

**USAHA-USAHA YANG DILAKUKAN PD. PASAR
KOTAMADYA MEDAN UNTUK MENGATASI
PERMASALAHAN PEDAGANG PASAR
HELVETIA**

SKRIPSI

Oleh :

Dedy Hasan

No. Stb : 96.850.0032

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

UNIVERSITAS MEDAN AREA 2000

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **USAHA-USAHA YANG DILAKUKAN PD. PASAR KOTAMADYA MEDAN UNTUK MENGATASI PERMASALAHAN PEDAGANG PASAR HELVETIA**

Nama Mahasiswa : **DEDY HASAN**


No. Stambuk : 96.850.0032

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Mengetahui
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II


DR. M. Arif Nasution, MA


Drs. M. Husni Thamrin Nst

Mengetahui

Ketua Program Studi

Dekan


Drs. Usman Tarigan, MS


Drs. Heri Kusmanto, MA

Tanggal Lulus : 14 Agustus 2000

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

ABSTRAK

USAHA-USAHA YANG DILAKUKAN PD. PASAR KOTAMADYA TINGKAT II MEDAN UNTUK MENGATASI PERMASALAHAN PEDAGANG PASAR HELVETIA

OLEH

DEDY HASAN

NIM : 96.850.0032

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Dewasa ini dunia perdagangan terutama di Daerah Tingkat II Kotamadya Medan mengalami kelesuan. Dan dalam keadaan perekonomian sekarang ini ditandai dengan turunnya nilai Rupiah atas kurs Dollar AS dan juga persaingan yang semakin tajam, sehingga segala sesuatu yang berjalan pada dunia perdagangan mengalami kesulitan mencapai tingkat penjualan yang diharapkan.

Oleh karena itu banyak pedagang yang semakin sulit mempertahankan kelancaran usahanya. Suatu usaha perdagangan harus mampu bersaing dengan usaha dagang lainnya bila ingin mempertahankan keberadaannya atau posisinya.

Setiap gerak dan usaha serta tindakan yang dilakukan oleh suatu usaha dagang di dalam melayani pasar selalu diperhatikan usaha dagang lainnya, untuk itu pedagang harus memperhatikan, mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi di pasar. Karena kebutuhan dan keinginan konsumen di pasar selalu berubah-ubah, perusahaan dapat mengambil keputusan maupun tindakan yang diperlukan bagi tercapainya tujuan perusahaan. Dan kegiatan pedagang pada dasarnya adalah ingin

merebut konsumen seluas-luasnya dari produk/jasa yang ditawarkannya.

Salah satu sisi yang potensial dalam pengembangan pasar sebagai sarana tempat berdagang para pedagang adalah PD. Pasar dimana pasar tersebut terdapat. Karena dalam hal ini para pedagang yang menempati pasar dapat memberikan kontribusi pemasukan bagi kas Pemerintah Daerah yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini dikemukakan rumusan masalah "Bagaimanakah sebenarnya keberadaan PD. Pasar Kotamadya Tingkat II Medan dalam mengatasi permasalahan pedagang Pasar Helvetia".

Dalam mencari jawaban atas permasalahan tersebut dilakukan penelitian kepustakaan dan juga penelitian lapangan yang dilakukan di PD. Pasar Kotamadya Medan. Sedangkan teknik analisis data dipergunakan ialah metode deskriptif.

Dari hasil penelitian didapatkan hal-hal sebagai berikut :

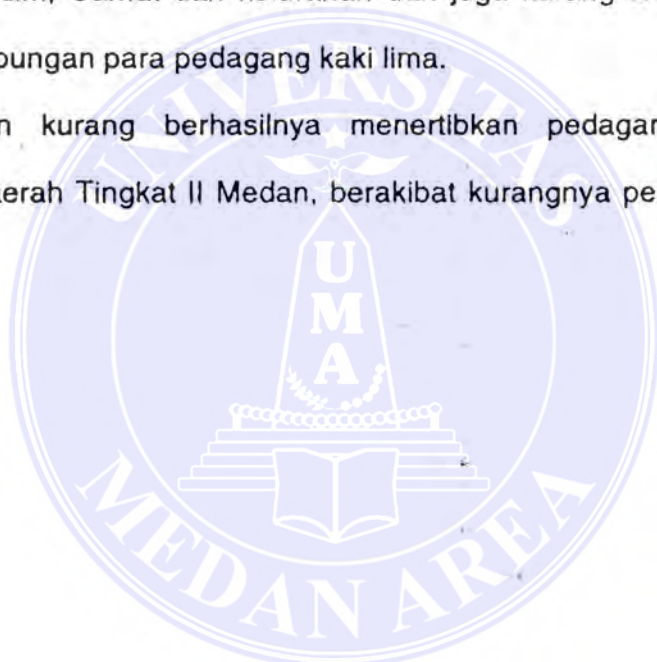
Belum berhasilnya penyuluhan yang dilaksanakan di PD. Pasar Kotamadya Daerah Tingkat II Medan terhadap para pedagang kaki lima karena kurang koordinasi dengan instansi-instansi pemerintah atau dengan aparat keamanan/ketertiban masyarakat yang terkait.

Dengan merajalelanya para pedagang kaki lima berjualan di pinggir – pinggir jalan atau halaman bangunan pasar, maka para pedagang yang telah mempunyai kios / stand di pasar cenderung ingin meninggalkan kios / standnya dan mereka saling berlomba – lomba berjualan di luar pasar, ataupun dengan adanya para pedagang kaki lima maka para konsumen yang berbelanja tidak lagi masuk kedalam pasar, sehingga mengakibatkan kurangnya pemasukan retribusi

pasar yang di kutip para petugas PD. Pasar Kotamadya Daerah Tingkat II Medan .

Belum berhasilnya Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II Medan dalam menertibkan para pedagang kaki lima di Kotamadya Daerah Tingkat II medan, karena kurangnya koordinasi terhadap aparat keamanan/ketertiban masyarakat, seperti ketertiban umum Kotamadya Daerah Tingkat II medan, Kepolisian, Kodim, Camat dan kelurahan dan juga kurang tersedianya tempat-tempat penampungan para pedagang kaki lima.

Dengan kurang berhasilnya menertibkan pedagang kaki lima di Kotamadya Daerah Tingkat II Medan, berakibat kurangnya pendapatan retribusi pasar.



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
E. Kerangka Pemikiran	5
F. Hipotesis	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Pengertian Pedagang	8
B. Pengertian Pemasaran	9
C. Pasar Sebagai Tempat Pedagang Berjualan	12
D. Kewajiban Para Pedagang Dalam Membayar Retribusi ...	15
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	19
A. Populasi dan Sampel	19
B. Metode Pengumpulan Data	20

C. Variabel dan Definisi Operasional	21
D. Teknik Analisis Data	22
BAB IV. DESKRIPTIF LOKASI PENELITIAN	23
A. Gambaran Umum PD. Pasar Kotamadya Medan	23
B. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	24
BAB V. ANALISIS DAN EVALUASI	38
A. Permasalahan Pedagang Kaki Lima	38
B. Permasalahan Para Pedagang Di Dalam Pasar-Pasar	49
C. Permasalahan Pedagang Pada Peristiwa Kebakaran	54
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran-Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia tidaklah terlepas dari usaha-usaha ekonomi, dimana usaha ekonomi merupakan tanda-tanda adanya kehidupan. Semakin maju kebudayaan mengakibatkan tingkah laku perekonomian akan semakin sulit dan rumit. Dengan demikian untuk menjalankan suatu kegiatan usaha akan penuh dengan tantangan dan rintangan baik yang datang dari dalam diri seseorang maupun dari luar.

Seperti era dewasa ini dimana nilai rupiah anjlok pada level yang sangat mengkuatirkan, kekacauan dan juga tidak stabilnya keamanan dalam menjalankan suatu usaha. Rendahnya nilai beli masyarakat yang diakibatkan oleh nilai fluktuasi rupiah terhadap mata uang US Dollar.

Keadaan tersebut di atas membuat dunia perdagangan terutama di Daerah Tingkat II Kotamadya Medan mengalami kelesuan. Dan dalam keadaan perekonomian dewasa ini ditandai dengan keadaan-keadaan di atas dan juga persaingan yang semakin tajam, sehingga segala sesuatu yang berjalan pada dunia perdagangan mengalami kesulitan mencapai tingkat penjualan yang diharapkan.

Oleh karena itu banyak pedagang yang semakin sulit mempertahankan kelancaran operasinya. Suatu usaha perdagangan harus mampu bersaing dengan usaha dagang lainnya bila ingin mempertahankan keberadaannya atau

posisinya.

Setiap gerak dan usaha serta tindakan yang dilakukan oleh suatu usaha dagang di dalam melayani pasar selalu diperhatikan usaha dagang lainnya. Untuk itu pedagang harus memperhatikan, mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi di pasar. Karena kebutuhan dan keinginan konsumen di pasar selalu berubah-ubah, perusahaan dapat mengambil keputusan maupun tindakan yang diperlukan bagi tercapainya tujuan perusahaan. Dan kegiatan pedagang pada dasarnya adalah ingin merebut konsumen seluas-luasnya dari produk/jasa yang ditawarkannya.

Salah satu sisi yang potensial dalam pengembangan pasar sebagai sarana tempat berdagang para pedagang adalah Pemerintah Daerah dimana pasar tersebut terdapat. Karena dalam hal ini para pedagang yang menempati pasar dapat memberikan kontribusi pemasukan bagi kas Pemerintah Daerah yang bersangkutan.

Dalam usaha meningkatkan pendapatan retribusi pasar dan juga pasar sebagai tempat para pedagang berjualan untuk menjualkan barang dagangannya, dan pasar tempat membeli kebutuhan pokok sehari-hari yang sangat besar manfaatnya kepada masyarakat. Di samping itu pasar juga menampung tenaga kerja yang bersifat non formal. Maka dalam hal ini Pemerintah Daerah Tingkat II Kotamadya Medan melalui PD. Pasar sebagai pengelola pasar, berusaha meningkatkan pelayanan dan pengawasan terhadap para pedagang.

Dari uraian-uraian singkat yang telah penulis kemukakan di atas, maka

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

dengan ini dapat dilihat betapa pentingnya peranan para pedagang dalam menunjang Pembangunan Daerah pada umumnya dan Pembangunan Nasional pada khususnya.

Mengingat dalam mengelola pasar-pasar termasuk fokusnya pada Pasar Helvetia di Kotamadya Daerah Tingkat II Medan merupakan hal yang tidak mudah, karena jumlah para pedagang adalah sangat banyak maka sudah barang tentu mengakibatkan suatu permasalahan terhadap Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II Medan, baik permasalahan pedagang yang terdapat di dalam pasar-pasar maupun para pedagang yang berjualan di luar pasar, seperti di pinggir-pinggir jalan umum dan lain sebagainya.

Bertitik tolak dari alasan-alasan ataupun dari uraian-uraian yang di atas, maka penulis memilih judul skripsi ini adalah :

" Usaha-Usaha Yang Dilakukan PD. Pasar Kotamadya Tingkat II Medan untuk Mengatasi Permasalahan Pedagang Pasar Helvetia ".

B. Perumusan Masalah

Menurut Mohammad Hatta : " Masalah adalah kejadian atau keadaan yang menimbulkan pertanyaan dalam hati tentang kedudukannya, kita tidak puas hanya dengan melihat saja, melainkan kita ingin mengetahui lebih dalam ".¹⁾ menginginkan suatu yang diharapkan ingin dicapai dapat terwujud. Hal ini dapat disimpulkan bahwa masalah itu merupakan suatu kumpulan persoalan -

¹⁾ Mohammad Hatta, *Pengantar Ke Jalan Ilmu Pengetahuan*. Mutiara, Jakarta, 1980, hal. 14.

Jadi masalah tersebut merupakan suatu yang harus dipecahkan apabila persoalan hidup bagi manusia yang pemecahannya dapat ditemukan. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka penulis membuat perumusan masalah sebagai berikut :

" Bagaimanakah sebenarnya keberadaan PD. Pasar Kotamadya Tingkat II Medan dalam mengatasi permasalahan pedagang Pasar Helvetia ".

C. Pembatasan Masalah

Masalah sebagaimana yang dikemukakan oleh RA. Suhardi, adalah :

" Suatu persoalan atau problem yang sukar diselesaikan dan terdiri dari suatu soal-soal yang telah diketahui sebagian, sedangkan yang sebagian lagi belum diketahui atau belum diketahui sepenuhnya, kelompok soal-soal mana yang menuntut supaya cepat diselesaikan " ²⁾

Dalam suatu penelitian pembatasan masalah sangat penting artinya. Hal ini disebabkan agar masalah yang akan diteliti mempunyai batas yang jelas. Isi uraian tidak menyimpang, dan kesimpulan yang akan diambil sebagai hasil penelitian tidak mengambang sesuai dengan masalah yang diteliti.

Sesuai penelitian sebagai berikut :dengan uraian di atas maka penulis membatasi masalah

²⁾ RA, Suhardi, *Politik Sosial Modern, Dasar dan Directiva*, Yayasan Karya Dharma IIP, Jakarta, 1983, hal. 1.

1. Penelitian ini dibatasi perihal usaha-usaha yang dilakukan PD. Pasar Kotamadya Medan di dalam menghadapi permasalahan pedagang.
2. Lokasi penelitian dalam membahas masalah-masalah di atas adalah pada PD. Pasar Kotamadya Medan sedangkan pasar yang menjadi objek penelitian adalah Pasar Helvetia.
3. Periode penelitian dibatasi pada tahun 1998 / 1999.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui bagaimana usaha-usaha yang dilakukan PD. Pasar Kotamadya Medan di dalam mengatasi permasalahan pedagang.
2. Mencoba mencari kepastian dan kebenaran masalah tersebut di atas dan sekaligus mencari jalan untuk pemecahannya berdasarkan pengetahuan ilmiah, sehingga dapat diterapkan secara sederhana mungkin.

Adapun yang menjadi kegunaan penelitian ini adalah :

1. Sumbangan pemikiran kepada PD. Pasar Kotamadya Medan di dalam mengatasi permasalahan pedagang.
2. Guna memenuhi salah satu syarat dalam rangka memperoleh gelar Sarjana S-1 dalam bidang Ilmu Administrasi Negara Fisipol Universitas Medan Area.

E. Kerangka Pemikiran

Dalam suatu karya ilmiah landasan atau kerangka pemikiran

merupakan suatu hal yang mutlak karena tampak teori-teori yang melandasi penelitian maka karya ilmiah tersebut sama saja dengan tulisan biasa oleh karena itu penulisan akan menggambarkan kerangka pemikiran yang melandasi penulisan karya ilmiah ini.

Salah satu tujuan dari seorang pedagang adalah mempertahankan dan mengembangkan kelangsungan hidupnya serta untuk memperoleh laba dari kegiatan usahanya yaitu perdagangan.

Pedagang dalam prinsipnya adalah orang yang secara langsung bertemu dengan konsumen, mereka memiliki barang dan juga menanggung rugi maupun untung atas kegiatan perdagangannya tersebut.

Sedangkan pasar sebagai suatu wadah tempat dimana berkumpulnya para pedagang tersebut dan juga bertemunya mereka dengan konsumen. Pada sebuah pasar banyak kepentingan yang harus dijalankan baik itu pihak pengelola pasar sendiri maupun juga pedagang dan konsumen itu sendiri. Keberadaan pasar dengan keanekaragaman kegiatan perdagangan di dalamnya sangat memberikan andil yang besar bagi konsumen. Karena pada lembaga inilah kepentingan mereka untuk memiliki sesuatu barang dapat dicari, dibeli dan dimiliki.

Pedagang dalam aktivitasnya di pasar adalah untuk memperdagangkan barang-barang yang dimilikinya kepada konsumen. Untuk hal yang demikian maka konsumen harus memiliki minat beli.

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau dugaan yang dianggap benar, tetapi masih perlu dibuktikan.

Dr. Kartini Kartono mengatakan tentang hipotesis itu adalah " Hipotesis masih berisikan jawaban bersifat sementara dari suatu kegiatan penelitian. kebenarannya harus diutarakan dari suatu kegiatan melalui riset dan hipotesis itu akan diterima jika faktanya benar ".³⁾

Menurut Winarno Surakhmad, " Hipotesis adalah suatu jawaban, dugaan yang dianggap besar kemungkinan untuk menjadi jawaban yang benar ".⁴⁾

Adapun hipotesis yang diberikan atas permasalahan yang diajukan adalah :

" Jika PD. Pasar Kotamadya Medan dapat menertibkan para pedagang yang tidak memenuhi kewajiban dan peraturan berdagang di Pasar helvetia maka permasalahan pedagang ini akan dapat diatasi. "

³⁾ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research Sosial*, Alumni, Bandung, 1980, hal. 70.

⁴⁾ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Tarsito, Bandung, 1980, hal. 23.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pedagang

Apabila kita berbicara tentang masalah pedagang, kita akan ingat kepada jual beli khususnya, dan pada ekonomi umumnya, karena setiap kali kita pergi berbelanja ke pasar kita berjumpa dengan pedagang, sebab pedagang ini adalah orang yang berjualan.

Di dalam Peraturan Daerah Kotamadya Tingkat II medan, khususnya di dalam Peraturan Daerah tentang pengelola pasar tidak dapat dijumpai pengertian daripada pedagang, namun bagi kita pengertian pedagang ini bukanlah suatu hal yang baru karena dalam perkataan sehari-hari ataupun secara umum selalu kita artikan orang yang berjualan.

W.J.S. Poerwadarminta di dalam bukunya Kamus Umum Bahasa Indonesia memberikan pengertian tentang pedagang yaitu : " Orang yang berjualan ".⁵⁾

Dari pengertian yang diberikan W.J.S. Poerwadarminta ini maka dapat dilihat bahwa setiap orang yang pekerjaannya berjualan, baik ia berjualan bahan-bahan pokok kebutuhan sehari-hari (primer) maupun bahan-bahan kebutuhan tambahan (sekunder) adalah disebut pedagang.

⁵⁾ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, PN. Balai Pustaka, Jakarta, 1976, hal. 721.

B. Pengertian Pemasaran

Pemasaran dalam istilah asingnya dikenal dengan sebutan marketing. Marketing adalah istilah asing yang berasal dari perkataan market yang dalam bahasa Indonesiannya berarti pasar.

Kemudian pengertian marketing adalah pemasaran ataupun istilah lazimnya disebut tataniaga. Marketing ini bukan saja meliputi dunia jual-beli ataupun dunia pasar saja, tetapi pengertian marketing ini dibahas secara sistematis tentang segala soal-sola kehidupan ekonomi di dalam masyarakat.

Untuk memahami pengertian marketing yang lebih jelas, maka American Marketing (AMA) memberikan defenisi sebagai berikut :

" Marketing is the performance of business activities that direct the flow of goods and services from producer to consumer of user ".⁶⁾

Dan menurut Prayudi Atmodiharjo (1990 : hal. 100) memberikan defenisi : "Marketing artinya keseluruhan daripada perusahaan-perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung membantu penyampaian barang-barang (goods) dan jasa-jasa ".⁷⁾

Selanjutnya menurut Suljus A. Natoradjo memberikan defenisi marketing :

⁶⁾ Schuls William, , *American Marketing*. Second Edition Sab Francisco, Wadsworth Publishing Company, Inc.1989 : hal. 5.

⁷⁾ Prayudi Atmosudirjo. *Administrasi Niaga. (Business Administration)*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990. hal. 100.

" meliputi segala aktivitas-aktivitas yang menyangkut penciptaan faedah-faedah tempat, waktu dan hak milik, usaha pembelian dan penjualan dan meliputi aktivitas-aktivitas perdagangan yang menyangkut pergerakan arus barang dan jasa antara sektor produksi dan sektor konsumen ".⁸⁾

Dari defenisi di atas, nyatalah pengertian marketing dapat diartikan sebagai berikut setiap usaha ditujukan untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen atau pembeli.

Kemudian ada defenisi sederhana menurut M. Manullang sebagai berikut : " Marketing adalah segala aktivitas yang dikerjakan oleh orang-orang atau badan-badan untuk memindahkan barang-barang dari tangan produsen ke tangan konsumen".⁹⁾

Jadi jelas bahwa kegiatan marketing bukan semata-mata hanya merupakan kegiatan kegiatan untuk menjual barang dan jasa saja, melainkan menciptakan suatu cara agar suatu produk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat.*

Dengan tersedianya berbagai jenis barang yang dibutuhkan masyarakat, maka setiap orang akan lebih giat bekerja untuk mendapatkan uang agar dapat membeli barang yang ditawarkan itu untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

⁸⁾ Suljus A. Natorajo, *Unsur-Unsur Marketing*, Alumni, Bandung, 1991, hal. 2.

⁹⁾ M. Manullang, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hal. 221.

Ada pendapat sarjana yang menganggap sama antara marketing dengan distribusi (penyaluran) tetapi kenyataannya bila diteliti adalah tidak sama, sebab distribusi hanya merupakan penyaluran barang dari produsen kepada konsumen sedangkan marketing tidaklah demikian.

Di dalam beberapa hal pimpinan perusahaan mempunyai salesman dan dealers untuk memberikan informasi/data mengenai persoalan pemasaran, akan tetapi pada akhir-akhir ini mengingat pemasaran semakin menjadi luas dan kompleks maka pimpinan perusahaan mulai melakukan riset pemasaran sebagai alat yang dapat menghubungkan atau mengadakan kontak dengan langganan.

Menurut J. Supranto mendefenisikan riset pemasaran sebagai berikut :

Riset pemasaran ialah suatu kegiatan pengumpulan (collecting), pengolahan (processing) serta analisa (analysis) dari pada seluruh fakta atau data yang menyangkut persoalan yang berhubungan dengan permintaan dan penjualan (transfer and sales) dari pada barang-barang dan jasa (goods and services) dari produsen ke konsumen (producers to consumers).¹⁰⁾

Dari defenisi tersebut lebih jelas lagi bahwa riset pemasaran mencakup pemasaran, saluran distribusi ataupun dalam hal penjualan dengan perkataan lain meliputi seluruh persoalan mulai dari memilih barang apa yang akan diproduksi sampai pada penjualannya.

Jadi kegiatan marketing bukan saja menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, tetapi juga berusaha agar penyaluran itu dapat berjalan dengan lancar. Supaya penyaluran dapat berjalan dengan lancar maka barang haruslah sesuai dengan keinginan, selera dan daya beli konsumen. Sebelum

¹⁰⁾ J. Supranto, *Metode Riset dan Aplikasinya di Dalam Riset Pemasaran*, Lembaga Penerbit Fak. Ekonomi UI, Jakarta, 1991, hal. 166.

menghasilkan barang, aktivitas marketing harus sudah dimulai seperti mengadakan penelitian tentang selera, daya beli, jumlah dan lokasi dari konsumen.

Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa kegiatan dalam marketing adalah produktif, karena menciptakan kegunaan (utility).

Menurut Alex S. Nitisemito membagi kegunaan (utility) atas 4 macam, yaitu :

- a. Form utility
Kegiatan meningkatkan barang dengan jalan merubah bentuk menjadi barang lain yang secara umum lebih bermanfaat.
- b. Place utility
Kegiatan yang merubah nilai suatu barang menjadi lebih berguna karena telah terjadi proses pemindahan dari suatu tempat ke tempat lain.
- c. Time Utility
Kegiatan yang menambah kegunaan suatu barang karena ada proses waktu atau ada perbedaan waktu.
- d. Possesion Utility
Kegiatan yang menyebabkan bertambah gunanya suatu barang karena telah terjadi proses pemindahan dari pihak satu ke pihak yang lain.¹¹⁾

C. Pasar Sebagai tempat Pedagang Berjualan

Sebelum penulis menguraikan tentang pasar sebagai tempat berjualan, terlebih dahulu penulis menguraikan pengertian dari Pasar.

Menurut Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Medan No. 8 Tahun 1988, tentang Pengelolaan Pasar, di dalam Bab I Pasal 1, huruf g, yang berbunyi sebagai berikut: Pasar adalah semua tempat baik yang didirikan

¹¹⁾ Alex S. Nitisemito, *Marketing*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1989, hal. 15.

atau disediakan oleh Pemerintah maupun swasta yang khusus kegunaannya untuk tempat berjualan/berusaha seperti bangsal-bangsal, loods-loods, gudang-gudang, toko-toko, stand-stand/kios-kios dan lapangan-lapangan dan termasuk semua sarana yang berada di kompleks tersebut.

Di dalam Peraturan Daerah ini lebih lanjut diterangkan tentang pengertian Pasar ini sebagai berikut :

Pasar Pemerintah adalah pasar yang didirikan/disediakan dan dikelola oleh Pemerintah. Pasar swasta adalah pasar yang didirikan/disediakan dan dikelola swasta yang telah mendapat izin dan di bawah pengawasan pemerintah daerah. Pasar sementara adalah pasar yang terdiri dari bangunan-bangunan, lapangan-lapangan, jalan-jalan umum, trotoar atau tempat-tempat lainnya milik Pemerintah Daerah atau yang dikuasai oleh Pemerintah Daerah yang menurut fungsinya bukan untuk tempat berjualan/berusaha akan tetapi untuk sementara telah digunakan oleh pedagang untuk sebagai tempat berjualan/berusaha.

Dari pengertian pasar yang diuraikan di atas berarti tidak hanya semata-mata bangunan-bangunan khusus yang dijadikan sebagai tempat berjualan, tetapi termasuk lapangan-lapangan yang digunakan para pedagang tempat-tempat berjualan sepanjang tidak dilarang oleh Pemerintah.

Berarti dalam hal ini semua tempat-tempat baik yang didirikan pihak Pemerintah maupun disediakan pihak swasta dan lapangan-lapangan yang digunakan para pedagang melakukan kegiatan berjualan di sebut pasar.

Untuk memperdalam pengertian pasar ini penulis mengemukakan pengertian pasar kalau ditinjau dari sudut secara ekonomis yaitu Pasar tidak lain

tempat bertemunya di antara para pedagang dengan pembeli, terjadinya para pedagang menawarkan dagangannya kepada pembeli sehingga membawa kelancaran distribusi barang-barang serta mendorong untuk mempercepat proses produksi barang-barang pada umumnya.

Menurut pandangan secara ekonomis pasar mempunyai arti yang berbeda dengan pengertian pasar yang diberikan oleh pemerintah, karena menurut paham Pemerintah hanya dipandang dari segi tempatnya saja ataupun yang dikenal dengan bantuan khusus yang dijadikan sebagai tempat berjualan para pedagang, sedangkan menurut pandangan secara ekonomi tidak mempersoalkan tempat/bangunannya, artinya bahwa pasar itu suatu tempat bertemunya para pedagang dan pembeli tanpa mempersoalkan letak dan tempatnya asalkan mendorong untuk mempercepat proses produksi barang secara umum.

Dengan memperhatikan dari dua pendapat di atas yang memberikan pengertian tentang pasar, kalau kita pegang dua pendapat ini maka dapatlah kita katakan bahwa pasar tidak lain bangunan khusus yang didirikan oleh Pemerintah maupun pihak swasta asalkan diperntukkan kepada pedagang sebagai tempat melakukan kegiatan berjualan sehingga mampu membawa kelancaran proses produksi barang dan membawa kelancaran distributif, karena sifat pasar itu sendiri adalah untuk melayani segala kebutuhan atau kepentingan masyarakat.

Pengertian pasar memang bukanlah suatu hal yang baru bagi masyarakat kita, karena mulai dari kecil kita telah berhubungan dengan pasar atau telah mengunjunginya pada saat-saat yang tertentu, karena itulah pasar

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/9/23

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

tidak hanya dikenal dalam masyarakat tertentu saja akan tetapi semua orang sudah mengenal dan mengerti tentang pasar, karena pada umumnya setiap orang terus berhadapan dengan soal pasar (marketing) sekalipun ia seorang konsumen.

Hal ini dapat kita rasakan dalam kehidupan kita sehari-hari seorang ibu rumah tangga memerlukan berbagai kebutuhan hidup seperti beras, gula, kopi, garam dan lain-lain sebagainya, ia hanya memperoleh dengan mudah di pasar atau warung di sekitarnya dimana ia bertempat tinggal.

Untuk itulah pasar yang dapat dijadikan sebagai tempat para pedagang bertemu dengan pembeli dirasakan oleh setiap orang baik di kota-kota besar, kecil maupun di pelosok-pelosok sangat penting artinya terutama dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari ataupun dalam menjual segala hasil bumi dan laut oleh warga desa.

D. Kewajiban Para Pedagang Dalam Membayar Retribusi

Sebagaimana telah diketahui bahwa Pemerintah Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Medan dalam bertujuan mewujudkan masyarakat yang sejahtera, serasi dan seimbang, mampu mengurus rumah tangga sendiri, sebagai pelaksana otonomi daerah yang nyata dan bertanggung jawab menjamin perkembangan pembangunan nasional yang tersebar di daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Medan.

Khususnya Kotamadya Daerah Tingkat II Medan, untuk memperlancar pembangunan kota, Pemerintah Daerah harus didukung oleh peningkatan

pendapatan daerah, dalam hal ini Pemerintah Daerah Kotamadya Tingkat II Medan mengharapkan peranan dan partisipasi masyarakat dalam menunjang peningkatan pendapatan daerah.

Masyarakat dalam hubungannya dengan kegiatan pasar mempunyai peranan yang sangat penting, dalam kaitannya masyarakat sebagai pemakai jasa/pelayanan dalam kegiatannya berdagang yang sudah tentu menggunakan fasilitas-fasilitas yang diberikan pemerintah baik berupa fasilitas gedung/toko, kebersihan, keamanan dan sebagainya, di lain pihak masyarakat pedagang berkewajiban membayar kepada Pemerintah Daerah berupa retribusi sebagai balas jasa langsung atas penggunaan fasilitas-fasilitas yang diberikan Pemerintah Daerah kepadanya.

Di dalam Peraturan Daerah Kotamadya daerah Tingkat II Medan No. 8 Tahun 1988, disebutkan bahwa para pedagang diwajibkan membayar retribusi yang terdiri dari :

1. Retribusi tempat berjualan.

Yaitu retribusi atas pemakaian tempat-tempat berjualan yang disediakan oleh Pemerintah maupun swasta. Dalam pembayaran retribusi tempat berjualan para pedagang dapat membayarnya dengan dua cara yaitu dibayar setiap hari dan dibayar setiap bulannya.

2. Retribusi bongkar muat barang dagangan.

Yaitu retribusi yang dikutip dari pedagang yang melakukan kegiatan membongkar/memuat barang-barang dagangan.

3. Retribusi pemakaian toilet/kamar mandi/WC.

Yaitu retribusi pemakaian jasa toilet, kamar mandi/WC dan pembayarannya ditentukan untuk setiap kali masuk.

4. Surat-surat berharga.

Yaitu pembayaran uang jasa atau uang administrasi surat keterangan yang dikeluarkan oleh Kepala PD. Pasar. yaitu :

- a. Surat keterangan sementara izin pemakaian tempat-tempat berjualan.
- b. Kartu pemakaian izin tempat berjualan
- c. Surat-surat izin :
 - 1) Izin mengerjakan pekerjaan upah menyorong/menyewakan kereta sorong roda dua.
 - 2) Izin mengelola/menjaga kamar mandi/toilet/WC dan izin jaga malam/siang.
 - 3) Izin memperbaiki stand/kios membuat peti.
 - 4) Pemeriksaan kereta sorong roda dua.
 - 5) Surat keterangan harga pasar
 - 6) Surat keterangan sebagai pedagang
 - 7) Kartu sewa bulanan kios
 - 8) Surat keterangan izin tukar jenis jualan, ijin cabut bulu ayam, izin kukuran kelapa, cabe, kopi.
 - 9) Berbagai surat keterangan lainnya.

5. Bea Balik nama.

Yaitu pembayaran setiap pemindahan pemegang hak sewa tempat berjualan

pada orang lain dikenakan biaya yang harus dibayar pemegang hak sewa yang baru.

6. Pengembalian kredit.

Yaitu setiap pengembalian kredit oleh para pedagang, baik kredit inpres pasaeer maupun kredit bentuk lain untuk keperluan pembangunan pasar/memperoleh tempat berjualan.

7. Retribusi sewa toko.

8. Retribusi penerangan/listrik.

9. Retribusi sampah.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Secara lebih formal, pengambilan sampel terdiri atas pilihan elemen dari populasi.

" Populasi dapat berupa kumpulan dari setiap obyek penelitian. Pada dasarnya, populasi adalah himpunan semua hal (keseluruhan realitas sosial) yang ingin diketahui ".¹²⁾

Dalam penelitian ini, peneliti harus mengetahui/memahami realitas yang akan diteliti serta jumlah dari populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini maka yang menjadi obyek penelitian ini yaitu yang secara langsung menjadi populasi adalah para PD. Pasar Kotamadya Medan itu sendiri.

Melihat banyaknya jumlah populasi dalam penelitian ini, maka dalam penelitian tidak semua konsumen tersebut di atas dijadikan sebagai sampel. Penulis dalam hal ini mempergunakan sebagian dari populasi di atas sebagai sampel penelitian yang akan dilakukan. Pengambilan sampel yang merupakan bagian dari populasi ini akan diusahakan dengan cara yang sebaik mungkin dengan tidak mengurangi arti metodologis, yang mana besarnya sampel itu akan benar-benar representatif.

¹²⁾ B.H. Erickson dan TA. Nosamchuk, *Memahami Data Statistik Untuk Ilmu Sosial*, LP3ES, Jakarta, 1981, hal. 156.

Adapun jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah Bagian Hukum dan Hubungan Masyarakat PD. Pasar Medan.

B. Metode Pengumpulan Data

Di dalam melaksanakan pengumpulan data maupun keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan :

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research).

Dengan penelitian kepustakaan ini dimaksudkan usaha mempelajari buku-buku, majalah ilmiah, bahan perkuliahan dan literatur atau bahan lainnya yang dianggap relevan dengan masalah yang diteliti.

2. Penelitian Lapangan (Field Research).

Dalam penelitian lapangan ini, guna memperoleh data atau informasi penulis langsung terjun ke lapangan dengan pokok permasalahan dengan mengadakan :

- a. Observasi, atau pengamatan digunakan dalam rangka mengumpulkan data dalam suatu penelitian merupakan hasil perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya suatu rangsangan tertentu yang diinginkan atau suatu studi yang sengaja dan sistematis tentang keadaan atau fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan mengamati dan mencatat..
- b. Interview (wawancara), yaitu dilakukan terhadap para pejabat yang berwenang untuk memberikan informasi..

C. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel yang menjadi perhatian penelitian indikatornya harus jelas dalam arti dapat diamati dan diukur.

Kejelasan operasional variabel akan membantu memudahkan menyusun alat penelitian.

Pada penulisan skripsi ini penulis akan mengemukakan dua variabel yang sangat menentukan dan saling berhubungan. Kedua variabel dimaksud adalah :

1. Variabel bebas (Independent Variable) atau disebut juga variabel yang diselidiki pengaruhnya yang dalam hal ini adalah " Usaha-Usaha Yang Dilakukan PD. Pasar "
2. Variabel terikat (Dependent Variabele) yakni variabel yang diramalkan akan timbul sebagai akibat pengaruh variabel bebas. Dalam hal ini adalah " Permasalahan Pedagang " .

Variabel-variabel di atas akan dijelaskan dalam bentuk definisi operasional sebagai berikut :

1. Variabel bebas "Usaha-Usaha Yang Dilakukan PD. Pasar ", dengan indikatornya :
 - a. Kebijakan organisasi,
 - b. Penerapan ketentuan perundang-undangan,
 - c. Kerjasama yang diberikan,
2. Variabel terikat "Permasalahan Pedagang ", dengan indikatornya sebagai berikut :

- a. Penempatan pedagang tidak pada tempatnya
- b. Kurangnya pendapatan
- c. Permodalan

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif dengan cara mengadakan interpretasi data yang didapat dari hasil wawancara. Data yang didapat dari uraian teoritis akan dihubungkan dengan data yang didapatkan di lapangan dan selanjutnya dilakukan pembahasan.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah penulis menguraikan dan mengadakan pembahasan atas judul yang dimaksud maka sampailah penulis pada bagian akhir penulisan skripsi ini dimana akan diberikan kesimpulan dan juga saran.

A. Kesimpulan

1. Pedagang adalah setiap orang yang melakukan pekerjaan berjualan baik ia penjualan bahan-bahan kebutuhan pokok sehari-hari maupun juga bahan-bahan tambahan yang tidak merupakan kebutuhan bahan pokok.
2. Pasar adalah semua tempat baik yang didirikan/disediakan oleh pemerintah maupun swasta yang khusus kegunaannya untuk berjualan/berusaha seperti bangsal-bangsal, loods-loods, gudang-gudang, toko-toko, stand-stand/kios-kios dan lapangan-lapangan dan termasuk semua sarana yang berada di kompleks tersebut.
3. Belum berhasilnya penyuluhan yang dilaksanakan di PD. Pasar Kotamadya Daerah Tingkat II medan terhadap para pedagang kaki lima karena kurang koordinasi dengan instansi-instansi pemerintah atau dengan aparat keamanan/ketertiban masyarakat yang terkait.
4. Belum berhasilnya Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II medan dalam menertibkan para pedagang kaki lima di Kotamadya Daerah Tingkat II medan, karena kurangnya koordinasi terhadap aparat

keamanan/ketertiban masyarakat, seperti ketertiban umum Kotamadya Daerah Tingkat II medan, Kepolisian, Kodim, Camat dan kelurahan dan juga kurang tersedianya tempat-tempat penampungan para pedagang kaki lima.

5. Dengan kurang berhasilnya menertibkan pedagang kaki lima di Kotamadya Daerah Tingkat II Medan, berakibat kurangnya pendapatan retribusi pasar.

B. Saran

1. Agar pelaksanaan penyuluhan terhadap pedagang kaki lima dapat berjalan dengan baik, maka pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II medan, melakukannya dengan memakai alat mass media seperti TV, Radio, Koran dan majalah-majalah.
2. Untuk menunjang kelancaran penggusuran pedagang kaki lima, maka sebaiknya terlebih dahulu disediakan tempat-tempat penampungan.
3. Untuk meningkatkan pendapatan retribusi pasar, para pedagang kaki lima harus ditertibkan secara tuntas dan berhasil.
4. Dalam menertibkan para pedagang kaki lima harus dilakukan dengan meningkatkan koordinasi dengan instansi-instansi atau dengan aparat keamanan/ketertiban masyarakat.
5. Dalam melakukan penggusuran para pedagang kaki lima sebaiknya dilakukan dengan penjagaan di tempat-tempat yang digusur secara terus-menerus.

6. Agar tunggakan pada pedagang yang memiliki kios/stand dapat dicairkan, maka peraturan daerah Kotamadya Daerah Tingkat II medan hendaknya dapat dilaksanakan secara konsekwen dan murni terutama dalam menjalankan sangsi-sangsi.



DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitiesmito, *Marketing*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1989.
- B.H. Erickson dan TA. Nosamchuk, *Memahami Data Statistik Untuk Ilmu Sosial*, LP3ES, Jakarta, 1981.
- J. Supranto, *Metode Riset dan Aplikasinya di Dalam Riset Pemasaran*, Lembaga Penerbit Fak. Ekonomi UI, Jakarta, 1991.
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research Sosial*, Alumni, Bandung, 1980.
- M. Manullang, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990.
- Mohammad Hatta, *Pengantar Ke Jalan Ilmu Pengetahuan*, Mutiara, Jakarta, 1980,.
- Prayudi Atmosudirjo, *Administrasi Niaga (Business Administration)*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990.
- RA, Suhardi, *Politik Sosial Modern, Dasar dan Directiva*, Yayasan Karya Dharma IIP, Jakarta, 1983.
- Schuls William, , *American Marketing*, Second Edition Sab Francisco, Wadsworth Publishing Company, Inc.1989 .
- Suljus A. Natorajo, *Unsur-Unsur Marketing*, Alumni, Bandung, 1991.
- W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, PN. Balai Pustaka, Jakarta, 1976.
- Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Tarsito, Bandung, 1980.