

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pertumbuhan pasar di Indonesia semakin luas seiring dengan progres ekonominya. Berdasarkan pembagiannya, sekarang pasar di Indonesia dapat digolongkan dan dibagi atas dua ialah, pasar modern serta pasar tradisional. Namun, pertumbuhan pasar modern di negara berkembang kian laju daripada pertumbuhan pasar konvensional. Pendirian dan pembangunan pasar modern yang kian laju, dapat dilihat sebagian ramai golongan seperti yang tidak terduga terkait pedagang pasar konvensional serta para pelaksana bisnis serupa disekelilingnya.

Pada penelitian AC Neilson, disebutkan ialah pasar modern telah berkembang seluas 30%. Berbarengan hal tersebut, kemajuan progres pasar konvensional mengalami penurunan sampai 10%. Jika hal perihalnya lanjut berkelanjutan berlangsung, kemudian tak mengurangi kesempatan bahwa pasar konvensional akan musnah (Endi Sarwoko, 2008, hal.98).

Ikhtiar masyarakat (orang) untuk melaksanakan kebutuhannya telah ada sedari masyarakat (orang) itu dilahirkan, Islam ialah agama yang mengklasifikasikan semua aktivitas bersangkutan dengan orang. Beberapa aktivitas/kesibukan agar mencukupi keperluan terkait ialah membutuhkan kehadiran pasar untuk media sarana pembantunya. Pasar ialah aktivitas perdagangan bagaikan beberapa pembentukan penyesuaian orang kepada sekelilingnya. Perihal dilandasi

atau dianjurkan oleh faktor pertumbuhan perdagangan yang mulanya Cuma berpangkal kepada masalah untuk mencukupi keperluan serta kebutuhan hidup (kebutuhan pokok). Berdasarkan kepada ahli dari ilmu ekonomi dalam memberi pendapat bahwa pasar menggambarkan kelompok pembeli dan penjual yang melansungkan transaksi dan negosiasi atas produk kalangan kelompok produk tertentu.(NanaHerdiana Abdurrahman,2015,hal.1)

Kasmir mengartikan pasar merupakan wadah berjumpanya/berhadirnya antara pedagang dan konsumen untuk melangsungkan bisnis ataupun negosiasi (Kasmir,2014,hal. 169)

Dari kedua pemaparan yang tertera diatas bisa diketahui ternyata pasar ialah zona untuk berjumpanya antara pedagang dan konsumen dan mengadakan negosiasi ataupun bertransaksi penjualan dan penawaran bisa terhadap barang serta jasa.

Pasar sepanjang ini telah melekat serta mempunyai wadah (tempat) paling penting dalam seraya kehidupan masyarakat di kesehariannya, untuk masyarakat itu sendiri pasar juga merupakan tempat berjumpa dan bertemunya antara penjual dan pembeli serta sebagai wadah (tempat) berintraksi sosial. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT yang terkandung dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman,janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil,kecuali dengan jalan*

*perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu... (Qs. An-Nisa':29)*

Adapun kutipan hadis yang membahas soal berdagang yang mana hadis ini diriwayatkan oleh imam AHMAD yang berbunyi:

عليكم بالتجارة فإن فيها تسعة أعشار الرزق (رواه أحمد)

Artinya: *Hendaklah kamu berdagang Karena didalamnya terdapat 90% pintu rezeki (H.R.Ahmad)*

Dimana pada ayat dan hadis tersebut dijelaskan (Sayid Sabiq 1996:47). Dalam kajian Syar'i perdagangan adalah suatu proses pertukaran harta atas dasar saling rela atau memindahkan atau menukarkan hak milik kepada orang lain dibenarkan oleh syara'. Dalam Al Qur'an disebutkan bahwa perdagangan merupakan salah satu jalan mencari rezeki yang diperintahkan oleh Allah dengan cara yang Ma'ruf. Dalam hadis pun diterangkan tentang pintu rizki menurut Rasulullah rizki perdagangan merupakan pintu kedekatan kita pada rizki sesungguhnya.

Seiring pertumbuhan masa kuantitas dan banyak pasar terus membesar sebanding terhadap keinginan dan permintaan beserta campur tangan penguasa dan maju cepat dan sama-sama berlomba-lomba memprtahankan keunggulannya pada pasar-pasar terbaru.

Pasar konvensional ialah wadah benjumphanya dan berjumphanya antara pedagang dan konsumen bersama disimbolkan dengan timbulnya bisnis ataupun negosiasi atara pedagang dan konsumen dengan spontan juga cara negosiasi serta penawaran. Pasar konvensional lumrahnya adalah

konstruksi lazim yang terbentuk dari toko serta kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh pedagang atau satu pemangku pasar dan area yang tidak mendukung, berlumpur, jelek dan bau. Mayoritas mendagangkan keperluan-keperluan contohnya kebutuhan makan yaitu ikan, buah-buahan, sayur, telur, daging, pakaian, elektronik, jasa dan lain-lain.

Kehadiran pasar konvensional di negara amat berpengaruh utama untuk ekonomi masyarakat. Di negara kebanyakan orangnya ialah rakyat serta perolehan pendapatan kurang. Mengetahui pada keadaan ekonomi rakyat indonesia yang tengah terbilang kecil kehadiran pasar konvensional teramat diperlukan demi kecukupan demi terpenuhinya keperluan rakyat terkait. Kecuali pada para konsumen, pasar konvensional juga amat diperlukan menjadi prospek pekerjaan terhadap bagi pedagang yang mendagangkan barangnya dipasar konvensional itu. Oleh itu, pasar konvensional merupakan diantaranya hal yang perlu dijaga kehadirannya dan keperluannya di negara. (Kasmir,2014,hal. 169)

Seiring pertumbuhan zaman yang mengikuti, adanya pasar konvensional selama ini tak luput dari keberadaan Pasar modern yang material dan pondasinya dibuat dan diolah dari bahan bangunan yang kuat,kokoh,megah,permanen sarana yang proporsional, tenang, terlindung, juga banyak penawaran harga diskon. Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan sistem pengelolaan yang didasari dengan pengelolaan modern, umumnya yang diperoleh diarea perkotaan, selaku pembekal

ataupun fasilitator barang dan jasa dengan kualitas dan bantuan serta penyajian yang bagus terhadap pembeli (biasanya kelompok rakyat berkecukupan) pasar modern antara lain mall, supermarket, departement store, shopping centre, Pasar Swalayan, Alfamart, Indomart dan lain sebagainya.

Dari munculnya kehadiran pasar modern jua membawa dampak pemahaman yang berlainan serta bertentangan dari berbagai publik. Ada himpunan rakyat yang beranggapan baik pada kehadiran pasar modern. contohnya untuk rakyat berkecukupan, kehadiran pasar modern amat komersial dengan begitu rakyat mampu membeli maupun bertransaksi dengan mudah dan bebas di pasar modern. Namun, hal itu tak luput dari sebagian warga sekitar yang memiliki sudut pandang negatif atas keberadaan akan adanya pasar modern. Ia menganggap dirugikan dengan adanya pasar modern yang berada di sekelilingnya.

Salah satu tempat yang ditemukan mayoritas pasar modernnya ialah di Kecamatan Paringin. Sebelum munculnya Pasar modern pasar tradisional mempunyai beberapa macam toko/sembako diantaranya:

Pedagang Sembako/Bahan dapur 10 unit, pedagang Minyak tanah 3 unit, pedagang Buah 6 unit, pedagang sayuran 12 unit dan Pedagang Telur 4 unit dari Keseluruhan Pasar tradisional Memiliki 55 Pedagang. Dari Total 164 toko keseluruhan Toko/pedagang yang ada di pasar tradisional paringin, Yang Menjual Bahan baku Untuk pangan keluarga (Sembako) ada 55 toko. (observasi pertama Muhammad Syaukani di Paringin)

Seiring pertumbuhan era dan zaman saat ini Pasar paringin pun tak luput Dari munculnya Gerai, toko/pasar modern yang memberikan kenyamanannya kepada masyarakat dalam berbelanja dan sekarang sudah ada lima pasar modern (Pasar modern adaro, Indomart dan Alfamart) yang telah hadir di Kecamatan Paringin. Beberapa diantaranya hadir di seputar pasar konvensional beserta jangkauan rute yang amat dekat. Kehadiran pasar modern mampu berpengaruh kepada sekelilingnya. Menurut ekonomi, kehadiran pasar modern mampu membawa akibat kepada bentuk perbuatan pembeli (konsumen) di sekeliling, pasar konvensional serta pelaku bisnis yang memiliki usaha ritel lain di seputar area terbentuknya pasar modern itu.

Kehadiran dari adanya pasar modern jua memberikan pengaruh dalam tingkat rivalitas antar produsen di pasar konvensional yang seiring perkembangan kian erat. Pasar modern yang menyodorkan nilai yang nyaris relatif sama dengan pasar konvensional mendorong penjual di pasar konvensional perlu memutar lagi nilai jual supaya mammpu berlomba dan dapat bertanding dengan pasar modern. Hal itu terbilang sebagai tak spontan akan menimbulkan dampak dan kualitas pesaing yang ketaat antara penjual di pasar konvensional. antar pembisnis dengan pembisnis lainnya memiliki pemikiran khusus agar memikat konsumen supaya dagangannya bisa terjual.

Adanya pasar modern terlebih diminati dan didatangi pembeli sebab pada sudut penjualan mix, yaitu product, price, place, promotion, lebih mempuni dan terkemuka dibandingn dengan pasar konvensional.

Terutama pada sudut barang serta hasil antar pasar konvensional dengan pasar modern produk yang disediakan mampu disebutkan damping sepenuhnya samaa, namun pada pasar modern, produknya lebih beraneka, penyusunan dan peletakan produknya lebih tertata, dan pastinya akan mempermudah pembeli untuk menemukan bahan dan beli bahan yang diperlukannya. Kapasitas di pasar modern juga semakin meyakinkan dibanding pasar konvensional sebab pasar modern mampu terus-menerus mempertahankan nilai produknya, demi mempertahankan nama *brand image*-nya.

Mulai segi nilai, agar pasar modern lebih mampu dibanding dengan pasar konvensional. Walaupun demikian pembeli selalu berbelanja di pasar modern, sebab nilai jual yang disuguhkan oleh pasar modern terkadang lebih menarik perhatian, sewaktu waktu acap ada permintaan diskon, dan berbagai pembaruan permintaan yang menggiurkan lainnya yang sangat jauh lain halnya dibandingkan pasar konvensional. Selanjutnya dalam aspek keadaan area, pasar modern betul menyuguhkan lingkungan yang optimal bagi para pembeli. Area yang dipergunakan pasar modern ada dan senantiasa ada di tempat penting dalam aktivitas warga.

area pemberlanjaan di pasar modern didirikan dengan amat bagus, areanya yang bersih dan sarana penunjang pembeli agar berbelanja yang tersedia, misalnya:

Trolley, Tas Berbelanja, Pendingin Udara, Tempat Parkir yang luas, dll.

Terakhir ialah dari aspek advertensi, iklan. Pada pemasaran dan marketing, pasar modern tentu lebih menjuarai di aspek teknologi dan sumberdaya. Dari Berbagai bentuk yang dilalui, baik menggunakan katalog barang, promo hadiah, diskon, package yang menarik, pelayanan dengan penyajian yang ramah maupun fasilitas tempat yang ditawarkan. Pembeli sungguh-sungguh disuguhkan dengan semua alat bantu belanja buat pelengkap keperluan dalam berbelanja dan kenyamanan ketika membeli sesuatu yang dibutuhkan.

Dari hadirnya pasar modern mampu membawa dampak kepada system pergantian belanja penduduk paringin. Rakyat akan bertambah untuk memillah agar belanja di pasar modern dengan bermacam anggapan. Contohnya, di lain sudut pasar modern diatur dengan kompeten dengan kebutuhan yang semua ada misalnya area khusus anak agar bermain, pendingin ruangan, dan aja juga yang dilengkapi dengan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Kesenangan, ketentraman serta kesejukan, tersedianya berbagai fasilitas, dan perbandingan harga menjadi pertimbangan dan dorongan untuk masyarakat dalam menentukan menukarkan uangnya pada pasar modern. Kecuali, pasar tradisional sedang bertumbuh pada perkara

pengorganisasian yang tidak produktif yang itu berakibat pada kurang enakannya bagi pendatang. Sehingga kecenderungan konsumen untuk berbelanja semakin menurun sebab bermacam pertimbangan hal, jalan yang sempit, keadaan tempat yang pengap, sebagian pasar konvensional yang berlumpur ketika masa hujan dan pengunjung yang masih bebas berkeliaran.

Seperti kondisi yang terjadi di Pasar Paringin saat ini, ada bermacam Minimarket dan Swalayan diantaranya Alfamart, Indomaret yang jaraknya yang sangat berdekatan dengan pasar tradisional dan mengakibatkan pamor pasar konvensional kian menurun. Rakyat cenderung berbelanja ke PB Swalayan, meskipun barang yang diperdagangkan sama. Fungsi yang sama dimiliki pada pusat pasar modern dan pasar konvensional, lalu memunculkan perlombaan antar keduanya. Terkait kehadiran pasar modern ditakutkan mampu menghilangkan akan kehadiran pasar konvensional yang merupakan refleksi dari ekonomi warga.

Minimarket khususnya Indomaret di Paringin juga bersaing ketat supaya menyuguhkan kecukupan dan kesiapan barang yang dijual, nilai produk yang dijual, kesan terdapatnya produk-produk yang baru dipromosikan, keadaan nilai dibandingkan dengan Minimarket atau pasar di sekelilingnya, penurunan nilai jual (*discon*) yang ditawarkan, terdapatnya paket-paket spesial dengan harga spesial, letak yang strategis, keadaan di dalam minimarket, kebersihan ruangan,

penataan dan penggabungan barang, program pemasaran yang disediakan, pemasaran di media cetak dan elektronik, adanya tempat bermain anak, undian atau kupon yang diberikan, zona parkir yang disediakan, keramahan melayani, dan tersedianya papan petunjuk harga agar mempermudah untuk memilih ataupun mendapatkan kebutuhan atau barang yang menyebabkan para pembeli beranjak dari pasar konvensional ke indomaret juga alfamart.

Pasar tradisional di Paringin yang ada terdahulu dibandingkan indomaret dan alfamart yang saat ini tersedia, dengan tak spontan memiliki akibat dari keberadaan indomaret dan alfamart. Banyak warga yang memiliki tempat tinggal disekeliling pasar masyarakat kini berpindah dan memilih belanja di indomaret ataupun Alfamart dengan beralasan lebih lengkap dan nyaman atau sekedar melihat-lihat, walau nyatanya produk produk yang ada di indomaret atau Alfamart pun ada di pasar konvensional. Di lain hal zona persaingan pedagang pasar konvensional saat ini sudah kian terbatas, walau sepanjang ini pasar konvensional Paringin dirasa unggul dalam menyuguhkan harga yang lebih murah untuk banyak kelompok.

Dengan hadirnya dan tersedianya kebutuhan belanja yang jauh lebih bagus, rasio ekonomis pengecer pasar modern yang agak luas, dan akses langsung mereka pada pedagang mampu memiringkan harga inti penjualan mereka agar mereka bisa menawarkan nilai barang yang lebih rendah. Kebalikannya pedagang pasar konvensional Paringin, mereka

biasanya punya skala rendah dan menyikapi rantai penjualan yang agak panjang agar membeli produk yang akan dipasarkan. Emenensi tarif rendah pedagang konvensional pun sekarang kian terkikis dan perolehan penjualan pedagang jua telah menurun setelah hadirnya pasar modern di paringin.

Beberapa pendapat penjual serta pelaku pedagang pasar konvensional yang memberikan pendapat bahwa perolehan penghasilan terjadi penurunan sebab banyak para konsumen yang saat ini telah menjadikan pasar modern sebagai tempat berbelanja. Khususnya ke indomaret dan alfamart. (H,fadly 1991 pedagang sembako wawancara 27 Des 2021.)

**Tabel. 1. 1**  
**Pendapatan Bersih Rata-rata Pedagang Pasar Tradisional**

| no | Sebelum Adanya Pasar Modern             | Sesudah ada pasar modern              |
|----|---|---------------------------------------|
| 1  | Rp 1.500.000 perhari 08.00 - 17.00 wita | Rp 1.000.000 perhari 08-00 17.00 wita |
| 2  | Rp 2.000.000 perhari 08.00 - 17.00 wita | Rp 1.050.000 perhari 08-00 17.00 wita |
| 3  | Rp 1.800.000 perhari 08.00 - 17.00 wita | Rp 900.000 perhari 08.00 17.00 wita   |

*Sumber: Wawancara pedagang, 27 Desember 2021*

**Tabel 1. 2**  
**Pendapatan Bersih Rata-rata Pasar Modern paringin**

| no | Pendapatan bersih perhari                   | Nama toko dan Lokasi toko   |
|----|---|-----------------------------|
| 1  | Rp 22.000.000 perhari 06.00<br>- 22.00 wita | Indomaret Haur Batu         |
| 2  | Rp 21.000.000 perhari 07.00<br>- 22.00 wita | Alfamart rica               |
| 3  | Rp 30.000.000 perhari 07.00<br>- 24.00 wita | Indomaret Rica SKB paringin |
| 4  | Rp 27.000.000 perhari 07-00 -<br>22.00 wita | Indomaret batu piring       |
| 5  | Rp.15.000.000 perhari 07-00-<br>22.00 wita  | Indomaret gunung pamdau     |

Sumber : *Wawancara dengan pegawai indomaret dan alfamart, 27 Des 2021*

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas,maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Keadaan Pasar Tradisional setelah adanya pasar modern?
2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi pendapatan para pedagang pasar tradisional paringin setelah adanya pasar modern?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas,maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui bagaimana keadaan pasar tradisional paringin setelah adanya pasar modern
2. Untuk Mengetahui Faktor-Faktor yang mempengaruhi pendapatan para pedagang pasar tradisional paringin setelah adanya pasar modern

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini menjadi manfaat dapat membawa ilmu pengetahuan yang baru dan mendatangkan nilai positif bagi semua penuntut ilmu untuk memperluas ilmu wawasannya dalam dunia perekonomian dengan berhubungan kepada pentingnya kehadiran pasar konvensional di era globalisasi ini.

2. Secara praktis

Secara praktis, analisis penelitian ini merupakan hajat dan tambahan pengetahuan supaya rakyat lebih bijaksana dalam menentukan untuk berbelanja. Sebab, pasar konvensional tidak akan bertahan jika rakyat tidak mendukung kehadirannya pasar konvensional dengan metode transaksi dipasar konvensional tersebut.

3. Sebagai cara untuk mempraktikkan berbagai ide yang dipelajari di perguruan tinggi hingga memasuki dunia kerja yang nyata,

mendapatkan pengetahuan dan pelatihan dalam mengatasi masalah yang datang di masyarakat.

#### **E. Definisi Operasional**

Judul dari Penelitian ini adalah “Analisis Keberadaan Pasar modern terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional di Paringin Kabupaten Balangan” Untuk menghindari kesalah pahaman dalam menjelaskan arti judul, maka penulis membuat batasan istilah sebagai berikut:

“Pasar tradisonal paringin adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya”. Sebagai bagian dari kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh pedagang serta pembeli yang berada diparingin sehingga pasar merupakan sebuah tempat untuk berkumpulnya masyarakat dalam hubungan sosial melalui bentuk penjualan dan pembelian barang, jasa dan tenaga kerja dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat paringin penggunanya, dengan jaminan masyarakat akan mendapatkan keamanan, kenyamanan, dan kepuasan masyarakat. (Mursid, 2014, hlm.15).

Tradisional berasal dari kata tradisi Bahasa Latin “traditio”, kebiasaan, dalam pengertian yang paling sederhana adalah sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat, biasanya dari suatu negara, kebudayaan, waktu, atau agama yang sama.

Pasar tradisional paringin adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

Namun seiring perkembangan era kini pasar modern mulai tumbuh dan maju di Indonesia pada tahun 1970-an, dan menjadi daya Tarik tersendiri dalam memilih pelanggannya serta masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Akan tetapi, ini menjadi faktor menurunnya pendapatan para pedagang pasar Tradisional Paringin. Karenakan dari hadirnya pasar modern menjadi dampak negatif akan pendapatan para pedagang pasar tradisional“.Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak” (Sarwoko, 2008, hlm. 98-99).

Namun dari banyaknya minat masyarakat paringin yang berpindah untuk berbelanja kepasar modern pasar tradisonal masih memiliki pelanggan yang setia yang berbelanja dan membeli kebutuhan serta keperluan rumah tangga di pasar Tradisional.dengan ciri khas dalam menjualakan barang para pedagang sering memberikan bonus buat para pelanggan setianya.

## F. Penelitian Terdahulu

Guna mencegah kesalahan dalam pemahaman dan untuk memperjelas permasalahan, maka dibutuhkan kajian pustaka buat memisahkan penelitian yang telah ada. Berikut penelitian yang sudah diteliti yaitu:

1. Hairianami, Jurusan ekonomi syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin 2015, yang berjudul "*Peran Pemerintah Dalam Pemberdayaan Pasar Tradisional Di Tengah Maraknya Pasar Modern (Studi Pada Pasar Ulin Raya) Di Banjarbaru*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran yang dilakukan oleh pengelola pasar dan untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh pengelola pasar dalam pemberdayaan pasar tradisional Ulin Raya di tengah maraknya pasar modern. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research). Sifat penelitian adalah deskriptif kualitatif yaitu memberikan gambaran tentang bagaimana peran yang dilakukan oleh pengelola pasar Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pasar Ulin Raya dan apa saja kendala yang dihadapi dalam upaya pemberdayaan pasar tradisional di tengah maraknya pasar modern. Persamaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada tema penelitian yang sama-sama mengambil pasar tradisional. Penelitian yang dilakukan Hairianami, juga memiliki perbedaan dengan penelitian penulis, penelitian Hairianami, menekankan

Peran Pemerintah Dalam Pemberdayaan Pasar Tradisional Di Tengah Maraknya Pasar Modern (Studi Pada Pasar Ulin Raya) Di Banjarbaru. Sedangkan penulis lebih menganalisis pendapatan pedagang yang terjadi di pasar tradisional setelah kehadiran pasar modern.

2. Nahdliyyul Izaayang berjudul “Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pengaruh Ambrukmo Plaza Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Desa Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta) dalam penelitian tersebut mengemukakan bahwa kehadiran pasar tradisional Ambrukmo Plaza membuat pendapatan pedagang pasar tradisional menurun itu disebabkan banyaknya konsumen yang beralih untuk berbelanja di Ambrukmo Plaza karena menurut konsumen Ambrukmo Plaza lebih menawarkan sistem yang lebih baik mulai dari kenyamanan dan keamanan, selain itu banyak potongan harga yang ditawarkan disana. Penelitian yang dilakukan oleh Nahdliyyul Izza memiliki kesamaan dengan penelitian penulis dalam hal membahas hadirnya pasar modern ditengah-tengah pasar tradisional. Selain itu penelitian penulis juga memiliki perbedaan dengan penelitian ini, penelitian yang dilakukan Nahdliyyul Izaa hanya memfokuskan pengaruh minimarket terhadap omset pedagang saja, berbeda dengan penelitian penulis yang lebih menekankan setiap pengaruh

serta dampak yang terjadi dipasar tradisional setelah munculnya pasar modern diparingin.

### **G. Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian berisi uraian tentang isi bab demi bab yang akanditulis dalam penelitian ini.

BAB I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penelitian.

BAB II merupakan landasan teori. Pada bab ini membahas tentang teori-teori yang melandasi peneliti dan menjadi sumber rujukan teori yang signifikan buat mengkaji penelitian beserta penelitian sebelumnya. Terdiri dari kajian teori dan kerangka berpikir.

BAB III ialah metode penelitian. Pada bab ini penjelasan yang berisi uraian tentang jenis dan pendekatan penelitian, tempat (lokasi) penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan (pengelompokan) data, serta metode analisis data. Seputar hal itu menggambarkan alat yang peneliti pakai buat menggabungkan landasan teori yang peneliti kumpulkan dan data yang peneliti dapatkan, untuk menanggapi rumusan masalah yang disampaikan dalam skripsi ini.

BAB IV informasi serta laporan Hasil Penelitian, bab ini berisi perihal presentasi juga pengajuan serta jawaban hasil penelitian tentang rumusan masalah.

BAB V Penutup, dalam bab ini peneliti memberikan kesimpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dianggap perlu oleh peneliti