujuan, dan perasaan memiliki. Kelompok bersemangat, sedang perorangan bermotivasi (dan puas). Implikasinya semangat adalah bagian dari gejala kelompok.
- n) Motivasi, kekuatan kecenderungan seorang individu melibatkan diri dalam kegiatan yang berarahkan sasaran dalam pekerjaan. Ini bukanlah perasaan senang yang relatif terhadap hasil berbagai pekerjaan sebagaimana halnya kepuasan, tetapi lebih merupakan perasaan sedia atau rela bekerja untuk mencapai tujuan pekerjaan.
- o) Kepuasan, tingkat kepuasan yang dirasakan seseorang atas peranan atau pekerjaannya dalam organisasi. Tingkat rasa puas individu bahwa mereka mendapat imbalan yang setimpal, dari bermacam-



macam aspek situasi pekerjaan dan organisasi tempat mereka berada.

- p) Penerimaan tujuan organisasi, diterimanya tujuan-tujuan organisasi oleh setiap pribadi dan oleh unit-unit dalam organisasi. Kepercayaan mereka bahwa tujuan organisasi tersebut adalah benar dan layak.
- q) Kepaduan-konflik konflik kompak, dimensi berkutub dua. Yang dimaksud kutub kepaduan adalah fakta bahwa para anggota organisasi saling menyukai satu sama lain, bekerja sama dengan baik, berkomunikasi sepenuhnya dan secara terbuka, dan mengkoordinasikan usaha kerja mereka. Pada kutub yang lain terdapat organisasi pertengkarannya baik dalam bentuk kata-kata maupun secara fisik, koordinasi yang buruk, dan komunikasi yang tidak efektif.
- r) Keluwesan adaptasi, kemampuan sebuah organisasi untuk mengubah prosedur standar operasinya jika lingkungannya berubah, untuk mencegah kebekuan terhadap rangsangan lingkungan.
- s) Penilaian oleh pihak luar, penilaian mengenai organisasi atau unit organisasi oleh mereka (individu atau organisasi) dalam lingkungannya, yaitu pihak-pihak dengan siapa organisasi ini berhubungan.<sup>28</sup>

## B. Konsep Pasar Tradisional

### 1. Pengertian Pasar

Pasar menurut para ahli, merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga.<sup>29</sup>

Menurut Belshaw (1981) pasar tidak hanya merupakan lembaga tukar-menukar, tetapi pasar berfungsi sebagai tempat penyebaran dan

---

<sup>28</sup> Richard M. Steers, *Organizational Effectiveness, A Behavioral View*, terj. Dra. Magdalena Jamin, (Jakarta: LPPM dan Erlangga, 1977), hlm. 45-48.

<sup>29</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* edisi 3, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 35.

penyimpanan barang, serta berpindahnya komoditi dari satu orang ke orang lain, atau dari satu tempat ke tempat lain dan peranan satu ke peranan lain. Jadi, pasar adalah tempat yang memiliki unsur-unsur sosial, ekonomis, kebudayaan, politis, tempat pembeli dan penjual saling bertemu untuk mengadakan tukar-menukar. Jelas disini bahwa pasar mempunyai peranan sangat penting dalam sistem ekonomi. Pasar-pasar tradisional tersebut khususnya yang berada di pedesaan merupakan bagian yang sangat penting dari ekonomi pedesaan.

Pasar secara sederhana disebut sebagai tempat bertransaksi antara penjual dan pembeli. Pasar menurut ilmu ekonomi dalam arti luas adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau tempat jual-beli. Jadi, pasar merupakan organisasi dimana antara penjual dan pembeli dapat bertemu secara langsung. Pasar tradisional adalah tempat jual beli yang merupakan gambaran sosial-budaya masyarakat bersangkutan (terkait ekonomi, teknologi, struktur sosial, politik, kekerabatan). Transaksi jual-beli terjadi secara langsung dan biasanya melalui proses tawar-menawar.

Bentuk pasar tradisional berupa bangunan sederhana, banyak juga yang tidak permanen yang terdiri dari los-los, dasaran terbuka, lesehan, dan ada berupa kios-kios, warung-warung. Pada umumnya menjual kebutuhan sehari-hari, baik bahan mentah maupun matang, antara lain bumbu-bumbu, sayuran, daging, ikan, telur, buah, kue-kue, lauk-pauk, pakaian. Di pasar tradisional masih bisa dijumpai buruh gendong, penjual asongan makanan, penjual jamu peres/gendong, dan sebagainya. Biasanya kondisi fisik lingkungan kurang nyaman, yaitu cenderung kotor, pengap, bau, dan tidak aman.<sup>30</sup>

## 2. Pasar Tradisional

Pasar Tradisional/sederhana yang selanjutnya disebut pasar adalah lahan yang ditetapkan oleh Pemerintah Desa beserta bangunan pasar

---

<sup>30</sup> Sumintarsih, dkk, *Eksistensi Pasar Tradisional, Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya-Jawa Timur*, hlm. 17-18.

dan fasilitas pasar lainnya sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dimana proses jual beli barang dan/jasa terbentuk yang diselenggarakan oleh Pemerintah Desa.<sup>31</sup>

Pada mulanya pasar berdiri karena masyarakat ingin memperoleh berbagai kebutuhan hidup. Pada zaman dahulu karena belum ada uang, masyarakat bertransaksi dengan tukar-menukar barang, yang disebut sistem barter. Para petani, peternak, nelayan, dan pekerja lainnya bertransaksi dengan menukarkan hasil produksi masing-masing. Awalnya pertukaran itu terjadi di sembarang tempat. Lama-kelamaan masyarakat atas kesepakatan bersama menentukan suatu tempat sebagai lokasi untuk melakukan barter.

Pasar tradisional sudah ada sejak zaman kerajaan Kutai Kertanegara, yaitu pada abad ke-5 Masehi. Aktivitas masyarakat dalam jual beli semakin ramai ketika masuknya para pelaut dari negeri China yang juga melakukan barter barang. Perkembangan berikutnya digunakanlah mata uang dari negeri tirai bambu itu sebagai alat legalitas jual beli. Pasar kemudian bukan hanya menjadi tempat untuk menjual dan membeli barang, tapi meluas pada transaksi alat-alat produksi dan jasa.<sup>32</sup>

Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka di mana terjadi proses transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar-menawar. Di pasar tradisional pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun ia bisa menjadi penjual. Bahkan setiap orang bisa menjual dagangannya di pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan sektor perekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk di Indonesia. Masyarakat miskin yang bergantung kehidupannya pada pasar tradisional tidak sedikit. Menjadi pedagang di pasar tradisional merupakan alternatif pekerjaan di tengah banyaknya pengangguran di Indonesia.

---

<sup>31</sup> Peraturan Desa Rempoah Nomor 02 Tahun 2015.

<sup>32</sup> Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 68.

Pasar tradisional biasanya terhubung dengan toko-toko kecil di dusun-dusun sebagai tempat kulakan. Pasar tradisional di pedesaan juga terhubung dengan pasar tradisional di perkotaan yang biasa menjadi sentral kulakan bagi pedagang pasar-pasar pedesaan di sekitarnya. Pasar tradisional merupakan penggerak ekonomi masyarakat. Kelebihan pasar tradisional diantaranya adalah:<sup>33</sup>

- a) Di pasar tradisional pembeli dapat melakukan tawar menawar harga dengan pedagang.
- b) Harga yang ditawarkan cukup terjangkau.
- c) Secara budaya pasar tradisional merupakan tempat publik dimana terjadi interaksi sosial.

### 3. Peran Pasar Tradisional

Sejak lama masyarakat Indonesia selalu mencari dan berbelanja kebutuhannya di pasar tradisional, baik itu masyarakat pedesaan maupun masyarakat perkotaan. Selain menawarkan harga yang lebih murah, berbagai kebutuhan di pasar tradisional masih bisa ditawarkan. Hal itu sangat cocok dengan karakter masyarakat Indonesia khususnya masyarakat golongan menengah ke bawah yang selalu ingin mencari barang atau kebutuhan dengan harga serendah-rendahnya, meskipun kadang dengan kualitas yang “relatif miring” dibanding dengan supermarket atau mal.<sup>34</sup>

Pembangunan ekonomi mengarah pada kebijakan yang diambil pemerintah guna mencapai tujuan ekonomi yang mencakup dalam pengendalian tingkat inflasi pada suatu negara, kesempatan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Peran pasar sangat berkaitan dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) guna menunjang pembangunan perekonomian suatu daerah sehingga keberadaan pasar harus mendapat perhatian khusus oleh pemerintah daerah setempat.

---

<sup>33</sup> Eis Al Masitoh, Jurnal PMI, *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*, Vol. X. No. 2, Maret 2013, hlm. 66.

<sup>34</sup> Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, hlm. 61.

Pasar dapat dikatakan sebagai pusat pembangunan perekonomian karena mampu menciptakan kesempatan kerja.

Pasar adalah tempat dimana calon pembeli dan penjual melakukan transaksi untuk memperoleh suatu barang dan jasa dengan sejumlah pengorbanan. Transaksi dapat terjadi karena permintaan barang atau jasa oleh konsumen dan penawaran berupa barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen atau distributor saling bertemu. Peran pasar sangat penting dalam perekonomian karena mampu menunjang pembangunan negara. Kottler (2005) menjelaskan bahwa pasar merupakan kumpulan seluruh pembeli dan potensial atas tawaran pasar tertentu. Pasar dapat membantu pembangunan dengan menyediakan barang dan jasa bagi produsen, konsumen maupun pemerintah. Pasar dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara yang berasal dari pajak dan retribusi. Penyerapan tenaga kerja dapat mengurangi pengangguran yang merupakan keuntungan lainnya yang diperoleh negara dengan keberadaan pasar.

Peran pasar tradisional dari waktu ke waktu semakin menurun hingga sekarang. Berkurangnya peran pasar tradisional akan mengakibatkan hilangnya lapangan pekerjaan untuk masyarakat dengan perekonomian menengah ke bawah. Masyarakat Indonesia sebagian besar tergolong dalam ekonomi menengah kebawah, jadi seharusnya peran pasar tradisional kembali diaktifkan. Mengaktifkan kembali peran pasar tradisional, diharapkan mampu menggalakkan pembangunan ekonomi.<sup>35</sup>

### C. Motivasi

#### 1. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata latin “*movere*” yang berarti dorongan atau daya penggerak. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras

---

<sup>35</sup> Made Santana Putra Adiyadnya dan Nyoman Djinar Setiawina, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, *Analisis Tingkat Efektivitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin*, Vol. 4 No. 4, Tahun 2015.

dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Motivasi penting karena dengan motivasi ini diharapkan setiap individu karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktivitas yang tinggi. Dengan mengetahui perilaku manusia, apa sebabnya orang mau bekerja dan kepuasan-kepuasan apa yang dinikmatinya karena bekerja, maka seorang manajer akan lebih mudah memotivasi bawahannya.

Menurut Drs. Malayu S.P. Hasibuan, motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Menurut Harold Koontz, *motivation refers to the drive and effort to satisfy a want or goal*. Motivasi mengacu pada dorongan dan usaha untuk memuaskan kebutuhan atau suatu tujuan. Sedangkan menurut Wayne F. Cascio, motivasi adalah suatu kekuatan yang dihasilkan dari keinginan seseorang untuk memuaskan kebutuhannya (misalnya rasa lapar, haus dan bermasyarakat).<sup>36</sup> Tujuan pemberian motivasi:

- a) Mendorong gairah dan semangat kerja karyawan
- b) Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan
- c) Meningkatkan produktivitas kerja karyawan
- d) Mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan
- e) Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi karyawan
- f) Mengefektifkan pengadaan karyawan
- g) Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
- h) Meningkatkan kreativitas dan partisipasi karyawan
- i) Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan
- j) Mempertinggi rasa tanggungjawab karyawan terhadap tugas-tugasnya

---

<sup>36</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), hlm. 92-95.

k) Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

## 2. Teori-Teori Motivasi

Teori-teori motivasi dikelompokkan menjadi 2, yaitu teori kepuasan (Content Theory) dan teori proses (Process Theory). Teori Kepuasan mendasarkan pendekatannya atas faktor-faktor kebutuhan dan kepuasan individu yang menyebabkan bertindak dan berperilaku dengan cara tertentu. Teori ini memusatkan perhatian pada faktor-faktor dalam diri orang yang menguatkan, mengarahkan, mendukung dan menghentikan perilakunya. Hal yang memotivasi semangat bekerja seseorang adalah untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan materiil maupun nonmateriil yang diperolehnya dari hasil pekerjaannya. Teori-teori kepuasan yang dikenal antara lain:

### a. Teori Motivasi Klasik

Teori motivasi klasik (teori kebutuhan tunggal) ini dikemukakan oleh Frederick Winslow Taylor. Menurut teori ini motivasi para pekerja hanya untuk dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan biologis saja. Kebutuhan biologis adalah kebutuhan yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup seseorang. Kebutuhan dan kepuasan biologis ini akan terpenuhi, jika gaji atau upah (uang atau barang) yang diberikan cukup besar. Jadi, jika gaji atau upah karyawan dinaikkan maka semangat bekerja mereka akan meningkat.

### b. *Maslow's Need Hierarchy Theory*

Maslow's Need Hierarchy Theory atau A Theory of Human Motivation, dikemukakan oleh A.H. Maslow tahun 1943. Teori ini merupakan kelanjutan dari "Human Science Theory" Elton Mayo (1880-1949) yang menyatakan bahwa [kebutuhan dan kepuasan seseorang itu jamak yaitu kebutuhan biologis dan psikologis berupa materiil dan nonmateriil. Dasar Maslow's Need Hierarchy Theory:

- 1) Manusia adalah makhluk sosial yang berkeinginan, ia selalu menginginkan lebih banyak. Keinginan ini terus-menerus, baru berhenti jika akhir hayatnya tiba.
- 2) Suatu kebutuhan yang telah dipuaskan tidak menjadi alat motivasi bagi pelakunya, hanya kebutuhan yang belum terpenuhi yang menjadi alat motivasi.
- 3) Kebutuhan manusia itu bertingkat-tingkat (hierarchy), sebagai berikut:
  - a) *Physiological Needs*
  - b) *Safety and Security Needs*
  - c) *Affiliation or Acceptance Needs*
  - d) *Esteem or Status Needs*
  - e) *Self Actualization*.<sup>37</sup>

c. Teori Herzberg

Teori yang dikembangkan Herzberg dikenal dengan “model dua faktor” dari motivasi, yaitu faktor motivasional dan faktor hygiene atau “pemeliharaan”. Menurut teori ini, yang dimaksud dengan faktor motivasional adalah hal-hal pendorong berprestasi yang sifatnya intrinsik, yang berarti bersumber dari dalam diri seseorang, sedangkan yang dimaksud dengan faktor hygiene atau pemeliharaan adalah faktor-faktor yang sifatnya ekstrinsik yang berarti bersumber dari luar diri seseorang, misalnya dari organisasi, tetapi turut menentukan perilaku seseorang dalam kehidupan kekaryanya.<sup>38</sup>

d. Mc. Clelland’s Achievement Motivation Theory

Mc. Clelland’s Achievement Motivation Theory atau Teori Motivasi Prestasi dikemukakan oleh David Mc. Clelland. Teori ini berpendapat bahwa karyawan mempunyai cadangan energi

---

<sup>37</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*, hlm. 103.

<sup>38</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1999), hlm.290-291.



potensial. Bagaimana energi ini dilepaskan dan digunakan tergantung pada kekuatan dorongan motivasi seseorang dan situasi serta peluang yang tersedia. Energi ini akan dimanfaatkan oleh karyawan karena didorong oleh:

- 1) Kekuatan motif dan kebutuhan dasar yang terlibat
- 2) Harapan keberhasilannya
- 3) Nilai insentif yang terlekat pada tujuan.

Mc. Clelland mengelompokkan tiga kebutuhan manusia yang dapat memotivasi gairah bekerja:

- 1) Kebutuhan akan prestasi
- 2) Kebutuhan akan afiliasi
- 3) Kebutuhan akan kekuatan

e. Alderfer's Existence, Relatedness and Growth (ERG) Theory

Existence, Relatedness and Growth (ERG) Theory ini dikemukakan oleh Clayton Alderfer seorang ahli dari Yale University. Teori ini merupakan penyempurnaan dari teori kebutuhan yang dikemukakan oleh A.H. Maslow. ERG Theory ini oleh para ahli dianggap lebih mendekati keadaan sebenarnya berdasarkan fakta-fakta empiris. Alderfer mengemukakan ada tiga kelompok kebutuhan yang utama, yaitu:

- 1) Kebutuhan akan keberadaan (*Existence needs*), berhubungan dengan kebutuhan dasar termasuk di dalamnya *Physiological Needs* dan *Safety Needs* dari Maslow.
- 2) Kebutuhan akan afiliasi (*Relatedness needs*), menekankan akan pentingnya hubungan antar-individu (*interpersonal relationship*) dan juga bermasyarakat (*social relationship*). Kebutuhan ini berkaitan juga dengan *Love Needs* dan *Esteem Needs* dari Maslow.

- 3) Kebutuhan akan kemajuan (*Growth needs*), adalah keinginan intrinsik dalam diri seseorang untuk maju atau meningkatkan kemampuan pribadinya.

f. Teori Motivasi Human Relation

Teori ini mengutamakan hubungan seseorang dengan lingkungannya. Menurut teori ini, seseorang akan berprestasi baik, jika ia diterima dan diakui dalam pekerjaan serta lingkungannya. Teori ini menekankan peranan aktif pimpinan organisasi dalam memelihara hubungan dan kontak-kontak pribadi dengan bawahannya yang dapat membangkitkan gairah kerja.

g. Teori Motivasi Claude S. George

Teori ini menyatakan bahwa seseorang mempunyai kebutuhan yang berhubungan dengan tempat dan suasana di Lingkungan ia bekerja, yaitu:

- 1) Upah yang layak
- 2) Kesempatan untuk maju
- 3) Pengakuan sebagai individu
- 4) Keamanan kerja
- 5) Tempat kerja yang baik
- 6) Penerimaan oleh kelompok
- 7) Perlakuan yang wajar
- 8) Pengakuan atas prestasi.<sup>39</sup>

Sedangkan teori motivasi proses pada dasarnya berusaha untuk menjawab pertanyaan “bagaimana menguatkan, mengarahkan, memelihara dan menghentikan perilaku individu” agar setiap individu bekerja giat. Teori-teori motivasi proses:

a. Teori penguatan (*Skinner's Reinforcement theory*)

Skinner mengemukakan suatu teori proses motivasi yang disebut *operant conditioning* . Pembelajaran timbul sebagai akibat dari

---

<sup>39</sup>Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*, hlm. 113-115.

perilaku, yang juga disebut modifikasi perilaku. Perilaku merupakan operant yang dapat dikendalikan dan diubah melalui penghargaan dan hukuman. Perilaku positif yang diinginkan harus dihargai atau diperkuat, karena penguatan akan memberikan motivasi, meningkatkan kekuatan dari suatu respons atau menyebabkan pengulangnya.

b. Teori penetapan tujuan (*Edwin Locke's Theory*)

Dalam teori ini, Edwin Locke mengemukakan kesimpulan bahwa penetapan suatu tujuan tidak hanya berpengaruh terhadap pekerjaan saja, tetapi juga mempengaruhi orang tersebut untuk mencari cara yang efektif untuk mengerjakannya (Mangkunegara, 2005). Kejelasan tujuan yang hendak dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugasnya akan menumbuhkan motivasi yang tinggi. Tujuan yang sukar sekalipun apabila ditetapkan sendiri oleh orang yang bersangkutan ataupun ditentukan oleh organisasi yang membawahnya tetapi dapat diterima sebagai tujuan yang pantas dan layak dicapai, akan menyebabkan prestasi yang meningkat.<sup>40</sup>

Ditekankan dalam teori ini bahwa semakin tinggi tingkat penerimaan para pelaksana atas kepantasan dan kelayakan tujuan tertentu untuk dicapai, semakin tinggi pula motivasinya untuk mencapai tujuan tersebut. Ditekankan pula, bahwa semakin besar partisipasi seseorang dalam menentukan tujuan itu, semakin besar pula motivasinya untuk meraih keberhasilan dan prestasi kerja yang setinggi mungkin.<sup>41</sup>

c. Teori harapan (*Expectancy Theory*)

Teori harapan ini dikemukakan oleh Victor H. Room yang menyatakan bahwa kekuatan yang memotivasi seseorang untuk bekerja giat dalam mengerjakan pekerjaannya tergantung dari

---

<sup>40</sup> Yuniar Aviati, *Kompetisi Kewirausahaan; Teori, Pengukuran, dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hlm. 57.

<sup>41</sup> Sondang P. Siagian, *Teori Motivasi Dan Aplikasinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), hlm. 174.

hubungan timbal-balik antara apa yang ia inginkan dan butuhkan dari hasil pekerjaan itu. Berapa besar ia yakin perusahaan akan memberikan pemuasan bagi keinginannya sebagai imbalan atas usaha yang dilakukannya itu. Bila keyakinan yang diharapkan cukup besar untuk memperoleh kepuasannya, maka ia akan bekerja keras pula, dan sebaliknya.

d. Teori Keadilan

Keadilan merupakan daya penggerak yang memotivasi semangat kerja seseorang. Penilaian dan pengakuan mengenai perilaku bawahan harus dilakukan secara obyektif (baik atau salah), bukan atas suka atau tidak suka. Pemberian kompensasi atau hukuman harus berdasarkan atas penilaian yang obyektif dan adil.<sup>42</sup>

3. Asas-asas, Alat-alat dan Jenis-Jenis Motivasi

a. Asas-asas Motivasi

- 1) Asas mengikutsertakan, artinya mengajak bawahan untuk ikut berpartisipasi dan memberikan kesempatan kepada mereka mengajukan pendapat, rekomendasi dalam proses pengambilan keputusan.
- 2) Asas komunikasi, artinya menginformasikan secara jelas tentang tujuan yang ingin dicapai, cara-cara mengerjakannya dan kendala-kendala yang dihadapi.
- 3) Asas pengakuan, artinya memberikan penghargaan, pujian dan pengakuan yang tepat serta wajar kepada bawahan atas prestasi kerja yang dicapainya.
- 4) Asas wewenang yang didelegasikan, artinya memberikan kewenangan, dan kepercayaan diri pada bawahan, bahwa dengan kemampuan dan kreativitasnya ia mampu mengerjakan tugas-tugas itu dengan baik.

---

<sup>42</sup>Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*, hlm. 121.

- 5) Asas adil dan layak, artinya alat dan jenis motivasi yang diberikan berdasarkan atas “keadilan dan kelayakan” terhadap semua karyawan.
- 6) Asas perhatian timbal balik, artinya bawahan yang berhasil mencapai tujuan dengan baik, maka pimpinan harus bersedia memberikan alat dan jenis motivasi. Tegasnya kerja sama yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

b. Alat-alat Motivasi

- 1) Materiil Insentif : alat motivasi yang diberikan itu berupa uang dan atau barang yang mempunyai nilai pasar; jadi memberikan kebutuhan ekonomis.
- 2) Nonmateriil Insentif: alat motivasi yang diberikan itu berupa barang/benda yang tidak ternilai; jadi hanya memberikan kepuasan/kebanggaan rohani saja.
- 3) Kombinasi Materiil dan Nonmateriil Insentif: alat motivasi yang diberikan itu berupa materiil (uang dan barang) dan nonmateriil (medali dan piagam); jadi memenuhi kebutuhan ekonomis dan kepuasan/kebanggaan rohani.

c. Jenis-jenis motivasi

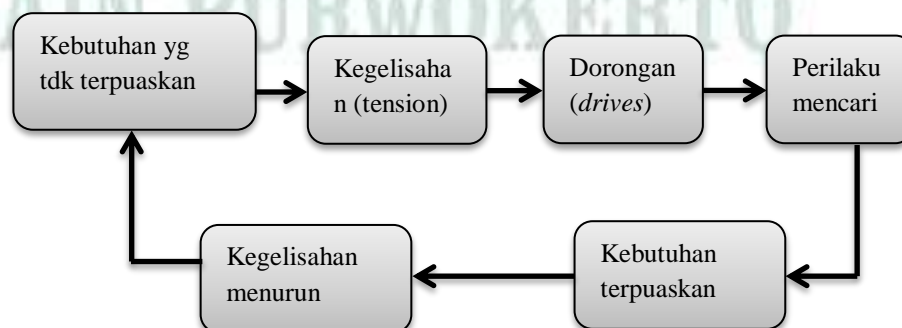
- 1) Motivasi Positif (Insentif Positif), manajer memotivasi bawahan dengan memberikan hadiah kepada mereka yang berprestasi baik. Dengan motivasi positif ini semangat kerja bawahan akan meningkat, karena manusia pada umumnya senang menerima yang baik-baik saja.
- 2) Motivasi Negatif (Insentif Negatif), manajer memotivasi bawahannya dengan memberikan hukuman kepada mereka yang pekerjaannya kurang baik (prestasi rendah). Dengan memotivasi negatif ini semangat kerja bawahan dalam jangka waktu pendek akan meningkat, karena mereka takut di hukum; tetapi untuk jangka waktu panjang dapat berakibat kurang baik.

4. Metode-metode Motivasi

- a. Metode Langsung (Direct Motivation), adalah motivasi (materiil & nonmateriil) yang diberikan secara langsung kepada setiap individu karyawan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. Jadi sifatnya khusus seperti memberikan pujian, penghargaan, bonus, piagam, dan lain sebagainya.
- b. Motivasi Tidak Langsung (Indirect Motivation), adalah motivasi yang diberikan hanya merupakan fasilitas-fasilitas yang mendukung serta menunjang gairah kerja/kelancaran tugas, sehingga para karyawan betah dan bersemangat melakukan pekerjaannya. Motivasi tidak langsung ini besar pengaruhnya untuk merangsang semangat bekerja karyawan, sehingga produktivitas kerja meningkat.<sup>43</sup>

#### D. Landasan Teologis

Teori-teori motivasi umumnya berangkat dari anggapan bahwa pada diri manusia terdapat kegelisahan (tension) yang timbul karena adanya kebutuhan yang tidak terpuaskan. Jika kebutuhan ini telah terpuaskan maka kegelisahan tadi lenyap untuk sementara dan kemudian akan timbul lagi seiring dengan munculnya kebutuhan-kebutuhan baru yang juga menuntut agar dipuaskan. Proses motivasi pada umumnya digambarkan sebagai berikut:<sup>44</sup>



<sup>43</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*, hlm. 98-100.

<sup>44</sup> Jusmaliani, *Pengelolaan Sumber Daya Insani*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 182.

Dalam proses motivasi yang diuraikan diatas, telah disebutkan bahwa pada diri manusia terdapat kegelisahan yang timbul karena adanya kebutuhan yang tidak terpuaskan. Berangkat dari adanya kebutuhan terhadap ‘kedekatan’ pada Allah maka rasa cinta atau takut pada Allah SWT akan menimbulkan semacam kegelisahan. Kegelisahan ini merupakan dorongan untuk memperbaiki diri atau berbuat lebih baik lagi agar mendapat ridho-Nya. Oleh karena itu, dalam konsep yang Islami dikenal adanya *self-motivation* atau *inner motivation*.

Bagi Islam, satu-satunya keterbatasan mutlak yang diberikan Tuhan dalam kehidupan dunia adalah waktu, sehingga semua tuntutan untuk memenuhi segala kebutuhan harus dapat dilakukan dengan bijak dalam bingkai waktu. Pemberian motivasi bagi pekerja secara Islami harus mampu menyeimbangkan pemenuhan semua kebutuhan ini. Di samping menerapkan berbagai konsep motivasi yang dianggap sesuai dengan kondisi karyawan dan kondisi perusahaan, imbalan yang mendekatkan diri karyawan pada kehidupan mendatang perlu pula menjadi bahan pertimbangan. Namun, yang paling penting adalah menyadarkan pekerja akan adanya *inner-motivation* tadi dan usaha manajemen semaksimal mungkin untuk memenuhi semua kebutuhan.<sup>45</sup>

Motivasi kerja dalam Islam itu adalah untuk mencari nafkah yang merupakan bagian dari ibadah. Motivasi kerja dalam Islam bukanlah untuk mengejar hidup hedonis, bukan juga untuk status, apalagi untuk mengejar kekayaan dengan segala cara. Tetapi untuk beribadah. Bekerja untuk mencari nafkah adalah hal yang istimewa dalam pandangan Islam. Sabda Nabi Muhammad SAW,

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْعَبْدَ الْمُحْتَرِفَ، وَمَنْ كَدَّ عَلَى عِيَالِهِ كَانَ كَالْمُجَاهِدِ فِي سَبِيلِ  
اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ

---

<sup>45</sup> Jusmaliani, *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. . . hlm. 193-194.

“ *Sesungguhnya Allah suka kepada hamba yang berkarya dan terampil (profesional atau ahli). Barangsiapa bersusah-payah mencari nafkah untuk keluarganya maka dia serupa dengan seorang mujahid di jalan Allah azza wa jalla.* ” (HR. Ahmad).

Dalam sabda lain, Nabi Muhammad SAW juga menyebutkan bahwa mencari nafkah adalah seperti mujahid (orang yang berjihad), artinya memiliki nilai yang sangat besar. Allah suka kepada hambanya yang mau mencari nafkah. Selain itu terdapat peluang mendapatkan ampunan. Sabda Nabi Muhammad SAW: “*Barangsiapa pada malam hari merasakan kelelahan dari upaya keterampilan kedua tangannya pada siang hari maka pada malam itu dia diampuni oleh Allah.*” (HR. Ahmad).<sup>46</sup>

Menurut Umer Chapra, motivasi ekonomi dalam Islam mencakup hal-hal berikut: *Pertama*, memperoleh keberuntungan umat manusia (*falah*). *Kedua*, mendapatkan kehidupan yang baik (*hayah thayyibah*). *Ketiga*, memberikan nilai sangat penting bagi persaudaraan dan keadilan sosial ekonomi. *Keempat*, terciptanya keseimbangan pemuasan kebutuhan materiel dan spiritual umat manusia.<sup>47</sup>

Motivasi yang diajarkan oleh Islam adalah semangat untuk beribadah yang kuat, bekerja keras untuk mencari ridho Allah. Dengan giat bekerja inilah umat Islam akan hidup dan kuat. Sedangkan berdiam diri adalah lemah dan mati. Islam melarang orang-orang yang menuruti angan-angannya yang kosong, bercita-cita tapi tanpa usaha. Begitu pula sebaliknya, Islam juga melarang orang yang bekerja keras untuk merealisasikan cita-citanya namun melupakan Allah. Islam mengajak setiap manusia untuk ikhlas menyerahkan diri kepada Allah dan bekerja dengan baik.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen dalam Perspektif Islam*, (Cilacap: Pustaka El-Bayan, 2012), hlm. 88.

<sup>47</sup> H. Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 45.

<sup>48</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 14-15.



Kekuatan motivasi dalam bekerja atau berbisnis dalam Islam adalah *fastabiqul-khairat* (berlomba-lomba dalam kebaikan) untuk memenuhi kebutuhan manusia baik kebutuhan fisik, psikologis maupun sosial. Dengan pekerjaan, manusia akan memperoleh kepuasan-kepuasan tertentu karena terpenuhi kebutuhannya. Selain itu kepuasan seseorang terhadap pekerjaan juga dapat diperoleh melalui berbagai bentuk kepuasan yang dapat dinikmati di luar kerja misalnya kepuasan sewaktu berbelanja, menikmati liburan, dan yang lebih mendasar lagi dapat menghidupi diri dan keluarganya.<sup>49</sup>



IAIN PURWOKERTO

---

<sup>49</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, . . . hlm. 70-71.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut, terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.<sup>50</sup>

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana penyusun akan mengumpulkan data dengan cara mendatangi langsung ke lapangan, atau lembaga yang menjadi objek penelitian untuk memepelajari secara intensif tentang berbagai permasalahan yang diteliti.<sup>51</sup> Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukans secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* daripada *generalisasi*.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 2.

<sup>51</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Cet V. , (Jakarta: Rajawali, 1990), hlm. 23.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 9.

Dalam penelitian ini penyusun menggunakan metode analisis *deskriptif*. Metode analisis *deskriptif* yaitu dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (Seseorang, Lembaga, Masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.<sup>53</sup> Penelitian ini dimulai dengan mengamati aktivitas di Pasar Rempoah II dan menggali informasi-informasi dari para pedagang pasar mengenai fperan pasar, kemudian mencari data-data yang mendukung penelitian ini. Dalam hal ini penyusun akan memfokuskan pada bagaimana efektivitas peran Pasar Tradisional ditinjau dari perspektif motivasi studi kasus pada pedagang Pasar Rempoah II, apakah Pasar Rempoah II ini sudah efektif atau belum mengingat preferensi pedagang yang lebih memilih beroperasi di hari minggu.

#### B. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan dua jenis dan sumber data yaitu sebagai berikut:

##### 1. Data Primer

Sumber data primer adalah suatu objek atau dokumen original (material mentah) dari perilaku yang disebut "*first-hand information*".<sup>54</sup> Yang mana dalam hal ini adalah data hasil wawancara dengan Kepala Pasar Tradisional Rempoah II dan beberapa petugas pasar serta para pedagang Pasar Tradisional Rempoah II.

##### 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan.<sup>55</sup> Data ini berasal dari buku-buku, jurnal, penelitian

---

<sup>53</sup> Soejono dan Abdurrohman, *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*, (Jakarta: Rineka Cipta 1997), hlm. 23.

<sup>54</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung:Refika Aditama, 2012), hlm. 289.

<sup>55</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, hlm. 291.

terdahulu yang membahas tentang pasar tradisional, efektivitas, dan motivasi.

#### C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional Rempoah II, yang beralamatkan di Jl. Raya Baturaden B, Rempoah, Baturraden, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah yang mana penelitian ini dimulai pada 9 Mei 2018 sampai 4 Juli 2018, sedangkan observasi pendahuluan dimulai sejak 21 Juni 2017. Pasar Rempoah II merupakan pasar desa atau dengan kata lain pasar tradisional yang dikelola desa. Adapun alasan pemilihan lokasi penelitian ini karena Pasar Rempoah II adalah salah satu Pasar tradisional harian yang unik, dimana pada hari minggu pedagangnya lebih banyak yang beroperasi dibandingkan dengan hari-hari biasa. Selain itu, para pedagangnya tetap bertahan berdagang di Pasar Rempoah II meskipun daya beli pasar dihari-hari biasa rendah.

#### D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah benda, hal atau orang tempat data variable yang dipermasalahkan.<sup>56</sup> Subjek penelitian ini adalah Pedagang Pasar Tradisional Rempoah II. Sedangkan Objek penelitian adalah *variable* yang diteliti oleh penulis. Objek dalam penelitian ini adalah efektivitas peran pasar Tradisional Rempoah II.

Teknik sampling atau teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan/penelitian subyektif dari penelitian, jadi dalam hal ini peneliti menentukan sendiri responden mana yang dianggap dapat mewakili populasi.<sup>57</sup> Sedangkan ukuran *sample* yang akan diambil sesuai pendapat Gay

---

<sup>56</sup> Suharsimi Arikunto, *manajemen Penelitian Edisi Baru*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm.200.

<sup>57</sup> Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 91.

yaitu 10% dari populasi.<sup>58</sup> Dalam penelitian kualitatif, populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi itu.<sup>59</sup>

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 210 pedagang. Sehingga pada penelitian ini, peneliti akan mengambil sampel 10% dari populasi sejumlah 210. Maka dengan demikian, ukuran *sample* sebesar 21 orang. Dalam hal ini sampelnya sebanyak 21 pedagang yang terdiri dari 10 orang pedagang harian dan 11 orang pedagang mingguan.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.<sup>60</sup>

Untuk memperoleh data secara konkrit, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

##### 1. Observasi

Observasi adalah sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Observasi merupakan merupakan suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua diantara yang terpenting

---

<sup>58</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, ed. 2, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 79.

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 215.

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 224-225.

adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>61</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data/informasi dan melihat secara langsung di lapangan.

Disini penyusun mendatangi secara langsung objek yang diteliti. Yaitu di Pasar Rempoah II serta para pedagang yang ada di Pasar Rempoah II kabupaten Banyumas. Guna memperoleh data-data yang diperlukan berkenaan dengan penelitian.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan interview pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Dalam pengertian yang lain wawancara merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan tatap muka secara langsung antara orang yang bertugas mengumpulkan data dengan orang yang menjadi sumber data atau obyek penelitian.<sup>62</sup> Wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur, yang mana peneliti membuat atau menyusun daftar pertanyaan yang kemudian dijadikan panduan dalam melakukan wawancara.<sup>63</sup>

Pada penelitian ini penyusun melakukan wawancara terstruktur. Yaitu secara tatap muka (*face to face*) kepada kepala dan pengurus Pasar Rempoah II serta para pedagang yang ada di pasar Rempoah II kabupaten Banyumas. Guna mendapatkan data terkait penelitian.

## 3. Dokumentasi

Yaitu mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia.<sup>64</sup> Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya. Dibandingkan dengan metode lain, maka metode ini agak tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekliruan sumber datanya masih tetap, belum

---

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 145.

<sup>62</sup> Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 89.

<sup>63</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial.*, hlm. 313.

<sup>64</sup> Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, hlm. 93.

berubah. Dengan metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati.<sup>65</sup>

#### F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penyusun menggunakan metode analisis *deskriptif* kualitatif. Metode analisis *deskriptif* yaitu dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (Seseorang, Lembaga, Masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.<sup>66</sup> Dalam hal ini penyusun akan mendeskripsikan bagaimana efektivitas Peran Pasar Tradisional Rempoh II ditinjau dari perspektif motivasi para pedagang.

Dalam analisis data, dilakukan pengecekan data yang berasal dari wawancara. Sedangkan langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.<sup>67</sup> Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluwesan dan kedalaman wawasan yang tinggi.<sup>68</sup>

##### 2. Data *Display* (Penyajian Datar)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan

---

<sup>65</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hlm. 234-235.

<sup>66</sup> Soejono dan Abdurrohman, *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*, (Jakarta: Rineka Cipta 1997), hlm. 23.

<sup>67</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, hlm. 431.

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 249.

sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.<sup>69</sup>

Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

### 3. *Concluding Drawing/Verification*

Langkah ketiga dalam penelitian kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.<sup>70</sup> Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.<sup>71</sup>

Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan

---

<sup>69</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, hlm. 434.

<sup>70</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, hlm. 438.

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 252-253.



data, dan waktu.<sup>72</sup> Begitu pula penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data yang menggunakan berbagai sumber, berbagai teknik pengumpulan data dan waktu secara simultan, sehingga diperoleh data yang pasti.

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Triangulasi waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.<sup>73</sup>

IAIN PURWOKERTO

---

<sup>72</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 273.

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 274.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Pasar Rempoah II**

##### **1. Letak Geografis dan Gambaran Pasar Rempoah II**

Pasar Rempoah II secara geografis terletak dekat dengan Lereng Gunung Slamet dan berada di tepi jalan raya menuju objek wisata Baturaden. Lebih tepatnya beralamat di Jl. Raya Baturaden B, Dusun 1, Rempoah, Baturraden, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53151. Letak Pasar Rempoah II ini terbilang cukup strategis karena berada di tepi jalan raya menuju objek wisata yang sudah populer se-Indonesia dan merupakan daerah dimana sebagai jantung kotanya kecamatan Baturaden. Selain itu, pasar rempoah II memiliki jarak dengan minimarket terdekat yaitu  $\pm 1,5$  km. Akses yang mudah dijangkau menjadikan pasar Rempoah II menjadi pasar yang diminati dan ramai pengunjung di hari minggu, selain harganya yang lebih murah dibandingkan dengan pasar tradisional lainnya.

Pasar Rempoah II merupakan pasar harian yang beroperasi pukul 04.00 WIB sampai dengan pukul 09.00 WIB. Sedangkan khusus untuk Kios beroperasi dari pukul 04.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB. Pasar rempoah II merupakan pasar tradisional yang berstatus sebagai tanah kas desa, yang luasnya  $1.850 m^2$ . Pasar Rempoah II memiliki 4 buah los, 4 area selasar, serta 7 buah kios baik dan 4 buah kios rusak. Untuk sarana prasarana yang ada yaitu jalan lingkungan, wc dan juga lahan parkir, tidak ada kantor pengelola.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Bu Lupi, selaku Pengelola Administrasi Pasar Tradisional Rempoah II, Rabu 30 Mei 2018 pukul 09.00.

## 2. Sejarah Pasar Rempoah II

Pasar Rempoah II merupakan pasar tradisional yang dikelola oleh pemerintah desa, sehingga dengan kata lain pasar Rempoah II merupakan pasar desa. Sesuai Peraturan Desa Rempoah Nomor 02 Tahun 2015, Pasar Rempoah II dibangun untuk memberdayakan perekonomian desa yang berbasis kerakyatan yang berorientasi pada pengembangan ekonomi desa. Sehingga dengan adanya pengembangan ekonomi mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan desa. Selain itu, sarana perekonomian melalui pasar desa sangatlah perlu sebagai pusat interaksi sosial masyarakat di Desa Rempoah itu sendiri.

Pasar Rempoah II berdiri pada tahun 1950an. Diawali dengan adanya penjual jajanan dan penjual pisang yang bernama Kyai Muchidin. Beliau merupakan penduduk asli desa Pamijen yang berjualan menggunakan brokoh di sisi pojok jalan, seberang barat, selatan jalan yang menuju ke Pamijen. Hingga akhirnya, sekitar tahun 1973 pada masa pemerintahan Kepala Desa H. Nurekso dirjo, dibangunlah los pasar sederhana. Dimana los tersebut hanya berlandaskan tiang dari bambu, yang kemudian dikenal dengan nama Pasar Pamijen.

Pada tahun 1993, nama Pasar Pamijen pun kemudian diganti. Atas pergantian itu, nama pasar berubah menjadi Pasar Krempyeng II. Saat itu, jabatan Kepala Desa dipegang oleh H. Mohammad Saeri. Perubahan nama pasar disebabkan karena mulai bertambahnya pedagang yang berjualan di pasar tersebut. Oleh karena bertambahnya jumlah pedagang pada Pasar Krempyeng II, maka pada masa kepemimpinan kepala desa Tohid Dirjo Sumarto dilakukanlah rehab dan pembangunan kios. Pembangunan kios tersebut dilakukan di sebelah utara jalan menuju Desa Pamijen. Kemudian, setelah adanya rehab dan pembangunan kios, maka nama Pasar Krempyeng II pun

kembali berubah. Dari Pasar Krempyeng II berganti nama menjadi Pasar Rempoah II.

Kemudian pada tahun 2014, pasar Rempoah II kembali dibangun. Seperti yang terlihat sekarang ini, hasil dari pembangunan tersebut pasar menjadi lebih baik dari sebelumnya. Pembangunan pasar menghabiskan dana sekitar Rp 300.000.000,- dengan bantuan dana dari Pemerintah Kabupaten Banyumas sebesar Rp 150.000.000,-. Pembangunan pasar dilakukan dengan adanya pendampingan pemerintah Desa. Kemudian, pada akhir tahun 2014, Pasar Rempoah II pun diresmikan oleh bapak Bupati Banyumas.<sup>75</sup>

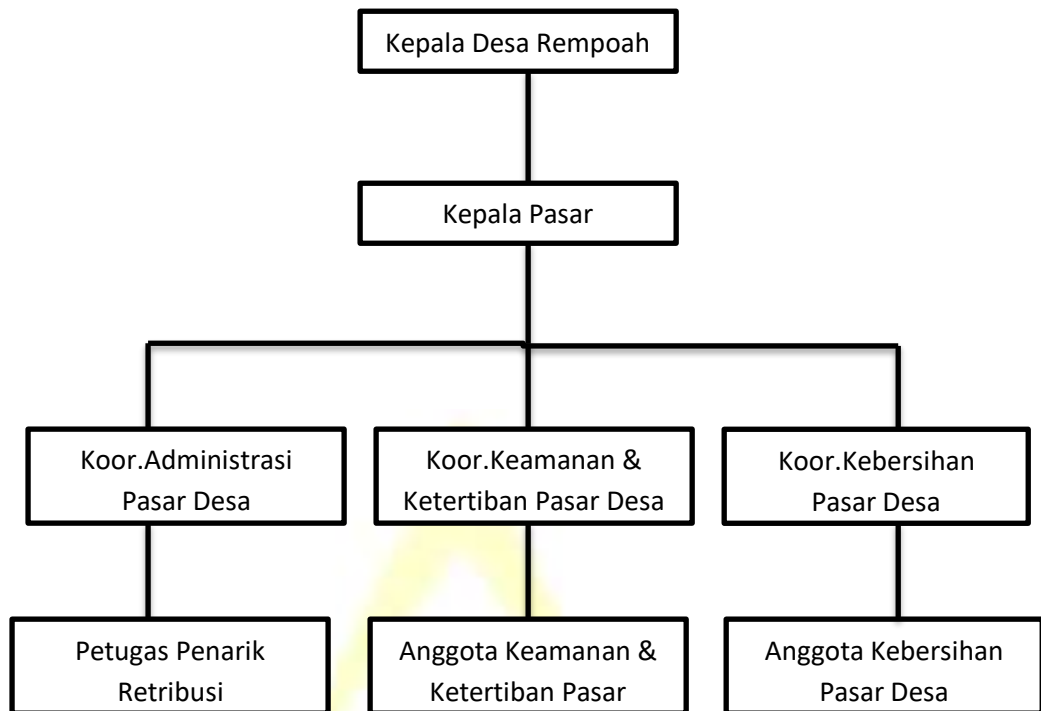
### **3. Kepengurusan Pasar Rempoah II**

Sesuai Peraturan Desa Rempoah II Nomor 07 Tahun 2015, bahwa pasar Desa Rempoah merupakan aset atau sumber pendapatan asli desa yang sangat perlu untuk diatur dan dikelola dengan baik. Sehingga, pengelola pasar Desa Rempoah sangat perlu untuk dibentuk agar tercapai pasar yang nyaman, tertib dan aman untuk kegiatan jual beli di Pasar Desa Rempoah. Untuk pengelola pasar Rempoah itu sendiri merupakan relawan-relawan dari Desa guna membantu mengurus dan mengelola pasar Rempoah. Kemudian pengelola pasar desa memperoleh honor/upah yang dibayarkan setisp bulan. Pemberian dan besar kecilnya honor/upah diatur dalam keputusan kepala desa. Honor untuk Kepala Pasar Rp 100.000/bulan, untuk koordinatornya Rp 75.000/bulan, untuk tenaga penarik bea Rp 50.000/bulan, dan tenaga kebersihan Rp 150.000/bulan. Adapun susunan organisasi pengelola pasar Rempoah II sebagai berikut:

---

<sup>75</sup> Wawancara dengan Bapak Supriyadi selaku kepala Pasar Rempoah II, Sabtu 26 Mei 2018 pukul 16.00.

Gambar 1. Struktur Organisasi Pasar Rempoah II



Keterangan:

Kepala Desa: Sugeng Pujiharto

Kepala Pasar: Supriyadi

Koor. Administrasi Pasar Desa: Mis Ihsani Palupi

Koor. Keamanan & Ketertiban Pasar: Tohirin

Koor. Kebersihan Pasar Desa: Saryono

Petugas Penarik Retribusi: Syarifudin

Anggota Keamanan & Ketertiban Pasar: Linmas

Anggota Kebersihan Pasar Desa: Sumaryono

Kepala Pasar Desa dijabat oleh seorang kepala, dan Koordinator dijabat oleh orang-orang yang dapat dipercaya, bertanggungjawab, cakap dan disiplin. Sedangkan untuk anggota diambilkan dari anggota Linmas/Hansip dan jumlahnya disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan. Seluruh pengelola pasar tersebut diangkat oleh Kepala Desa dengan Surat Keputusan Kepala Desa. Akan tetapi, Surat Keputusan Kepala Desa tersebut dapat berubah per Januari atau per tahun.<sup>76</sup> Sedangkan untuk bawahan kepala pasar jarang berganti dikarenakan adanya perpanjangan kontrak. Saat ini, anggota dalam keamanan, kebersihan dan petugas penarik bea sudah tidak lagi masuk struktur kepengurusan tahun 2018. Anggota-anggota tersebut hanya sebagai pembantu dalam kepengurusan pasar Rempoah II.

#### **4. Kedudukan, Tugas Pokok Susunan Organisasi**

Kedudukan pengelola pasar Desa sebagai unsur pelaksana kebijakan kepala Desa di bidang pengelolaan dan peningkatan sumber pendapatan desa terutama dari urusan pasar desa, dan pengelola pasar desa bertanggungjawab kepada kepala desa. Sedangkan pengelola pasar desa terdiri dari Kepala Pasar Desa, Koordinator Administrasi Pasar Desa, Koordinator Keamanan & Ketertiban Pasar Desa, serta Koordinator Kebersihan Pasar Desa. Tugas pokok dari pengelola Pasar Desa Rempoah II adalah sebagai berikut:

- a. Kepala Pasar Desa bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan operasional pasar mulai dari bangunan pasar desa, petugas pasar, fasilitas dan perlengkapannya yang ada di pasar desa. Kepala pasar juga bertugas mengatur pengelompokan barang-barang dagangan di dalam pasar termasuk dalam kawasan Ruko, Toko, Kios, dan Los menurut jenis atau sifatnya, sehingga menjamin ketertiban, keamanan, keindahan dan kesehatan bagi para pedagang dan orang-orang yang berkepentingan di Pasar.

---

<sup>76</sup> Peraturan Desa Rempoah No. 7 Tahun 2015.

- b. Koordinator Administrasi Pasar Desa, bertugas menerima hasil retribusi harian dari para petugas penarik karcis dan parkir di pasar desa, menerima masukan-masukan dari paguyuban Pasar Desa terkait dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan pasar untuk diinventarisir di Pemerintah Desa, membuat laporan pemasukan dan pengeluaran pasar.
- c. Anggota/petugas penarik Retribusi bertugas menarik retribusi harian kepada para pedagang dan parkir dan hasil dari penarikan tersebut di setorkan kepada petugas administrasi pasar.
- d. Koordinator dan Anggota Keamanan dan Ketertiban Pasar Desa, bertugas mengamankan dan mengkondisikan Pasar Desa dan sekitarnya agar tetap dalam keadaan yang aman dan kondusif sehingga kegiatan jual-beli di Pasar Desa berjalan dengan baik, lancar dan aman, menertibkan para pedagang yang dianggap mengganggu kegiatan jual-beli, membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi dengan cara yang baik yaitu dengan cara musyawarah.
- e. Koordinator Kebersihan Pasar Desa, bertugas melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan kebersihan pasar antara lain: membersihkan sampah pasar dan membuang ke tempat sampah serta melancarkan saluran air di pasar.

## **5. Karakteristik Informan/Pedagang Pasar Rempoah II**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai bagaimana efektivitas peran pasar tradisional ditinjau dari perspektif motivasi, studi kasus pada pedagang Pasar Rempoah II. Dalam teknik pengumpulan data, penulis menggunakan teknik wawancara. Pencarian informasi dilakukan dengan cara mendatangi para pedagang di Pasar Rempoah II.

Penulis melakukan wawancara pada saat para pedagang memiliki senggang waktu sesuai kondisi yang ada, dengan harapan penyusun dapat memperoleh informasi yang berhubungan dengan penelitian

penyusun. Dalam penelitian ini menggunakan 21 informan, yaitu para pedagang Pasar Rempoah II baik yang terdiri dari pedagang harian maupun pedagang mingguan. Informan pada penelitian ini mempunyai berbagai karakteristik seperti yang terlampir.

## **B. Peran Pasar Rempoah II**

Peran pasar tradisional sebenarnya sangat vital bagi perekonomian nasional. Selain menjadi pondasi dasar perekonomian, pasar tradisional juga mampu digunakan untuk memaksimalkan hasil bumi yang dikelola oleh para petani. Untuk dapat menghidupkan kembali pasar sebagai aspek vital perdagangan, maka diperlukan sebuah penataan yang baik. Pasar harus mampu menjadi area transaksi perdagangan dengan manajemen yang jauh lebih baik dari sekarang agar mampu menghadapi persaingan global dengan pasar-pasar modern saat ini. Mulai dari manajemen suplai barang agar lebih lengkap, bersih dan nyaman, serta mampu menjadikan pasar tradisional sebagai area yang mampu membuat masyarakat datang.

Menurut hasil wawancara singkat dengan Bu Tarwen salah satu pembeli di Pasar Rempoah II menyatakan bahwa peran pasar disini sangat penting, yaitu untuk menyediakan kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat desa sekitar pasar yang memang membutuhkan barang kebutuhan sehari-hari seperti sayuran, buah-buahan, bahkan sampai kebutuhan sandang. Peran pasar sebagai penyedia kebutuhan masyarakat memudahkan mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus mendatangi tempat produsen. Selain itu, dengan adanya pasar maka dalam melakukan transaksi atau jual beli dapat dilakukan tawar-menawar sehingga terdapat kepuasan sendiri ketika membeli barang yang dibutuhkan. Begitu pula yang dirasakan bu yuni, bu tinah, dan beberapa pembeli lainnya juga menyatakan bahwa peran pasar adalah sebagai wadah penyedia kebutuhan yang mana masih bisa dilakukan tawar menawar.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan bu Tarwen, bu Tinah, dan bu Yuni, selaku pembeli di Pasar Rempoah II, 1 Juli 2018 pukul 07.20.



Sedangkan menurut bu Nuriyah, salah satu pedagang di Pasar Rempoah II menyatakan bahwa peran pasar bagi pedagang yaitu sebagai sarana penyedia lapangan pekerjaan guna memperoleh penghasilan dalam memenuhi kebutuhan. Begitu juga dengan penuturan bu Saonah, bu Hamidah, bu Wahyu dan pedagang lainnya juga mengatakan bahwa pasar berperan sebagai sarana penyedia lapangan pekerjaan agar memperoleh penghasilan. Sedangkan menurut bu salamah, salah satu pedagang mingguan menyatakan bahwa pasar berperan sebagai sarana penyaluran hobi berbisnis/berdagang. Adapun bagi pak Isma'un, bu Lastri, pak Kastam, bu Tursini, mas Ibnu, dan pak Untung menyatakan bahwa peran pasar bagi mereka adalah sebagai fasilitator dan juga pengelola untuk berjalannya kegiatan pasar yang dijalani dan dibutuhkan oleh para pedagang. Adapula menurut bapak sahir, pasar berperan sebagai ajang untuk berinteraksi sosial atau bermasyarakat, sehingga terjalin hubungan pertemanan di tengah persaingan, khususnya hubungan dengan para pedagang.<sup>78</sup>

Lain halnya dengan pihak pengelola pasar. Menurut penuturan pak Supriyadi selaku kepala Pasar Rempoah II, menyatakan bahwa peran pasar bagi pengelola pasar yaitu sebagai wadah kegiatan pengelola untuk mengelola Pendapatan Asli Desa khususnya retribusi atau pendapatan pasar. Selain itu, peran pasar bagi desa juga merupakan sumber Pendapatan Asli Desa. Sedangkan bagi pedagang, pasar berperan sebagai peningkatan ekonomi, khususnya bagi pedagang warga Rempoah dan juga warga umum yang telah memiliki ijin dari desa. Begitu pula dengan bu Lupi selaku koordinator administrasi pengelola pasar Rempoah II. Beliau mengatakan bahwa bagi pengelola, pasar disini berperan sebagai wadah atau sebagai media kegiatan pengelolaan pendapatan desa khususnya Retribusi pasar yang merupakan Pendapatan Asli Desa.<sup>79</sup>

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan pedagang di Pasar Rempoah II, 27 Mei 2018 pukul 07.00.

<sup>79</sup> Wawancara dengan Kepala Pasar Rempoah II 2018, 3 Juli 2018 pukul 14.25.

Pendapatan pasar diperoleh dari pemanfaatan bangunan pasar dan fasilitas pasar lainnya. Pendapatan pasar terdiri dari retribusi pelayanan pasar, harga sewa, dan lain-lain pendapatan pasar yang sah. Pendapatan pasar tersebut disetor ke Kas Desa dalam waktu 1x24 jam. Kemudian kepala pasar membuat laporan bulanan pendapatan pasar kepada Kepala Desa paling lambat pada tanggal 10 bulan berikutnya.<sup>80</sup>

Dalam rangka memberdayakan perekonomian desa maka peran pasar Rempoah II sangatlah penting sebagai pusat interaksi sosial dan juga sarana untuk meningkatkan pendapatan masyarakat maupun desa. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, maka diperlukan pengelolaan pasar yang baik. Pasar Rempoah II merupakan pasar Desa yang dikelola bersama antara pemerintah Desa dengan pengurus/pengelola pasar. Yang dikelola dalam pasar Rempoah II ini adalah pengelolaan bea pasar dan juga sewa lapak pasar. Sedangkan pengelolaan sewa kios berada di tangan pemerintah desa/pihak desa langsung.

Untuk pengelolaan bea pasar, pihak pengelola memberikan kebijakan bervariasi. Setiap pedagang pasar dikenakan bea retribusi harian yang besarnya diatur dalam Peraturan Desa. Untuk pedagang yang menggunakan lokasi pasar desa dikenakan sewa tanah yang dihitung per meter untuk setiap tahun. Sedangkan untuk pedagang yang menggunakan bangunan pasar Desa dikenakan sewa bangunan yang dipungut setiap tahun.

Biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap pedagang untuk bea pasar itu sendiri ada yang Rp 1.000,- adapula yang Rp 2.000,-. Sedangkan untuk pengelolaan sewa lapak, pihak pengelola pasar hanya memberikan kebijakan pemungutan per tahun. Untuk satu tahunnya, sewa lapak satu blok sebesar Rp 1.200.000,- untuk diisi empat sampai delapan pedagang. Akan tetapi rata-rata untuk pengisian lapak dalam satu blok di Pasar Rempoah II hanya diisi untuk empat pedagang. Sehingga, rata-rata sewa lapak per tahunnya yaitu Rp 300.000,- per pedagang penyewa lapak.

---

<sup>80</sup> Peraturan Desa Rempoah No. 2 Tahun 2015.

Sedangkan untuk lapak yang di selasar, biaya sewanya berkisar antara kisaran Rp 150.000,- sampai dengan Rp 250.000,-.

Untuk Sewa kios pasar Rempoah itu sendiri tidak masuk dalam pengelolaan pasar. Sewa kios pada pasar Rempoah II dikelola langsung oleh pihak desa. Sehingga pengelolaan sewa kios masuk dalam APBDes yang nantinya langsung menjadi pendapatan desa. Kios yang dikelola oleh pihak desa sebanyak 7 buah, sedangkan kios yang rusak itu sendiri berjumlah 4 buah.<sup>81</sup>

Meskipun pengelolaan bea pasar dan sewa lapak dikelola oleh pihak pengelola pasar serta pengelolaan sewa kios langsung oleh pihak desa, semua retribusi pasar baik pendapatan parkir, bea pasar, sewa lapak maupun sewa kios semuanya tetap masuk ke kas Desa. Kemudian pendapatan tersebut akan dikelola kembali untuk keperluan desa maupun pasar sesuai kebutuhan. Untuk pendapatan parkir pada pasar Rempoah II itu sendiri sebesar Rp 60.000,- per hari, sedangkan untuk pendapatan bea pasar atau pendapatan pasar rata-rata sebesar Rp 100.000,- per hari. Sehingga total PADS yang diterima dan menjadi Kas Desa seluruhnya berjumlah 62.000.000 per tahun, dimana jumlah pendapatan bea pasar yang diterima sebesar 36.000.000 per tahun dan pendapatan sewa yang diterima sebesar 26.000.000 per tahun.<sup>82</sup>

### **C. Efektivitas Peran Pasar Tradisional Ditinjau Dari Perspektif Motivasi (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II)**

Mulyasa (2003) meninjau Efektivitas adalah suatu kegiatan dari faktor pencapaian tujuan, yang memandang bahwa efektivitas berhubungan dengan pencapaian tujuan bersama bukan pencapaian tujuan pribadi. Suatu organisasi dan lembaga dikatakan efektif jika tujuan

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Bu Lupi, selaku Pengelola Administrasi Pasar Tradisional Rempoah II, Rabu 30 Mei 2018 pukul 09.00.

<sup>82</sup> Wawancara dengan bapak Supriyadi selaku kepala Pasar Rempoah II periode 2018, 26 Mei 2018, pukul 16.00.

bersama dapat dicapai dan belum bisa dikatakan efektif meskipun tujuan individu yang ada di dalamnya dapat terpenuhi.<sup>83</sup>

Dalam awal usaha mengukur efektivitas organisasi, para sosiolog dan psikolog di bidang industri selalu melihat konsep efektivitas dari sudut terpenuhinya beberapa kriteria akhir. Thorndike (1949) mengenali beberapa kriteria yang dipakai dalam ancangan yang lebih dini, yaitu produktivitas, laba bersih, penyelesaian misi, pertumbuhan, serta stabilitas organisasi. Tinjauan yang baru-baru ini dibuat oleh Campbell (1973) mengenai berbagai ukuran yang digunakan untuk menentukan keberhasilan organisasi menghasilkan pengenalan sembilan belas variabel yang digunakan secara luas, yaitu:

1. Efektivitas keseluruhan, sejauh mana organisasi melaksanakan seluruh tugas pokoknya atau mencapai semua sasarannya.
2. Kualitas, kualitas dari jasa atau produk primer yang dihasilkan oleh organisasi.
3. Produktivitas, kuantitas atau volume dari produk atau jasa pokok yang dihasilkan organisasi.
4. Kesiagaan, penilaian menyeluruh sehubungan dengan kemungkinan bahwa organisasi mampu menyelesaikan sesuatu tugas khusus dengan baik jika diminta.
5. Efisiensi, nisbah yang mencerminkan perbandingan beberapa aspek prestasi unit terhadap biaya untuk menghasilkan prestasi tersebut.
6. Laba atau penghasilan, penghasilan atas penanaman modal yang dipakai untuk menjalankan organisasi dilihat dari sudut pandangan si pemilik.
7. Pertumbuhan, penambahan dalam hal-hal seperti tenaga kerja, fasilitas pabrik, harga, penjualan, laba, bagian pasar, dan penemuan baru.
8. Pemanfaatan lingkungan

---

<sup>83</sup> Patrianisya Devi, dkk Jurnal Agro Ekonomi, *Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*, VOL. 26/ NO. 2, Desember 2015.

9. Stabilitas, pemeliharaan struktur, fungsi, dan sumber daya sepanjang waktu, khususnya dalam periode-periode sulit.
10. Perputaran atau keluar masuknya pekerja
11. Kemangkiran, frekuensi kejadian-kejadian pekerja bolos dari pekerjaan.
12. Kecelakaan
13. Semangat kerja, kecenderungan anggota organisasi berusaha lebih keras mencapai tujuan dan sasaran organisasi termasuk perasaan terikat.
14. Motivasi, kekuatan kecenderungan seorang individu melibatkan diri dalam kegiatan yang berarahkan sasaran dalam pekerjaan.
15. Kepuasan, tingkat kepuasan yang dirasakan seseorang atas peranan atau pekerjaannya dalam organisasi.
16. Penerimaan tujuan organisasi, diterimanya tujuan-tujuan organisasi oleh setiap pribadi dan oleh unit-unit dalam organisasi.
17. Kepaduan-konflik konflik kompak, dimensi berkutub dua.
18. Keluwesan adaptasi, kemampuan sebuah organisasi untuk mengubah prosedur standar operasinya jika lingkungannya berubah, untuk mencegah kebekuan terhadap rangsangan lingkungan.
19. Penilaian oleh pihak luar, penilaian mengenai organisasi atau unit organisasi oleh mereka (individu atau organisasi) dalam lingkungannya, yaitu pihak-pihak dengan siapa organisasi ini berhubungan.<sup>84</sup>

Dari beberapa ukuran efektivitas tersebut, peneliti menggunakan 6 ukuran/indikator dalam mengukur efektivitas peran pasar tradisional, yaitu:

1. Laba/Penghasilan
2. Kemangkiran
3. Semangat Kerja
4. Motivasi
5. Kepuasan
6. Kepaduan-konflik konflik kompak

---

<sup>84</sup> Richard M. Steers, *Organizational Effectiveness, A Behavioral View*, terj. Dra. Magdalena Jamin, (Jakarta: LPPM dan Erlangga, 1977), hlm. 45-48.

Keenam indikator tersebut digunakan untuk melihat bagaimana kacamata pedagang dalam menilai efektif tidaknya peran pasar Rempoah II. Peneliti memilih enam indikator tersebut karena dalam menilai efektivitas peran pasar disini melihat dari perspektif motivasi dari para pedagang. Dimana dalam motivasi, laba/penghasilan merupakan materiil insentif yang merupakan bagian dari alat motivasi. Sedangkan kepuasan, semangat kerja, kemangkiran, dan kepaduan konflik konflik kompak merupakan efek dari adanya motivasi. Sehingga dalam hal ini ke enam indikator tersebut saling berhubungan dengan kaitannya motivasi yang mana penilaian efektivitas peran pasar akan dilihat dari perspektif motivasi. Berdasarkan data yang dikumpulkan dari hasil wawancara, dapat dianalisis sebagai berikut:

#### 1. Laba/penghasilan

Laba atau penghasilan merupakan penghasilan atas penanaman modal yang dipakai untuk menjalankan organisasi dilihat dari sudut pandangan si pemilik. Jumlah dari sumber daya yang masih tersisa setelah semua biaya dan kewajiban dipenuhi.<sup>85</sup> Dari hasil wawancara, rata-rata pedagang merasa cukup puas atas penghasilan yang di dapat setelah dikurangi biaya-biaya tertentu.

Meskipun penghasilan yang diterima pedagang harian rata-rata Rp 100.000,- sampai Rp 200.000,-, hal ini cukup memuaskan, walaupun laba bersih yang mereka dapat hanya Rp 50.000,- sampai dengan Rp 100.000,- saja. Dari pedagang harian yang diwawancarai, alasan cukup puasanya mereka terhadap laba/penghasilan yang didapatkan yaitu karena mereka harus tetap bersyukur atas apa yang diterima. Selain itu, mereka juga merasa biaya untuk sewa lapak dan sebagainya di Pasar Rempoah II lebih murah dari pasar-pasar lainnya. Sehingga mereka merasa cukup atas penghasilan yang didapat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.<sup>86</sup>

---

<sup>85</sup> Richard M. Steers, *Organizational Effectiveness, A Behavioral View*, hlm. 47.

<sup>86</sup> Wawancara dengan pedagang harian pasar Rempoah II, Selasa 29 Mei 2018, pukul 07.15.

Hal itu berarti bahwa kesadaran mereka akan nikmat Allah yang patut untuk disyukuri sudah melekat dalam hati. Dan inilah yang menjadi bagian dari motivasi dalam Islam. Akan tetapi berbeda dengan pernyataan bu Hamidah yang merasa kurang puas dengan penghasilan yang didapatkannya. Banyaknya saingan pedagang dan daya beli yang kurang di hari-hari biasa membuat penghasilannya sebagai pedagang buah semakin menurun. Apalagi semenjak semakin berkembangnya pembangunan pasar Rempoah II ini membuat jumlah pedagang yang bersaing semakin banyak.

Sedangkan bagi beberapa pedagang Mingguan, seperti Bu Purwati, bu Salamah, dan Pak Tarno penghasilan yang di dapat sangat memuaskan. Hal ini dikarenakan selain daya beli di hari minggu yang tinggi, mereka juga tidak memiliki begitu banyak saingan pedagang serta tidak memiliki lapak pasti, sehingga tidak ada sewa lapak yang dikenakan oleh pengelola pasar. Akan tetapi, bagi pak Samsi, bu Nuriyah, pak Jono, pak Arso dan pedagang mingguan lainnya mengakui bahwa laba/penghasilan yang didapat dirasa cukup setelah dikurangi biaya-biaya tertentu sebagai kewajiban mereka sebagai pedagang di Pasar Rempoah II.<sup>87</sup>

Sehingga jika dilihat secara keseluruhan pedagang, efektivitas peran pasar dilihat dari indikator laba/penghasilan cukuplah efektif. Meskipun tidak dipungkiri bahwa laba/penghasilan pedagang mingguan lebih besar daripada pedagang harian. Karena alasan inilah yang menjadi motivasi atau dorongan kenapa banyak pedagang pasar Rempoah II lebih memilih berdagang di hari minggu.

## 2. Kemangkiran

Kemangkiran merupakan frekuensi kejadian-kejadian pekerja bolos dari pekerjaan.<sup>88</sup> Dari hasil wawancara dengan pedagang pasar Rempoah II, hampir semua pedagang tidak pernah mangkir atau bolos

---

<sup>87</sup> Wawancara dengan pedagang mingguan pasar Rempoah II, 3 Juni 2018 pukul 07.20.

<sup>88</sup> Richard M. Steers, *Organizational Effectiveness, A Behavioral View*, hlm. 47.

dagang kecuali kepentingan yang mendesak atau bahkan sakit. Hanya beberapa pedagang yang sering bolos atau mangkir dari aktivitas dagangnya.

Seperti penuturan bu Hamidah dan mas Ibnu yang merupakan pedagang harian seringkali mangkir dan bolos dagang hingga 4 kali bahkan 5 kali dalam sebulan. Mereka mengeluhkan sepiunya daya beli di hari-hari biasa sehingga acapkali memicu mangkirnya dagang. Padahal bu Hamidah sudah berdagang selama 20 tahunan, dan mas ibnu sendiri baru berdagang 3 tahun. Sedangkan bagi bu Saonah, bu Lastri, pak Ismangun dan pedagang harian lainnya mengakui bahwa dalam sebulan kejadian mangkir atau bolos kerja terjadi hanya sekali atau dua kali.<sup>89</sup>

Pedagang harian tersebut tetap rajin bekerja meskipun mereka diuji kesabarannya dengan kurangnya daya beli di hari-hari biasa. Dari hasil wawancara, memang diakui bahwa rata-rata pedagang harian tidak pernah mangkir dan bolos dagang meskipun daya beli di hari-hari biasa tidaklah tinggi. Mereka tetap berangkat berdagang kecuali jika sakit atau ada kepentingan yang sangat mendesak.

Sedangkan bagi pedagang mingguan juga kemangkiran kerja atau bolos dagang jarang sekali terjadi. Menurut penuturan para pedagang mingguan, mereka tidak pernah bolos dagang karena memang intensitas kerjanya hanya 4x dalam sebulan, yaitu tiap hari minggu. Jadi jika bolos kerja, mereka akan kehilangan penghasilan dalam satu kesempatan. Seperti penuturan bu Nuriyah yang sudah berdagang selama 15 tahun. Karena penghasilan di hari minggu cukup besar, maka sangat disayangkan jika bolos dagang. Begitu pula dengan pak Arso, pak samsi dan pedagang mingguan lainnya juga mengatakan hal yang sama. Bolos kerja tanpa alasan mendesak tidak mungkin dilakukan, kecuali benar-benar dalam keadaan sakit barulah tidak berangkat bekerja/berdagang.

---

<sup>89</sup> Wawancara dengan pedagang harian pasar Rempoah II, Selasa 29 Mei 2018, pukul 07.15.



Alasannya sama seperti bu Nuriyah, bahwa daya beli di hari minggu itu tinggi atau ramai pengunjung, jadi penghasilannya lumayan besar.<sup>90</sup>

Secara keseluruhan, jika dilihat dari indikator kemangkiran maka peran pasar tradisional dapat dikatakan cukup efektif. Karena frekuensi para pedagang untuk bolos kerja jarang sekali terjadi. Meskipun tidak dipungkiri ada beberapa pedagang yang sesekali pernah bolos kerja dengan alasan tertentu.

### 3. Semangat Kerja

Semangat kerja merupakan kecenderungan anggota organisasi berusaha lebih keras mencapai tujuan dan sasaran organisasi termasuk perasaan terikat. Semangat kerja adalah gejala kelompok yang melibatkan usaha tambahan, kebersamaan tujuan, dan perasaan memiliki. Kelompok bersemangat, sedang perorangan bermotivasi (dan puas). Implikasinya semangat adalah bagian dari gejala kelompok.<sup>91</sup>

Dari hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa semangat kerja pada pedagang pasar Rempoah II masih cukup tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan konsistennya mereka pada pasar Rempoah II. Para pedagang tidak memiliki pemikiran atau bahkan keinginan untuk pindah ke pasar lain, dengan alasan bahwa mereka sudah nyaman dengan Pasar yang selama ini memberikan kehidupan untuk mereka.

Mereka menyenangi pekerjaan ini dan juga merasa cocok dengan hubungan pertemanan antar pedagang satu dengan yang lainnya. Hal inilah yang memicu semangat mereka untuk tetap berdagang di Pasar Rempoah II, meskipun daya beli tertinggi hanya pada hari minggu, semangat kerja pedagang harian masihlah lebih besar dibandingkan dengan pedagang mingguan. Seperti penuturan pak ismangun, bu Lastri, pak Kastam, bu Saonah dan pedagang harian lainnya, mereka sudah merasa seperti keluarga antara pedagang yang satu dengan yang lainnya. Mereka merasa sudah saling nyaman dan saling memberikan semangat,

---

<sup>90</sup> Wawancara dengan pedagang mingguan pasar Rempoah II, 3 Juni 2018 pukul 07.20.

<sup>91</sup> Richard M. Steers, *Organizational Effectiveness, A Behavioral View*, hlm. 47.

bersama membaur dalam mencari nafkah guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sehingga kebersamaan mereka menjadi semakin kuat.<sup>92</sup>

Begitu pula dengan penuturan para pedagang mingguan yang tetap bersemangat dengan intensitas dagangnya yang hanya pada hari minggu. Seperti penuturan bu purwati dan bu salamah sebagai pedagang mingguan, mereka masih bersemangat walaupun hanya berdagang di Pasar Rempoah II di hari minggu. Alasannya, karena mereka memang menyenangi aktivitasnya selama ini, sehingga tetap bersemangat. Selain itu, bagi pak Samsi dan pak Sahir, dan pak Untung berdagang di Pasar Rempoah II di hari minggu cukup menguntungkan. Karena penghasilannya cukup besar sehingga bisa dijadikan penghasilan tambahan selain aktivitas lain mereka sebagai pekerja/buruh jika di hari-hari biasa.<sup>93</sup>

Jadi, jika dilihat dari indikator semangat kerja, peran pasar disini bagi pedagang dapat dikatakan cukup efektif. Karena rata-rata pedagang masih bersemangat dan tetap stand by di Pasar Rempoah II, meskipun daya beli tertinggi hanya di hari minggu. Rata-rata pedagang merasa cukup nyaman dengan pasar Rempoah II sehingga tidak ada keinginan untuk pindah lokasi dagang. Walaupun tidak dipungkiri ada satu pedagang yang kurang bersemangat dagang dan memiliki keinginan untuk pindah dari Pasar Rempoah II, yaitu bu Hamidah pedagang buah harian di Pasar Rempoah II.

#### 4. Motivasi

Menurut Drs. Malayu S.P. Hasibuan, motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.<sup>94</sup> Motivasi merupakan kekuatan kecenderungan seorang individu melibatkan diri dalam kegiatan yang berarahkan sasaran dalam pekerjaan. Ini bukanlah

---

<sup>92</sup> Wawancara dengan pedagang harian pasar Rempoah II, 29 Mei 2018 pukul 07.15.

<sup>93</sup> Wawancara dengan pedagang mingguan pasar Rempoah II, 3 Juni 2018 pukul 07.20.

<sup>94</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi*. . . , hlm. 92-95.

perasaan senang yang relatif terhadap hasil berbagai pekerjaan sebagaimana halnya kepuasan, tetapi lebih merupakan perasaan sedia atau rela bekerja untuk mencapai tujuan pekerjaan.<sup>95</sup>

Dari hasil wawancara ke 21 pedagang, baik harian maupun mingguan, rata-rata hampir semuanya memiliki motivasi yang sama dalam bekerja. Dan motivasi disini yaitu lebih kepada perasaan cukup bersedia dan rela bekerja untuk mencapai tujuan pekerjaan mereka selama ini. Hal yang mendorong atau memotivasi mereka berdagang selama ini yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan juga keinginan atau kepuasan pribadi. Meskipun ada sebagian pedagang yang memiliki motivasi berbeda.

Seperti penuturan pak Sahir salah satu pedagang mingguan, dimana hal yang mendorong dan memotivasinya berdagang selama ini yaitu sebagai pengisi kegiatan saja agar memperoleh teman yang banyak, atau dalam arti lain untuk hidup bermasyarakat (kebutuhan sosial). Adapula pak Samsi dan pak Tarno, yang mengakui bahwa motivasi/dorongan untuk menjadi pedagang mingguan karena sebagai tambahan penghasilan guna memenuhi kebutuhan lain selain kebutuhan sehari-hari. Lain halnya dengan bu Salamah dan bu Purwati, yang menjadikan motivasi atau dorongan dalam pekerjaannya selama ini yaitu sebagai bentuk penyaluran hobi.<sup>96</sup>

Sedangkan bagi bu Tursini, pedagang harian yang sudah berdagang selama 10 tahun, beliau merasa senang berdagang di pasar karena memiliki banyak teman dan bisa terhibur dengan teman-teman pedagang lainnya. Atau dengan kata lain, hal yang mendorong dirinya bekerja selama ini yaitu karena kebutuhan sosial. Selain itu, motivasi lainnya yaitu sebagai penghasilan tambahan dan juga pengisi kegiatan selain sebagai ibu rumah tangga.

---

<sup>95</sup> Richard M. Steers, *Organizational Effectiveness, A Behavioral View*, hlm. 48.

<sup>96</sup> Wawancara dengan pedagang mingguan pasar Rempoah II, 3 Juni 2018 pukul 07.20.

Namun, berbeda dengan pedagang harian lainnya. Seperti penuturan bu Saonah, bu hamidah, pak Ismangun dan lainnya menyatakan bahwa hal yang mendorong atau memotivasi berdagang selama ini yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup, terutama kebutuhan pangan dan sandang. Meskipun pendapatan per hari tidaklah besar, namun cukup untuk memnuhi kebutuhan sehari-hari, terutama kebutuhan pangan mereka dan keluarga.<sup>97</sup>

Setelah melihat berbagai motif atau dorongan yang menjadikan para pedagang bekerja selama ini, maka peran pasar dilihat dari indikator motivasi dapat dikatakan cukup efektif. Karena, setiap dari mereka memiliki perasaan cukup bersedia dan rela bekerja guna mencapai tujuan masing-masing dari mereka berdagang selama ini. Sekalipun karena keadaan yang memaksa sehingga mereka bersedia berdagang guna memenuhi kebutuhan hidup.

#### 5. Kepuasan

Kepuasan disini merupakan tingkat kepuasan yang dirasakan seseorang atas peranan atau pekerjaannya dalam organisasi. Tingkat rasa puas individu bahwa mereka mendapat imbalan yang setimpal, dari bermacam-macam aspek situasi pekerjaan dan organisasi tempat mereka berada.<sup>98</sup> Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 21 pedagang, hampir 50% dari mereka merasa kurang puas atas peran pasar dalam memberikan pelayanan dan fasilitas selama ini.

Seperti penuturan pak Ismangun, pak Kastam, dan juga bu Wahyu, selaku pedagang harian, mereka merasa kurang puas atas pelayanan sampah yang kurang maksimal dari petugas pelayanan sampah. Kadang ada blok atau spot tertentu yang kurang mendapat perhatian lebih terkait sampah tersebut, bisa sampai tiga hari sampah baru diambil dan dibuang. Atau dengan kata lain, petugas yang berkewajiban mengurus

---

<sup>97</sup> Wawancara dengan pedagang harian pasar Rempoah II, 29 Mei 2018 pukul 07.15.

<sup>98</sup> Richard M. Steers, *Organizational Effectiveness, A Behavioral View*, hlm. 48.

sampah kurang rajin. Padahal tarikan untuk biaya pelayanan sampah dan sebagainya sudah dibayarkan rutin.

Adapula kekurang puasan pedagang harian lainnya seperti bu Lastri yang kurang puas dengan pelayanan keamanan pasar, karena pernah kejadian barang hilang. Selain itu, ada bu Hamidah dan bu Tursini yang merasa kurang puas dengan banyaknya tarikan pasar, melihat pendapatan mereka yang pas-pasan. Namun adapula penuturan dari mas Ibnu yang kurang puas dengan fasilitas pasar yaitu seringkali sulit mengakses air bersih.<sup>99</sup>

Berbeda dengan pedagang mingguan yang hanya sebagian yang merasa kurang puas dengan peranan pasar dalam memberikan pelayanan dan fasilitas pasar. Seperti penuturan pak sahir dan bu Nuriyah yang merasa kurang puas dengan mahalnnya tarikan pasar, padahal beliau hanya berdagang di hari minggu tapi tarikannya mahal dan hampir menyamai tarikan pada pedagang harian. Adapula pak untung yang merasa kurang puas dengan kebersihan air baik di WC maupun mushola, apalagi seringkali tidak ada air atau sulit mengakses air.<sup>100</sup>

Dari berbagai keluhan yang dirasakan para pedagang pasar Rempoah II menunjukkan bahwa peran pasar dalam pengelolaan, pelayanan dan pemberian fasilitas pasar, dapat dikatakan kurang efektif. Karena sebagian besar pedagang merasa kurang puas dengan pelayanan dan penyediaan fasilitas yang dibutuhkan pedagang. Mereka merasa pengelolaan pasar harus ditingkatkan lebih baik lagi agar pedagang merasakan kenyamanan dan kepuasan.

#### 6. Kepaduan-konflik konflik kompak

Kepaduan-konflik konflik kompak, dimensi berkutub dua. Yang dimaksud kutub kepaduan adalah fakta bahwa para anggota organisasi saling menyukai satu sama lain, bekerja sama dengan baik, berkomunikasi sepenuhnya dan secara terbuka, dan mengkoordinasikan

---

<sup>99</sup> Wawancara dengan pedagang harian pasar Rempoah II, 29 Mei 2018 pukul 07.15.

<sup>100</sup> Wawancara dengan pedagang mingguan pasar Rempoah II, 3 Juni 2018 pukul 07.20.

usaha kerja mereka. Pada kutub yang lain terdapat organisasi pertenggaran baik dalam bentuk kata-kata maupun secara fisik, koordinasi yang buruk, dan komunikasi yang tidak efektif.<sup>101</sup>

Menurut hasil wawancara, antara pedagang yang satu dengan yang lainnya saling menyukai satu sama lain, bekerja sama dengan baik, berkomunikasi sepenuhnya dan secara terbuka, dan mengkoordinasikan usaha kerja mereka. Seperti penuturan bu Tursini, pak Ali, dan pedagang harian lainnya, mereka senang berteman dengan pedagang lainnya dan seringkali bersendau gurau ketika daya beli sepi. Meskipun terkadang sesekali pernah terjadi pertikaian kecil, namun ketika masalah selesai mereka kembali akur dan tidak pernah dendam ataupun saling membenci. Hanya saja, dengan pedagang pendatang baru kadang kurang adanya keakraban, dikarenakan belum terbiasa.<sup>102</sup>

Begitu juga dengan pedagang mingguan. Antar pedagang yang satu dengan pedagang lainnya tidak pernah terjadi permusuhan. Mereka saling menyukai satu sama lain dan bekerja sama dengan baik. Seperti penuturan pak Tohirin, pak Samsi, pak jono, dan bu Nuriyah juga menyatakan bahwa sejauh ini tidak pernah ada permusuhan. Mereka beranggapan bahwa antara pedagang yang satu dengan yang lain sudah seperti keluarga yang bersama-sama berbagi suka maupun duka melalui komunikasi yang baik. Meskipun tidak dipungkiri bahwa konflik pasti pernah terjadi, namun tidak sampai ada dendam ataupun pertikaian fisik.

Di sisi lain, juga mereka sering bertukar barang dagangan ketika tidak ada persediaan barang yang dibutuhkan konsumen. Selain itu, adapula paguyuban pedagang sebagai ajang perkumpulan para pedagang. Paguyuban diadakan untuk menambah ikatan antar pedagang, hanya saja paguyuban ini kurang dimanfaatkan secara maksimal dengan para pengurus pasar ataupun pihak desa.<sup>103</sup>

---

<sup>101</sup> Richard M. Steers, *Organizational Effectiveness, A Behavioral View*, hlm. 48.

<sup>102</sup> Wawancara dengan pedagang harian pasar Rempoah II, 29 Mei 2018 pukul 07.15.

<sup>103</sup> Wawancara dengan pedagang mingguan pasar Rempoah II, 3 Juni 2018 pukul 07.20.

Oleh karena itu, hampir tidak pernah ada sosialisasi dari pihak pengelola pasar ataupun pemerintah desa mengenai informasi-informasi terkait organisasi pasar Rempoah II. Bahkan beberapa pedagang kurang paham mengenai siapa kepala pasar Rempoah II. Di lain sisi, kepala pasar juga jarang mengawasi dan terjun langsung ke pasar, sehingga yang lebih dikenal justru bawahan kepala pasarnya. Terutama bagian penarik retribusi pasar Rempoah II, yaitu pak Syarif.

Dari indikator Kepaduan-konflik konflik kompak, dapat dikatakan bahwa peran pasar selama ini sudah berjalan efektif. Hal ini ditunjukkan dengan adanya komunikasi dan kerjasama yang baik antar pedagang pasar Rempoah II. Antara pedagang yang satu dengan yang lainnya saling membaaur dan memiliki hubungan yang baik. Apalagi dengan adanya paguyuban pedagang pasar yang semakin memperkuat hubungan antar pedagang.

Dari ke-enam indikator yang telah digunakan untuk mengukur efektivitas, secara keseluruhan peran pasar tradisional bagi pedagang Pasar Rempoah II sudah berjalan cukup efektif jika dilihat dari perspektif motivasi. Meskipun jika dilihat dari indikator kepuasan, peran pasar bagi pedagang belum bisa dikatakan efektif. Karena sebagian besar pedagang merasakan ke-kurang puasan mereka terhadap pengelolaan pasar. Akan tetapi, jika diukur dari indikator motivasi, laba/penghasilan, kemangkiran, dan semangat kerja sudah cukup efektif. Sedangkan apabila dilihat dari indikator kepaduan-konflik konflik-kompak, peran pasar sudah berjalan efektif.

Sehingga, meskipun pedagang pasar Rempoah II terdiri dari pedagang harian dan pedagang mingguan tidaklah menjadi hambatan efektif atau tidaknya peran pasar Rempoah II dalam memberikan kehidupan ekonomi bagi para pedagangnya. Karena dalam hal ini peneliti melihat dari perspektif motivasi yang ada pada diri pedagang pasar

Rempoah II. Artinya bahwa peneliti melihat dari sisi pedagangnya dalam menilai efektivitas peran pasar.

#### **D. Motivasi Perspektif Islam**

Kekuatan motivasi dalam bekerja atau berbisnis dalam Islam adalah *fastabiqul-khairat* (berlomba-lomba dalam kebaikan) untuk memenuhi kebutuhan manusia baik kebutuhan fisik, psikologis maupun sosial. Dengan pekerjaan, manusia akan memperoleh kepuasan-kepuasan tertentu karena terpenuhi kebutuhannya. Selain itu kepuasan seseorang terhadap pekerjaan juga dapat diperoleh melalui berbagai bentuk kepuasan yang dapat dinikmati di luar kerja misalnya kepuasan sewaktu berbelanja, menikmati liburan, dan yang lebih mendasar lagi dapat menghidupi diri dan keluarganya.<sup>104</sup>

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, yang menjadi motivasi berdagang selama ini yaitu untuk mencari nafkah dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Meskipun tidak dipungkiri bahwa pendapatannya tidak menentu, namun dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Terutama kebutuhan pangan, yang memang wajib setiap hari dan setiap saat. Tuntutan hidup yang menjadi dorongan untuk berusaha dan bekerja keras dalam menghidupi keluarga.<sup>105</sup>

Begitupula dengan Bu Nuriyah, Pak Tarno, pak Samsi dan pak Arso sebagai pedagang mingguan di Pasar Rempoah II. Yang menjadikan motivasi berdagang selama ini karena untuk mencari nafkah agar dapat menghidupi keluarga. Terlebih, bu Nuriyah, seorang wanita yang memang menjadi tulang punggung keluarga untuk menghidupi dan memenuhi kebutuhan anak dan suaminya. Sama halnya dengan pak Tarno dan pak Arso yang menjadi pedagang untuk menghidupi anak-anak dan isterinya dengan berbagai kebutuhan. Apalagi pendapatannya sebagai pedagang mingguan cukup besar, sehingga cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Selain itu adapula pak Samsi yang menjadi pedagang mingguan

<sup>104</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, . . . hlm. 70-71.

<sup>105</sup> Wawancara dengan bu Saonah, bu Hamidah, bu Wahyu dan bu Wartinah, pedagang Harian Pasar Rempoah II, Minggu 27 Mei 2018 pukul 07.00.



sebagai penghasilan tambahan selain bekerja sebagai karyawan di Toko emas di hari-hari biasa.<sup>106</sup>

Dari sinilah dapat dilihat bahwa kekuatan pedagang dalam bekerja selama ini adalah untuk mencari nafkah dalam pemenuhan kebutuhan hidup keluarga. Ini artinya secara Islam, mereka sudah menerapkan motivasi yang sesuai dengan ajaran Allah. Karena, motivasi atau dorongan pedagang untuk menghidupi keluarga merupakan bagian dari ibadah. Dan dalam pandangan Islam, motivasi kerja untuk mencari nafkah merupakan hal yang istimewa. Sabda Nabi Muhammad SAW juga menyebutkan bahwa mencari nafkah adalah seperti mujahid (orang yang berjihad), artinya memiliki nilai yang sangat besar, dan Allah suka kepada hambanya yang mau mencari nafkah.

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْعَبْدَ الْمُحْتَرِفَ، وَمَنْ كَدَّ عَلَى عِيَالِهِ كَانَ كَالْمُجَاهِدِ فِي سَبِيلِ  
اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ

“*Sesungguhnya Allah suka kepada hamba yang berkarya dan terampil (profesional atau ahli). Barangsiapa bersusah-payah mencari nafkah untuk keluarganya maka dia serupa dengan seorang mujahid di jalan Allah azza wa jalla.*” (HR. Ahmad).

Selain itu, mereka juga merasa cukup untuk bersyukur atas penghasilan yang diterima selama ini. Karena bagi mereka, jika hanya menuruti nafsu saja maka manusia tidak akan pernah puas. Sehingga untuk menjadikan mereka merasa puas adalah dengan kembali lagi ke rasa syukur atas nikmat yang telah Allah berikan. Karena pada dasarnya, jika tidak ada rasa syukur maka manusia akan selalu merasa kurang dan kurang. Begitulah penuturan dari pak Tohirin, selaku pedagang mingguan.

---

<sup>106</sup> Wawancara dengan bu Nuriyah, pak Tarno, pak Samsi dan pak Arso, pedagang Mingguan Pasar Rempoah II, Minggu 3 Juni 2018 pukul 07.20.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Efektivitas peran pasar tradisional ditinjau dari perspektif motivasi pada Pedagang Pasar Rempoah II, Maka dapat disimpulkan bahwa peran pasar tradisional sudah cukup efektif, meskipun pedagang pasar Rempoah II terdiri dari pedagang harian dan mingguan. Hal ini dibuktikan dengan adanya pengukuran efektivitas melalui 6 indikator, yaitu indikator laba/penghasilan, Kemangkiran, Semangat Kerja, Motivasi, Kepuasan, dan Kepaduan-konflik konflik kompak. Pada Indikator laba/penghasilan, pedagang menyatakan cukup puas atas laba/penghasilan yang diperoleh. Mereka merasa laba/penghasilannya sudah cukup memenuhi kebutuhannya sehari-hari, setelah dikurangi biaya-biaya atau kewajiban yang harus dipenuhi. Pada indikator kemangkiran, peran pasar tradisional dapat dikatakan cukup efektif. Hal ini dikarenakan frekuensi para pedagang untuk bolos kerja jarang sekali terjadi.

Sedangkan dilihat dari indikator semangat kerja, peran pasar dapat dikatakan cukup efektif. Para pedagang masih bersemangat dan bertahan di Pasar Rempoah II, meskipun daya beli tertinggi hanya di hari minggu. Pada indikator motivasi, peran pasar disini dapat dikatakan cukup efektif. Karena, setiap dari mereka cukup memiliki perasaan bersedia dan rela bekerja guna mencapai tujuan masing-masing dalam berdagang selama ini. Pada indikator kepuasan, peran pasar juga dapat dikatakan kurang efektif. Hal ini dikarenakan adanya keluhan-keluhan sebagian besar pedagang yang merasa kurang puas dengan pengelolaan pasar, terutama dari sisi penyediaan fasilitas yang dibutuhkan pedagang. Pada indikator Kepaduan-konflik konflik kompak, peran pasar tradisional selama ini sudah berjalan efektif. Hal ini ditunjukkan dengan adanya komunikasi dan kerjasama yang baik antar pedagang pasar Rempoah II.

#### **B. Saran**

Peran pemerintah desa Rempoah dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan desa melalui pasar tradisional desa Rempoah II sudah berjalan cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya pengelolaan pasar yang terstruktur cukup baik, sehingga pedagang merasa cukup puas atas pengelolanya selama ini. Selain itu, hasil pengelolaan pasar yang cukup baik juga menjadikan pasar Rempoah II mampu mencapai target pendapatan retribusi yang sudah ditetapkan. Dan target tersebut dapat terealisasi dengan adanya peran pedagang selama ini. Akan tetapi, disisi lain kurang luasnya lahan pasar membuat banyaknya pedagang belum mendapat tempat atau lapak, sehingga mereka berdagang di pinggiran pasar atau di beberapa bagian lahan yang bisa dimanfaatkan untuk membuka lapak seadanya. Oleh karena itu, peningkatan peran pasar dalam hal pengelolaan, pelayanan, dan penyediaan fasilitas pasar perlu ditingkatkan lagi.

Adapun saran-saran lain yang bisa diberikan oleh peneliti antara lain sebagai berikut:

1. Pemerintah Desa Rempoah agar lebih meningkatkan perhatiannya terkait penanganan pedagang yang belum mendapat tempat atau lapak karena keterbatasan lahan.
2. Pengelola pasar untuk lebih meningkatkan perannya dalam memberikan fasilitas, kebijakan, dan pelayanannya terhadap pedagang dan saling mengkomunikasikan keorganisasian pasar Rempoah II, sehingga antara pedagang dengan pengorganisasian pasar bisa saling mengenal dan menyatu. Selain itu, pengadaan sosialisasi terkait pasar Rempoah II lebih baik sering dilakukan melalui paguyuban yang ada di dalam pasar.
3. Bagi Kepala Pasar agar sering-sering mengawasi pasar untuk lebih dekat dengan pedagang, sehingga bisa lebih memahami keluhan dan kebutuhan pedagang. Selain itu, semua pedagang pun jadi tau dan mengenal siapa kepala pasar dan pergantian-pergantian kepengurusannya.

4. Bagi pedagang agar meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen atau pembeli, terutama terkait keramahannya dalam melayani pembeli yang datang.
5. Bagi masyarakat khususnya yang berada di sekitar pasar harus ikut berpartisipasi dalam meramaikan pasar dengan berbelanja di Pasar Rempoah II, agar kedepannya pasar ini bisa menjadi lebih maju dan berkembang dari sebelumnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- . 2000. *Manajemen Penelitian Edisi Baru*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Ashshofa, Burhan. 1998. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aviati, Yuniar. 2015. *Kompetisi Kewirausahaan; Teori, Pengukuran, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2012. *Manajamen dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- H. Idri. 2015. *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana.
- Jusmaliani. 2014. *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kreitner, Robert dan Angelo Kinicki. 2005. *Perilaku Organisasi*, terj. Erly Suandy, edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Malano, Herman. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- M. Steers, Richard. 1984. *Efektivitas Organisasi*, terj. Magdalena Jamin. Jakarta: LPPM&Erlangga.
- Osborne, David dan Ted Gaebler. 1996. *Mewirusahaakan Birokrasi*, terj. Abdul Rosyid. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo
- R. Terry, George. 1993. *Prinsip-Prinsip Manajemen*, terj. J. Smith. DFM. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sadilah, Emiliana dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional*. Yogyakarta: BPSNT.
- Siagian, Sondang P. 1995. *Teori Motivasi Dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- . 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung:Refika Aditama.

- Soejono dan Abdurrohman. 1997. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subkhi, Akhmad & Mohammad Jauhar. 2013. *Pengantar Teori & Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumintarsih, dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional, Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya-Jawa Timur*. Yogyakarta: BPSNT Yogyakarta.
- Suryabrata, Sumadi . 1990. *Metodologi Penelitian*, Cet V. Jakarta: Rajawali.
- Susilowati, Lantip. 2013. *Bisnis Kewirausahaan*. Yogyakarta: Teras.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, ed. 2. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Umar, Husein. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis* edisi 3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Waluyo. 2007. *Manajemen Publik (Konsep, Aplikasi dan Implementasinya Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah)*. Bandung: Mandar Maju.
- Peraturan Desa Rempoah Nomor 02 Tahun 2015.
- . . No. 7 Tahun 2015.
- Anom Arimbawa, I Gusti Ngurah Agung dan A. A. I. N Marhaeni. Juli 2017. *Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran sanur*. Jurnal Kependudukan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Vol. XIII No. 1 : 18 – 26.
- Asma, Nur. Juli 2016. *Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makassar*. Jurnal Ilmu Pemerintahan. Volume 9. No. 2 : 103-110.
- Devi, Patrianisya dkk. Desember 2015. *Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*. Jurnal Agro Ekonomi. VOL. 26/ NO. 2.
- Fure, Hendra. 2013. *“Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*, Jurnal EMBA 27. Vol. 1, No. 3.

- Masitoh, Eis Al. Maret 2013. *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*. Jurnal PMI. Vol. X. No. 2.
- Panggulu, Yosua T. 2013. *Efektivitas Kebijakan Retribusi Pada Dinas Pengelolaan Pasar Kebersihan Dan Pertamanan Di Kabupaten Kepulauan Taulud*. Journal Volume II. No. 4.
- Purnamasari, Hanny dkk. 2016. “*Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Berbasis Ekonomi Kerakyatan Di Desa Warungbambu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang*”, Jurnal Politikom Indonesiana. Vol. 1, No. 2.
- Putra Adiyadnya, Made Santana dan Nyoman Djinar Setiawina. 2015. *Analisis Tingkat Efektivitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Vol. 4 No. 4.
- Wawancara dengan Bu Nuriyah, salah satu pedagang Pasar Tradisional Rempoah II, pada Minggu 25 Juni 2017 pukul 07.00.
- Wawancara dengan Bapak Supriyadi selaku kepala Pasar Rempoah II, Sabtu 26 Mei 2018 pukul 16.00.
- Wawancara dengan bu Tarwen, bu Tinah, dan bu Yuni, selaku pembeli di Pasar Rempoah II, 1 Juli 2018 pukul 07.20.
- Wawancara dengan Bapak Supriyadi, Kepala Pasar Rempoah II 2018, 3 Juli 2018 pukul 14.25.
- Wawancara dengan pedagang di Pasar Rempoah II, 27 Mei 2018 pukul 07.00.
- Wawancara dengan Bu Lupi, selaku Pengelola Administrasi Pasar Tradisional Rempoah II, Rabu 30 Mei 2018 pukul 09.00.
- Wawancara dengan bapak Supriyadi selaku kepala Pasar Rempoah II periode 2018, 26 Mei 2018, pukul 16.00.
- Wawancara dengan pedagang harian pasar Rempoah II, Selasa 29 Mei 2018, pukul 07.15.
- Wawancara dengan pedagang mingguan pasar Rempoah II, 3 Juni 2018 pukul 07.20.