



## PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT KECAMATAN KUANTAN HILIR SEBERANG

**Ade Pendra Putra**

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota,  
Fakultas Teknik,  
Universitas Islam Kuantan Singingi, Indonesia  
Jl. Gatot Subroto KM. 7 Kebun Nenas, Desa Jake, Kab. Kuantan Singingi

### ABSTRAK

Pada umumnya Pasar tradisional dipandang sebagai daerah yang kotor, terlihat buruk berkembang tanpa rencana, wilayah operasinya melimpah sampai keluar dari tapak pasar itu sendiri. Keberadaan pasar tradisional di Kecamatan Kuantan Hilir Seberang telah berlangsung cukup lama, dimana aktivitas pasar tradisional ini terkonsentrasi di wilayah Desa Koto Rajo. Sejalan dengan salah satu misi Pemerintahan Kabupaten Kuantan Singingi. Maraknya pembangunan pasar modern di Provinsi Riau dan Kabupaten Kuantan Singingi khususnya seperti hypermarket dan supermarket telah menyudutkan pasar tradisional, karena menggunakan konsep penjualan produk yang lebih lengkap dan dikelola secara profesional. Dampak dari hal yang dikemukakan menunjukkan adanya masalah yang dihadapi pasar tradisional sebagai wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala menengah kecil. Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, pemerintahan Kabupaten Kuantan Singingi berupaya menggairahkan pelaku ekonomi skala menengah kecil dengan membangun pasar tradisional di Kecamatan Kuantan Hilir Seberang sehingga konsumen tetap mengunjungi pasar tradisional dengan alasan harga lebih murah, harga dapat ditawar, banyak pilihan makanan dan produk-produk segar, lokasi dekat dengan rumah, menyediakan segala yang diperlukan dan lainnya. Persepsi masyarakat tentang pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi masyarakat kecamatan kuantan hilir seberang terdapat dua variabel yaitu variabel (X) dan variabel (Y) dengan koefisien korelasinya 0,497, yang artinya keberadaan pasar tradisional, dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di kecamatan kuantan hilir seberang. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwasahnya variabel indenpenden mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 24.7% , sedangkan sisanya sebesar 75.3% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci :** Pasar Tradisional, Peningkatan Ekonomi, Persepsi.

### 1. PENDAHULUAN

Pada umumnya Pasar tradisional dipandang sebagai daerah yang kotor, terlihat buruk berkembang tanpa rencana, wilayah operasinya melimpah sampai keluar dari tapak pasar itu sendiri. Kondisi ini berakibat pada kemacetan lalu lintas jalan, ketidaknyamanan konsumen, rawan kebakaran dan menjadi elemen buruk dari kota dan wilayahnya, termasuk mendorong kekumuhan disekitarnya. Namun secara ekonomi pasar tradisional ternyata mempunyai kapasitas yang kuat untuk bertahan pada situasi ekonomi makro yang menentu. Pasar tradisional telah berfungsi sebagai jaring penyelamat dan penyedia lapangan kerja bagi



sebagian masyarakat. Dari sudut kepentingan pemerintah daerah, pasar memberikan pemasukan kepada kas pemerintah daerah.

Keberadaan pasar tradisional di Kecamatan Kuantan Hilir Seberang telah berlangsung cukup lama, dimana aktivitas pasar tradisional ini terkonsentrasi di wilayah Desa Koto Rajo. Sejalan dengan salah satu misi Pemerintahan Kabupaten Kuantan Singingi “mempercepat pertumbuhan dan perkembangan ekonomi daerah yang berkualitas dan berimbang serta mendorong berbagai lapangan usaha-usaha baru yang bermanfaat sumber daya manusia lokal/daerah” maka penyediaan prasarana dan sarana perdagangan berupa pasar tradisional sejalan dengan misi Kabupaten Kuantan Singingi tersebut. Maraknya pembangunan pasar modern di Provinsi Riau dan Kabupaten Kuantan Singingi khususnya seperti hypermarket dan supermarket telah menyudutkan pasar tradisional, karena menggunakan konsep penjualan produk yang lebih lengkap dan dikelola secara profesional. Dampak dari hal yang dikemukakan menunjukkan adanya masalah yang dihadapi pasar tradisional sebagai wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala menengah kecil. Sebagai upaya mengatasi pemasalahan diatas, pemerintahan Kabupaten Kuantan Singingi berupaya menggairahkan pelaku ekonomi skala menengah kecil dengan membangun pasar tradisional di Kecamatan Kuantan Hilir Seberang sehingga konsumen tetap mengunjungi pasar tradisional dengan alasan harga lebih murah, harga dapat ditawar, banyak pilihan makanan dan produk-produk segar, lokasi dekat dengan rumah, menyediakan segala yang diperlukan dan lainnya. Oleh karna berbagai kondisi dan situasi yang ada maka perlu dilakukan penelitian tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di Kecamatan Kuantan Hilir Seberang.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan-catatan atau dokumen yang ada di lokasi penelitian serta sumber-sumber yang relevan dengan objek penelitian.

#### **2. Observasi**

Observasi merupakan menuntut adanya pengamatan dari penelitian baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap objek penelitiannya. instrumen yang dipakai dapat berupa lembaran pengamatan, panduan pengamatan dan lainnya.

#### **3. Kuesioner**

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan yang dilengkapi dengan alternatif jawaban yang tersedia dalam bentuk angket kepada responden. Data yang akan diambil dengan teknik ini adalah mengenai pasar sebagai tempat pemenuhan kebutuhan, pasar sebagai tempat rekreasi, pasar sebagai sumber pendapatan daerah, Pasar sebagai tempat pencaharian, dan kesempatan kerja, pasar sebagai tempat komunikasi sosial. Kuesioner ini bersifat tertutup, dengan tipe pilihan. responden disilakan untuk memberikan pandangan 1-5 dengan memberi tanda silang pada jawaban yang disediakan.

### **2.2 Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode yang lebih menekankan pada aspek aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan kedalam beberapa komponen



masalah, variabel dan indikator. setiap variabel yang ditentukan diukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda-beda ada sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut. Dengan menggunakan simbol tersebut teknik perhitungan secara kuantitatif dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang berlaku secara umum. metode kuantitatif yang digunakan dalam metode analisis pembobotan (scoring), yaitu metode pemberian skor/bobot pada persepsi masyarakat tentang pasar tradisional dalam mendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecamatan Kuantan Hilir seberang.

### 3 HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel dependen pada penelitian ini adalah Meningkatkan Ekonomi Masyarakat (Y) sedangkan variabel independen adalah persepsi masyarakat tentang pasar tradisional (X). Agar mengetahui tanggapan responden terhadap variabel-variabel tersebut dapat dilihat sebagai uraian dibawah ini:

##### 1. Deskriptif Variabel Independen

Variabel (X) pada penelitian ini diukur dengan 5 buah indikator. Hasil tanggapan terhadap periklanan ada pada tabel di bawah.

**Tabel 1. Tanggapan Responden Tentang Variabel (X)**

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		5 SS	4 S	3 KS	2 TS	1 STS	
1	Pasar Dapat Hasil Produksi Pertanian	28 28,3%	47 47,5%	18 18,2%	6 6,1%	-	99
2	Pasar Dapat Memenuhi Kebutuhan Masyarakat	27 27,3%	50 50,5%	17 17,2%	5 5,1%	-	99
3	Pasar Dapat Melakukan Interaksi Sosial Dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat	20 20,2%	58 58,6%	20 20,2%	1 1,0%	-	99
4	Pasar Dapat Menciptakan Lapangan Kerja	17 17,2%	60 60,6%	16 16,2%	6 6,1%	-	99
5	Pasar Dapat Mengembangkan Pendapatan Pemerintah	12 12,1%	48 48,5%	31 31,1%	8 8,1%	-	99

##### 2. Deskriptif Variabel Dependen

Variabel (Y) pada penelitian ini diukur dengan 5 buah indikator. Hasil tanggapan terhadap periklanan ada pada tabel di bawah.

**Tabel 2. Tanggapan Responden Tentang Variabel (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		5 SS	4 S	3 KS	2 TS	1 STS	
1	Pasar Dapat Mengurangi Angka Pengangguran	22 22,2%	48 48,5%	22 22,2%	7 7,1%	-	99
2	Pasar Dapat Memajukan Teknologi	23 23,2%	53 53,5%	23 23,2%	-	-	99
3	Pasar Dapat Meningkatkan Taraf Pendidikan	27 27,3%	37 37,1%	23 23,2%	11 11,1%	1 1,0%	99
4	Pasar Dapat Memenuhi Kebutuhan Hidup	24 24,2%	40 40,4%	24 24,2%	10 10,1%	1 1,0%	99
5	Pasar Dapat Mengembangkan Sumberdaya Manusia	29 29,3%	45 45,5%	18 18,2%	6 6,1%	1 1,0%	99



### 3.2 Uji Validitas

Berikut adalah hasil pengujian validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3. Uji Validitas**

No	Variabel	Corelation	R. Tabel	Keterangan
1	X	0,618	0,2335	Valid
		0,667	0,2335	Valid
		0,614	0,2335	Valid
		0,638	0,2335	Valid
		0,564	0,2335	Valid
		0,657	0,2335	Valid
2	Y	0,534	0,2335	Valid
		0,824	0,2335	Valid
		0,853	0,2335	Valid
		0,856	0,2335	Valid

### 3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan metode alpha cronbach's dengan nilai diatas 0.70. berikut adalah tabel uji reliabilitas untuk penelitian ini :

**Tabel 4. Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Nilai	Keterangan
1	Persepsi masyarakat tentang pasar tradisional (X)	0.760	Reliabel
2	Meningkatkan ekonomi masyarakat (Y)	0.810	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah alpha cronbach's yang dihasilkan dengan pengolahan menggunakan bantuan SPSS 23 berada diatas 0,70 maka alat instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau konsisten bila digunakan dalam beberapa kali pengukuran. Dapat kita lihat bahwa Persepsi Masyarakat tentang pasar tradisional dengan nilai 0.760 > 0.70 maka reliabel, meningkatnya ekonomi masyarakat dengan nilai 0.810 > 0.70 maka reliabel.

### 3.4 Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi masyarakat kecamatan kuantan hilir seberang, dalam penelitian ini dapat digunakan analisis regresi statistik dengan uji regresi liner sederhana yang melibatkan 1 variabel indenpenden (variabel bebas) yaitu persepsi masyarakat tentang pasar tradisional sebagai variabe l dependen. Hasil regresi dapat dilihat pada persamaan berikut ini yaitu :

**Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.901	2.408		2.450	.016
Total_X	.691	.123	.497	5.637	.000

a. Dependent Variable: Total\_Y

$$Y = a + bx + e$$

$$Y = 5.901 + 0,691 + e$$

Dimana ;

1. Nilai 5.901. artinya jika X (persepsi masyarakat tentang pasar tradisional ) = 0 maka Variabel Y (meningkatkan ekonomi masyarakat) sebesar 5.901.



2. Setiap kenaikan variabel bebas persepsi masyarakat tentang pasar tradisional (X) sebesar satu, maka variabel terikat akan bertambah 0,691

Dari persamaan tersebut diperoleh suatu gambaran bahwa koefisien regresi dari variabel persepsi masyarakat tentang pasar tradisional (X) yaitu b berada positif. Hal ini berarti variabel X berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Hasil perhitungan menunjukan bahwa X mewakili persepsi masyarakat memberikan angka koefisien regresi sebesar 0,691 terhadap peningkatan ekonomi.

### 3.5 Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi (R) bertujuan untuk melihat kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) angka R pada tabel summary 0,497 menunjukan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel x dengan y adalah sedang. Karena berada pada interval 0,4-0,7. Arah hubungan yang positif pada angka 0,497 menunjukkan bahwa keberadaan pasar tradisional dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di kecamatan kuantan hilir seberang, demikian sebaliknya. Untuk melihat nilai koefisien (R), maka dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 6. Hasil Uji Korelasi (R)**  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.497 <sup>a</sup>	.247	.239	2.91896

a. Predictors: (Constant), Total\_x

### 3.6 Koefisien Determinasi ( R 2 )

Kofesien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan pengaruh variabel indenpenden (X) terhadap variabel dependen (Y). untuk melihat nilai kofesien determinasi, maka dapat melihat tabel berikut ini :

**Tabel 7. Hasil Uji Determinasi**  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.497 <sup>a</sup>	.247	.239	2.91896

a. Predictors: (Constant), Total\_x

Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai Adjusted R square ( R2 ) adalah 0,247 hal ini bahwa variabel indenpenden yaitu persepsi masyarakat tentang pasar tradisional mampu menjelaskan variabel dependen yaitu meningkatkan ekonomi masyarakat sebesar 24.7% , sedangkan sisanya sebesar 75.3% dapat dipengaruhi oleh faktor lain.

## 4 PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini dapat di simpulkan bahwa

1. Persepsi masyarakat tentang pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi masyarakat kecamatan kuantan hilir seberang terdapat dua variabel dimana variabel (X) persepsi masyarakat tentang pasar tradisional mempengaruhi variabel (Y) meningkatkan ekonomi



masyarakat dengan koefisien korelasinya 0,497, yang artinya keberadaan pasar tradisional, dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di kecamatan kuantan hilir seberang.

2. Variabel independen yaitu persepsi masyarakat tentang pasar tradisional mampu menjelaskan variabel dependen yaitu meningkatkan ekonomi masyarakat sebesar 24.7% , sedangkan sisanya sebesar 75.3% dapat dipengaruhi oleh faktor lain.

## DAFTAR PUSTAKA

Abraham H. Maslow. (1994). Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan Hierarki Kebutuhan Manusia). Jakarta: PT. PBP.

Adam Smith, Teori Pertumbuhan Ekonomi Perencanaan dan Pembangunan. PT. Raja Grafindo Pustaka. Jakarta.

Arif, Sirtua (1998). Teori dan Kebijakan Pembangunan, Jakarta: CIDES.

Blair, J.P. (1995). Local Economic Development Analysis and Practice. Usa: Sage Publication.

Davidoff, L.L. (1981). Introduction to Psychology. McGraw-Hill, International Book Company, International Student Edition: Tokyo.

Djodjodipuro, M. (1992). Teori Lokasi. Lembaga Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

Hermawan Kartaya. 2006. Hermawan Kartajaya on Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing. Bandung; PT. Mizan Pustaka.