

## STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL TERHADAP MINAT BELANJA MASYARAKAT DI PASAR LEMPONG BUNTEN BARAT

Suniyatul

Institut Agama Islam Nazhatut Thullab (IAI NATA) Sampang

Email: [sunia22@gmail.com](mailto:sunia22@gmail.com)

### ABSTRAK

Saat ini, pertumbuhan ekonomi di Indonesia tercermin dari banyaknya pusat perdagangan yang sedang dibangun. Pusat perdagangan menjadi indikator nyata dari aktivitas ekonomi masyarakat di suatu daerah. Dengan meningkatnya jumlah pusat perdagangan, baik yang bersifat tradisional maupun modern, terjadi peningkatan signifikan dalam peluang kerja bagi banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan merumuskan rencana pengembangan pasar tradisional dengan fokus pada peningkatan minat belanja masyarakat di Pasar Lempong Bunten Barat. Metode penelitian melibatkan penggunaan survei dan analisis data guna memahami tren belanja masyarakat, mengidentifikasi hambatan yang dihadapi, dan mengeksplorasi potensi pengembangan pasar. Hasil penelitian memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat belanja masyarakat di pasar tradisional, serta menyajikan saran strategis untuk meningkatkan daya tarik pasar dan kualitas layanan kepada konsumen. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pihak terkait dalam merancang strategi pengembangan pasar tradisional, dengan tujuan memperkuat peran pasar dalam memenuhi kebutuhan belanja masyarakat.

**Kata kunci:** *Strategi. Pengembangan. Pasar tradisional*

### ABSTRACT

The current economic development in Indonesia can be measured by the proliferation of trading centers. The presence of trading centers is one of the most tangible indicators of economic activities in a region. From an economic standpoint, the increasing number of both traditional and modern trading centers is driving the creation of job opportunities for many people. This research aims to evaluate and formulate a plan for the development of traditional markets with the goal of enhancing the shopping interest of the community in Pasar Lempong Bunten Barat. The research methodology involves the use of surveys and data analysis to understand shopping trends among the community, identify obstacles faced, and explore the potential for market development. The findings of this research provide a deep understanding of the factors influencing the shopping interest of the community in traditional markets, along with presenting strategic recommendations to enhance the market's attractiveness and service to consumers. The research results are expected to guide relevant parties in designing strategies for the development of traditional markets with the aim of strengthening the market's role in meeting the shopping needs of the community.

**Keywords:** *Strategy. Market Development. Traditional Market*

### PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian di Indonesia pada saat ini dapat diukur oleh maraknya pembangunan pusat perdagangan. Keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator

ISSN: 2686-5637 // e-ISSN: 2807-9051

paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Di lihat dari sisi kepentingan ekonomi semakin meningkatnya jumlah pusat perdagangan, baik yang tradisional maupun modern mendorong terciptanya peluang kerja bagi banyak orang.<sup>1</sup> Perdagangan (*tijarah*) memainkan peranan penting dalam perolehan harta. Perdagangan jelas lebih baik daripada usaha lainnya. Sejarah membuktikan kenyataan bagaimana individu dan masyarakat memperoleh kemakmuran melalui perdagangan dan bagaimana bangsa-bangsa mendapatkan wilayah serta membentuk pemerintah colonial melalui perdagangan pula. Islam mengakui peranan perdagangan untuk mendapatkan keberuntungan dan kebesaran.<sup>2</sup>

Al-qur'an menjelaskan bahwa orang yang berdagang tidak akan kehilangan kemuliaan atau kekharismaannya bila melakukan kegiatan ekonomi dalam pasar.<sup>3</sup> Sesuai dengan firman Allah dalam surah An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa' ayat 29).<sup>4</sup>

Pasar tradisional sebagai lokasi perdagangan merupakan salah satu pilar perekonomian. Melalui berbagai fungsi dan peran strategi yang dimiliki, Pasar tradisional menjadi salah satu wadah atau sarana untuk mencapai kesejahteraan masyarakat dan menjadi salah satu tempat terjadinya sebuah transaksi. Pasar adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, serta proses penentuan harga. Syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara penjual dan pembeli, baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Pasar memiliki peran yang cukup signifikan untuk menggerakkan roda perekonomian. Selain itu, pasar dapat dijadikan sebagai katalisator hubungan transdental Muslim dengan Tuhannya, dengan kata lain bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang Muslim dalam kehidupan ekonomi.<sup>5</sup> Pasar tradisional memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah, mulai dari factor desain, tata ruang, tata letak, dan tampilan yang tidak sebaik pusat perbelanjaan modern, alokasi waktu operasional yang relative terbatas, kurangnya teknologi yang digunakan, kualitas barang yang kurang baik, kurangnya promosi penjualan, rendahnya tingkat keamanan, hingga berbagai isu yang merusak citra pasar

<sup>1</sup> Anak Agung Ketut Ayuningtias, “Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Denpasar” *Jurnal Universitas Udayana Denpasar*, Vol. 7, No.1, (Juni 2011), hlm, 2.

<sup>2</sup> Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm, 116.

<sup>3</sup> Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm, 158.

<sup>4</sup> Al-Qur'an, an-Nisa' (4):29.

<sup>5</sup> Ikhwan Abidin Basri, *Menguak Pemikiran Ekonomi Ulama Klasik*, (Jakarta: Aqwam, 2012), hlm.11

tradisional seperti maraknya informasi kecurangan-kecurangan dalam aktifitas penjualan dan perdagangan.

Tujuan utama kebijakan setiap Negara yang sedang membangun diarahkan untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan bagi seluruh rakyatnya. Untuk mencapai tujuan pembangunan nasional maka pemerintah membangun berbagai sarana dan prasarana. Sesuai dengan RENSTRA (Rencana Strategi) dan tahapan pembangunan di pasar tradisional khususnya Pasar Lempong Bunten Barat salah satunya adalah pelaksanaan revitalisasi pasar lempong yang membawa dampak pada minat beli masyarakat di Pasar Lempong. Pasar Lempong Bunten Barat terletak pada posisi pada posisi yang strategis yaitu terletak dipinggir jalan penghubung antar dua desa. Akses yang mudah dijangkau seharusnya dapat menambah minat beli masyarakat khususnya warga Bunten Barat itu sendiri. Pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional merupakan usaha pemerintah agar pasar tradisional mampu bersaing dengan pasar modern. Pembangunan suatu pasar perlu memperhatikan kesejahteraan pembeli dipasar tersebut. Lewat penataan kembali pasar tradisional yang memperhatikan aspek kenyamanan pembeli, pelayanan pedagang dan keamanan, maka potensi yang dimiliki pasar tradisional akan dapat meningkat.<sup>6</sup>

Pembenahan pasar tradisional memerlukan upaya pengaturan dan pembinaan yang bersifat integrative dan komprehensif. Pembinaan pasar tradisional sering kali sebatas pembenahan fisik bangunan pasar dengan merenovasi bangunan pasar atau membangun pasar baru. Pembangunan atau renovasi bangunan pasar tidak serta merta mampu mewujudkan pasar tradisional yang nyaman, bersih, yang berdampak terhadap pendapatan yang lebih baik bagi pedagang maupun kenyamanan bagi konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional.<sup>7</sup> Sedangkan kondisi sekarang ini itu lebih dikarenakan oleh tidak perhatiannya pemerintah terhadap fasilitas umum seperti pasar tradisional dewasa ini. Pasar tradisional identik dengan kumuh, bau, kotor dan sebagainya. Seharusnya baik itu karena ada pasar modern yang lebih bersih dan rapi ataupun tidak, penataan dan perawatan pasar tradisional seharusnya tetap dilakukan demi meningkatkan minat belanja masyarakat sekitar. Bukannya seperti sekarang ini yang muncul istilah baru yaitu revitalisasi pasar. Sebenarnya hal itu hanyalah menunjukkan ketidakpedulian pemerintah selama ini.

Produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideksi panca indera). Kalau didefinisikan secara luas, produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan.<sup>8</sup> Kualitas mencakup produl, jasa, manusia, proses, serta lingkungan, kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).<sup>9</sup> Kualitas produk meliputi usaha

---

<sup>6</sup> J. supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm, 46.

<sup>7</sup> M. Chatib Basri, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya* (Membaca Kebijakan Perdagangan Indonesia, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012) hlm, 146.

<sup>8</sup> Tamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan ke-5 (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 153.

<sup>9</sup> F. tjipto dan G. Chandra, *Service, Quality & Statiction*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm, 78.

memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, Keputusan pembelian pelanggan berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang diterimanya berdasarkan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk atau jasa yang telah diterima sebelumnya serta pendapat dari mulut ke mulut hingga menjadi salah satu penilaian pemerosotan minat belanja di pasar lempong.<sup>10</sup> Pelanggan akan senang berbelanja jika kualitas produk maupun jasa yang diberikan telah sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Namun sebaliknya, jika kualitas produk maupun jasa yang diberikan kurang ataupun berada dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Pengukuran tingkat minat beli masyarakat di pasar lempong merupakan hal yang sangat penting, karena dengan demikian pengembangan pasar tradisional dapat terealisasi.

Produk yang ditawarkan di pasar lempong dianggap kurang memadai dan kurang lengkap. Keterbatasan produk yang ditawarkan pedagang di pasar lempong, menjadikan masyarakat kurang minat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, kualitas produk menjadi salah satu factor yang menjadi pertimbangan pelanggan keputusan pembelian. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak pelanggan, karena pelanggan bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan tidaklah selalu semudah yang dibayangkan. Bagian dari kualitas produk adalah perihal kualitas produk. Pelanggan tidak selalu mengatakan apa yang mereka inginkan dan banyak produk yang kurang berhasil karena kegagalan dalam memahami aspek-aspek yang sesungguhnya bernilai bagi pelanggan seperti kualitas produk yang handal.<sup>11</sup>

Minat adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak-gerak. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi corak dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Perubahan minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan kata hati. Minat masyarakat yang cenderung berkurang untuk berbelanja di pasar tradisional mengalami penyusutan, yang tidak lain merupakan dampak dari program revitalisasi pasar tradisional yang tidak terealisasi. Melihat dari penyusutan dan ke enggan masyarakat berbelanja di pasar Lemping, tidak hanya mengurangi jumlah pembeli juga akan berdampak buruk terhadap para pedagang di pasar tersebut dan dikhawatirkan tidak dapat bersaing dengan pasar modern. Dalam pelaksanaan pengembangan pasar lemping dapat disesuaikan dengan selera pelanggan, seperti produk, fasilitas, pelayanan, dengan harapan agar pelanggan tetap loyal.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif, dalam penelitian ini analisis data menggunakan analisis data statistik atau angka-angka. Teknik analisisnya menggunakan

---

<sup>10</sup> Tri Arismawati, pedagang di pasar Lemping, *Wawancara Lewat Telepon*, (15 Maret 2021).

<sup>11</sup> H. Umar, *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisa Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2013), hlm, 54.

analisis regresi linier sederhana yaitu suatu alat peramalan nilai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.<sup>12</sup>

Oleh karena itu penelitian ini termasuk kategori kuantitatif korelasi (*correlation quantitative*), yaitu mencari hubungan antara variabel X dan variabel Y. dalam penelitian ini yang termasuk variabel X adalah pengembangan dan variabel Y adalah minat.

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Apabila seseorang hendak melakukan penelitian semua elemen yang terdapat dalam wilayah penelitian, maka hal ini dikatakan populasi.<sup>13</sup> Populasi dapat diartikan totalitas semua kasus, kejadian, orang, dan lain-lain. Populasi dapat berwujud sejumlah manusia, kurikulum, manajemen, dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa populasi adalah jumlah dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diduga.<sup>14</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Desa Buntan Barat yaitu berjumlah 6.458.<sup>15</sup>

Sampel adalah sebagian populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu, yaitu teknik sampling. Teknik ini berguna untuk mereduksi anggota populasi menjadi anggota sampel yang mewakili populasinya, sehingga kesimpulan terhadap populasi dapat dipertanggungjawabkan, lebih teliti menghitung yang sedikit daripada yang banyak, serta menghemat waktu, tenaga, dan biaya. sampel sebagian populasi yang memiliki karakteristik yang sama.<sup>16</sup> Dalam penelitian ini menggunakan sampel dengan *probability sampling*, *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut yaitu sebesar 5%. Untuk menentukan ukuran besarnya sampel maka dapat menggunakan rumus Slovin.<sup>17</sup>

$$\text{Dimana: } n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = sampling error 10%

dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{6458}{1 + 6458 \times 0.10} = 98,175$$

Dibulatkan menjadi 100.

## Kuesioner (Angket)

<sup>12</sup> Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm, 108.

<sup>13</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 173.

<sup>14</sup> Toto Suyoto Nashuddin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 120.

<sup>15</sup> BPS Kabupaten Sampang, *Kecamatan Ketapang dalam angka 2020*, (Sampang: BPS Kabupaten Sampang, 2020), hlm. 22.

<sup>16</sup> H. Boedi, *Metode Penelitian*, hlm, 35.

<sup>17</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2012), hlm. 61.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang bisa diberikan secara langsung kepada responden.<sup>18</sup>

## Observasi

Observasi yang dimaksud menurut Suharsimi Arikunto, berkaitan dengan kegiatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera.<sup>19</sup> Observasi juga diartikan sebagai kegiatan penelitian melalui pengamatan, dan pencatatan secara sistematis terhadap berbagai gejala yang tampak pada objek penelitian.<sup>20</sup> Pengamatan dan pencatatan ini dilakukan terhadap objek yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan observasi di tempat studi kasus dilakukan yaitu di pasar tradisional Bunten Barat.

## Dokumentasi

Pedoman dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Keuntungan menggunakan metode dokumentasi ialah biayanya relatif murah, waktu dan tenaga efisien. Sedangkan kelemahannya ialah data yang diambil dari dokumen cenderung sudah lama, dan kalau ada yang salah cetak maka peneliti ikut salah pula mengambil datanya.<sup>21</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil data yang ada akan di klasifikasikan berdasarkan penelitian yang digunakan, dimana metode pengumpulan data penelitian ini yang digunakan adalah metode angket dan dokumentasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Sebelum data tersebut disajikan sebagaimana tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pengembangan pasar tradisional terhadap minat beli masyarakat di pasar lempeng Bunten Barat Kecamatan Ketapang Kabupaten Sampang.

Maka peneliti ingin mengetahui hal-hal tersebut berdasarkan jawaban responden melalui kuesioner (angket). Adapun karakteristik yang digunakan adalah berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan. Adapun bobot nilai dari 5 jawaban adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk jawaban item SS (Sangat Sering) bernilai 5
- 2) Untuk jawaban item S (Setuju) bernilai 4
- 3) Untuk jawaban item KS (Kurang Setuju) bernilai 3
- 4) Untuk jawaban item TS (Tidak Setuju) bernilai 2
- 5) Untuk jawaban item STS (Sangat Tidak Setuju) bernilai 1

---

<sup>18</sup> Sugiono, *Metode Penelitian*, hlm, 142.

<sup>19</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian*, hlm. 64.

<sup>20</sup> Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Fokus Groups Sebagai Instrumen Pengambilan Data*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013), hlm, 146.

<sup>21</sup> J. supranto, *Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm, 37.



**Tabel 1**  
**Responden Menurut Usia**

No	Kelompok Umur	Jumlah	Presentase (%)
1	18-30 tahun	35	35%
2	31-40 tahun	33	33%
3	41-50 tahun	23	23%
4	Diatas 50 tahun	9	9%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas, masyarakat desa Buntan Barat yang diambil sebagai sampel berdasarkan umur yaitu umur 18-30 tahun yaitu sebanyak 35 responden dengan presentase 35%. Umur 31-40 sebanyak 33 responden dengan presentase 33%. Umur 41-50 tahun yaitu sebanyak 23 responden dengan presentase 23% dan responden diatas 51 tahun sebanyak 9 responden dengan presentase 9%.

**Tabel 2**  
**Tabel Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (100%)
1	Laki-Laki	45	45%
2	Perempuan	55	55%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masyarakat desa Buntan Barat yang diambil sebagai sampel berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan sebanyak 55 responden dengan presentase 55% dan laki-laki sebanyak 45 responden dengan presentase 45%. Untuk menguji pembuktian hipotesis maka peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 22, diantaranya sebagai berikut:

## Uji Instrumen

### 1. Uji validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *product moment* dengan taraf signifikansi yaitu 5% atau 0,05 dengan jumlah responden 100, maka  $r_{tabel}$  dalam peneltian ini 0,195. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  data dikatakan valid dan jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka data tersebut dikatakan tidak valid.

**Tabel 3**  
**Uji validitas Variabel X (Pengembangan)**

Variabel X	Item pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Pengembangan	1	0,493	0,195	Valid
	2	0,467	0,195	Valid
	3	0,329	0,195	Valid
	4	0,360	0,195	Valid

	5	0,502	0,195	Valid
	6	0,457	0,195	Valid
	7	0,421	0,195	Valid
	8	0,453	0,195	Valid
	9	0,441	0,195	Valid
	10	0,369	0,195	Valid

**Tabel 4**  
**Uji validitas Variabel Y**

Variabel Y	Item pertanyaan	r <sup>hitung</sup>	r <sup>tabel</sup>	Keterangan
Minat	1	0,276	0,195	Valid
	2	0,336	0,195	Valid
	3	0,298	0,195	Valid
	4	0,268	0,195	Valid
	5	0,284	0,195	Valid
	6	0,311	0,195	Valid
	7	0,258	0,195	Valid
	8	0,335	0,195	Valid
	9	0,343	0,195	Valid
	10	0,328	0,195	Valid

Dari tabel 4. Dan tabel 4. uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel. Dari kedua tabel tersebut dapat diketahui bahwa korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil r hitung lebih lebih dari r tabel.

## Uji Reabilitas

**Tabel 5**  
**Uji Reabilitas Variabel X**

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,728	10



**Tabel 6**  
**Total Nilai Reabilitas Variabel X**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	36,8500	16,270	,330	,716
X02	36,8800	15,036	,538	,682
X03	36,6700	17,819	,114	,746
X04	36,8000	16,242	,343	,714
X05	36,8300	16,122	,355	,712
X06	36,8800	15,036	,538	,682
X07	36,9300	16,025	,392	,706
X08	36,8800	15,157	,528	,684
X09	36,9300	16,025	,392	,706
X10	36,8100	16,216	,350	,713

Berdasarkan hasil pengujian reabilitas diatas, diketahui angka *cronbach alpha* adalah sebesar 0,728, menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), sehingga data tersebut dapat dikatakan *reliable*.

**Tabel 7**  
**Uji Reabilitas Variabel Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,622	10

**Tabel 8**  
**Nilai Total Reabilitas Variabel Y**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	38,6600	9,176	,404	,579
Y02	38,9700	8,272	,466	,553
Y03	38,6600	9,116	,424	,575
Y04	39,0800	10,014	,042	,656
Y05	38,8900	9,250	,215	,616
Y06	38,6800	9,109	,425	,575
Y07	38,9700	10,656	-,085	,681
Y08	38,9200	9,226	,217	,615
Y09	38,9800	8,121	,510	,542
Y10	38,9900	8,111	,503	,543

Berdasarkan hasil pengujian reabilitas diatas, diketahui angka *cronbach alpha* adalah sebesar 0,662, menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), sehingga data tersebut dapat dikatakan *reliable*.

## Uji Normalitas

Uji *Kolmogrov Smirnov* ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak.<sup>22</sup>

**Tabel 9**  
**Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,70293606
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,057
	Negative	-,050
Test Statistic		,057
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

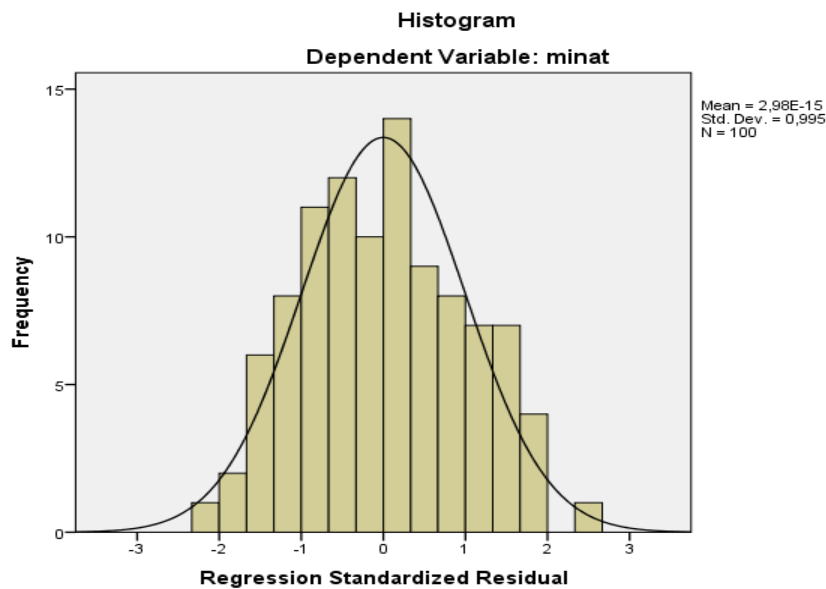
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan uji normalitas dengan kolmogrov smirnov dapat dilihat berdasarkan tabel output SPSS tersebut bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

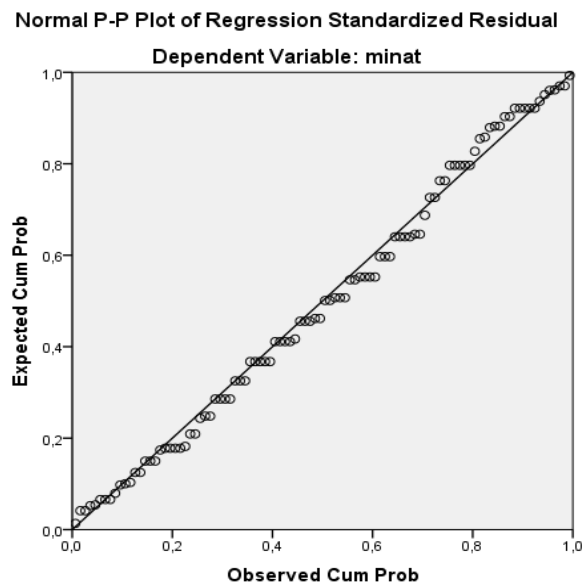
<sup>22</sup>Priyanto, *Belajar Alat Analisis Data*, hlm. 118.

**Gambar 1**  
**Grafik Histogram**



Berdasarkan gambar 4.2 diatas, data dikatakan normal jika data menyebar disekitar garis diagonal. Selain itu bisa dilihat pada gambar diatas yang berbentuk seperti lonceng (bell shaped) terbalik tidak condong ke kanan dan kiri yang memenuhi garis lonceng yang berarti data dapat dikatakan berdistribusi normal.<sup>23</sup> Sebaliknya data tidak dikatakan berdistribusi normal, jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti garis diagonal.

**Gambar 2**  
**Normal Probability Plot**



<sup>23</sup> Singgih Santono, *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), hlm. 43.

Pada gambar 4.3 *Probability Plot* dapat difahami dengan melihat penyebaran item pada garis diagonal pada grafik. P-P Plot dikatakan tidak memenuhi syarat asumsi normalitas apabila item menyebar jauh digaris diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal.<sup>24</sup> Grafik diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Dengan demikian, model P-P Plot berdistribusi normal atau memenuhi syarat asumsi normalitas.

## Analisis Regresi Linier Sederhana

**Tabel 10**  
**Analisis Regresi Sederhana**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	34,592	3,287		10,523	,000
PENGEMBANGAN	,195	,079	,241	2,455	,000

a. Dependent Variable: MINAT

Secara umum rumus persamaan regresi linier sederhana adalah  $Y = a + bX$  untuk mengetahui nilai koefisien regresi tersebut dapat dilihat pada tabel *coefficients*. Karena nilai koefisien regresi linier bernilai (+), maka dapat dikatakan bahwa strategi pengembangan (X) berpengaruh positif terhadap minat belanja (Y), persamaan regresinya adalah  $Y = 34,592 + 0,195 X$ .

1. Angka konstan dari *Unstandardized Coefficients* peneliti memberi warna hijau yaitu sebesar 34,592. Angka tersebut merupakan angka konstan, maka nilai minat belanja masyarakat memiliki nilai tetap sebesar 34,592 satuan.
2. Angka koefisien regresi peneliti memberi warna kuning yaitu sebesar 0,195 angka tersebut mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan pengembangan (x) berpengaruh terhadap minat belanja (y) akan meningkat sebesar 0,195 satuan.

## Uji Parsial (uji T)

**Tabel 11**  
**Uji Parsial (uji T)**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	34,592	3,287		10,523	,000
PENGEMBANGAN	,195	,079	,241	2,455	,000

a. Dependent Variable: MINAT

<sup>24</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, hlm. 156.

Untuk menguji uji parsial (uji t) yang diperoleh melalui SPSS, maka kita perlu membandingkan nilai sig. dari hasil SPSS dengan nilai signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Apabila sig.  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh anatar pengembangan terhadap minat belanja. Selain menggunakan cara tersebut, kita juga dapat membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. T hitung diperoleh melalui SPSS sedangkan t tabel diperoleh dengan melihat tabel distribusi uji t dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Apabila t hitung  $> t$  tabel maka  $H_a$  diterima.

Berdasarkan output diatas nilai signifiasi hasil SPSS yang diberi tanda warna kuning yaitu sebesar 0,00 dan t hitung berwarna hijau sebesar 2,455. Selanjutnya hasil dari t tabel dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,660. Maka t hitung  $2,455 > 1,660$  dan hasil sig.  $< 0,05$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan anantara variabel x (pengembangan) terhadap variabel Y (minat belanja).

## Uji Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 12**  
**Tabel Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,241 <sup>a</sup>	,058	,048	1,712

a. Predictors: (Constant), PENGEMBANGAN

**Tabel 13**  
**Tabel Interval Nilai r**

Interval Nilai r	Tingkat Hubungan
$0 \leq r < 0,2$	Sangat Rendah
$0,2 \leq r < 0,4$	Rendah
$0,4 \leq r < 0,6$	Sedang
$0,6 \leq r < 0,8$	Kuat
$0,8 \leq r \leq 1$	Sangat Kuat

Nilai R menggambarkan korelasi atau hubungan antara pengembangan dengan minat beli. Pada tabel 4. Tersebut nilai R yang berwarna hijau yaitu 0,241, yang menunjukkan bahwa hubungan antara pengembangan terhadap minat beli tergolong rendah bisa dilihat melalui r tabel interpretasi.

Nilai *R Square* adalah nilai yang menggambarkan besar presentase pengaruh pengembangan terhadap minat beli. Nilai *R Square* dalam penelitian ini diberi warna kuning yaitu sebesar 0,058. Sehingga jika di presentasekan 58% yang artinya pengaruh pengembangan terhadap minat beli yaitu sebesar 58% dan sisanya sebesar 42% yang dipengaruhi oleh variabel atau vaktor dari luar.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa pengaruh pengembangan pasar tradisional secara parsial berpengaruh terhadap minat belanja masyarakat di pasar lempung Buntan Barat. Hasil uji diatas menunjukkan besaran koefisien variabel  $x$  (pengembangan) bertanda positif yang artinya strategi pengembangan pasar tradisional berdampak positif atau berbanding lurus terhadap minat belanja masyarakat.

Hasil uji statistic (uji parsial) menunjukkan nilai signifikansi yaitu 0,00 lebih kecil dari 0,05 yang artinya pengembangan pasar tradisional berpengaruh signifikan terhadap minat belanja masyarakat di pasar lempung. hasil uji  $t$  menunjukkan  $t$  hitung sebesar 2,477 yang artinya  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,477 > 1,660$ ) dengan taraf signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, yang artinya ada pengaruh pengembangan pasar tradisional terhadap minat belanja masyarakat di pasar lempung buntan barat.

Hasil analisis regresi linier sederhana yaitu  $y = 34,594 + 0,195 X$ . Karena nilai koefisien regresi linier bernilai (+), maka dapat dikatakan bahwa strategi pengembangan ( $X$ ) berpengaruh positif terhadap minat belanja ( $Y$ ). kemudian diperoleh diperoleh nilai  $R$  square sebesar 0,58 yang artinya variabel independen ( $x$ ) mempengaruhi variabel dependen ( $y$ ) sebesar 58% sedangkan sisinya yaitu 42% dipengaruhi oleh variabel lain.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilandasi dengan kajian teori dan perumusan masalah yang telah dibahas, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis uji  $t$  menunjukkan  $t$  hitung sebesar 2,477 yang artinya  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,477 > 1,660$ ) dengan taraf signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, yang artinya ada pengaruh pengembangan pasar tradisional terhadap minat belanja masyarakat di pasar lempung buntan barat.
2.  $R$  square menggambarkan presentase pengaruh antara pengembangan pasar tradisional terhadap minat belanja. Pada penelitian ini nilai  $R$  square sebesar 0,58 yang artinya variabel independen ( $x$ ) mempengaruhi variabel dependen ( $y$ ) sebesar 58% sedangkan sisinya yaitu 42% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil analisis regresi linier sederhana yaitu  $y = 34,594 + 0,195 X$ . Karena nilai koefisien regresi linier bernilai (+), maka dapat dikatakan bahwa strategi pengembangan ( $X$ ) berpengaruh positif terhadap minat belanja ( $Y$ ). Angka konstan dari *Unstandardized Coefficients* peneliti yaitu sebesar 34,592. Angka tersebut merupakan angka konstan, maka nilai minat belanja masyarakat memiliki nilai tetap sebesar 34,592 satuan. Angka koefisien regresi yaitu sebesar 0,195 angka tersebut mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan pengembangan ( $x$ ) berpengaruh terhadap minat belanja ( $y$ ) akan meningkat sebesar 0,195 satuan.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an, an-Nisa' (4):29.

Anak Agung Ketut Ayuningtias, "Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Denpasar" *Jurnal Universitas Udayana Denpasar*, Vol. 7, No,1, (Juni 2011).

ISSN: 2686-5637 // e-ISSN: 2807-9051

- BPS Kabupaten Sampang, *Kecamatan Ketapang dalam angka 2020*. Sampang: BPS Kabupaten Sampang, 2020.
- F. tjipto dan G. Chandra, *Service, Quality & Statiction*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, 2011.
- H. umar, *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisa Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*. Jakarta: PT. Gramedia, 2013.
- Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Vokus Groups Sebagai Instrumen Panggilan Data*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013.
- Ikhwan Abidin Basri, *Menguak Pemikiran Ekonomi Ulama Klasik*. Jakarta: Aqwam, 2012.
- Irianto, Agus. *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*. Jakarta: Prenamedia Group, 2015.
- J. supranto, *Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- J. supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Kartono, Kartini. *Psikologi Umum*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- Larasati, Sri. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018.
- M. Chatib Basri, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya (Membaca Kebijakan Perdagangan Indonesia)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012..
- M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2012.
- Maskur, *Tata Kelola Pemerintahan Desa (Study Tentang Tata Kelola Pemerintahan di Desa Buntan Barat)*. Surabaya: Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2011.
- Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Mukhit, Abd. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: Pena Salsabila, 2013.
- Muljono, Djoko. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2012.
- Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Singgih Santono, *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Tamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan ke-5. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Toto Suyoto Nashuddin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Tri Arismawati, pedagang di pasar Lempong, *Wawancara Lewat Telepon*, (15 Maret 2021).