

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Terdahulu

Tabel 2.1. Kajian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Metode	Hasil
1	Krisdiyanto, A., & Dewi, K. (2022).	Studi Kelayakan Tempat Parkir Di Pasar Umum Purwodadi Grobogan.	Metode kuantitatif	Pasar Purwodadi Grobogan menggunakan parkir <i>off Street Parking</i> yang berarti parkir didalam area pasar, Kapasitas parkir pada Pasar Purwodadi Grobogan sangat mencukupi pada kapasitas parkir sepeda montor, sedangkan kapasitas parkir pada mobil dan juga truk sangat kurang memadai, untuk masalah kemacetan tidak ada kemacetan. Walaupun ada kemacetan itu terjadi karena proses manuver pada kendaraan yang parkir pada bahu jalan depan Pasar Purwodadi Grobogan, Pengelola Pasar Purwodadi Grobogan lebih baik memisahkan antara parkir pengunjung dengan parkir pemilik/karyawan toko,

				<p>Diharapkan diadakanya tempat parkir khusus diluar area pasar/menggunakan sebagian tempat angkudes yang berada tepat di depan Pasar Purwodadi Grobogan agar mobil pengunjung dan juga mobil bongkar muat tidak parkir di bahu jalan sepanjang depan pasar, sehingga tidak mengganggu kenyamanan pengguna jalan</p>
2	Algony, Z. A., Anwar, M. R., & Hasyim, M. H. (2020).	Studi Kelayakan Finansial Pada Proyek Pembangunan Kawasan Pasar Terpadu Blimbing Kota Malang	Metode Net Present Value (NPV), Internal Rate Return (IRR), Benefit Cost Ratio (BCR), dan Payback Period (PP).	<p>nilai positif dari NPV sebesar Rp. 109,666,153,926 jika terjadi kenaikan biaya dan kenaikan manfaat sebesar 10%, begitu juga nilai BCR > 1 sebesar 1,3734, dan nilai IRR > suku bunga 7.5% (MARR) sebesar 13,68678%. Untuk perhitungan yang selanjutnya dengan sensitivitas sebesar 15%, 20%, 25%, dan 30% juga didapatkan hasil yang sama yaitu proyek Pembangunan Kawasan Pasar Terpadu Blimbing Kota Malang layak untuk dilaksanakan. Waktu pengembalian investasi (Payback Period) dengan menggunakan metode Simple Payback Period yaitu selama 7</p>

				<p>tahun 1 bulan 7 hari terjadi pada tahun 2017. Dengan menggunakan metode Discounted Payback Period waktu yang diperlukan adalah 10 tahun 8 bulan 1 hari pada tahun 2020</p>
3	Puja, I. M. (2021).	Analisis Kelayakan Investasi Pasar Tradisional Desa Padangsambian Di Denpasar Bali.	<p>Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan studi kelayakan aspek keuangan yang meliputi Net Present Value, Internal Rate of Return, dan back Period</p>	<p>Hasil kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa : a) Proyek Pasar Tradisional ini berlokasi di Desa Padang Sambian, Denpasar Provinsi Bali menelan investasi sebesar Rp. 6.608.446.000,- dengan masa investasi 10 tahun. Dibangun saat tingkat suku bunga pada posisi 12% / tahun dengan laju inflasi menurut data BPS Propinsi Bali yaitu 4,014%; b) Stand yang dibangun sebanyak 108 lapak/los dan 108 kios. Disewakan dengan harga sewa Rp. 400.000,- per bulan untuk kios dan Rp. 300.000,- per bulan untuk lapak/los; dan c) Analisa kelayakan menunjukkan bahwa proyek pasar tradisional ini layak untuk dijalankan dengan perolehan Net Present Value menghasilkan nilai</p>

				<p>positif yaitu sebesar Rp. 1.213.909.306,-, Internal Rate of Return lebih tinggi dari tingkat suku bunga 12% yaitu 16,06%, dan Payback Period terjadi pada tahun ke 4 bulan ke 9 lebih cepat dari masa investasi</p>
4.	<p>Akbar, R. S., Sugiyarto, S., & Srihandayani, F. (2014).</p>	<p>Analisis Dan Studi Kelayakan Pembangunan Kembali Pasar Turisari Kota Surakarta</p>	<p>Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan studi kelayakan aspek keuangan yang meliputi Net Present Value, Internal Rate of Return, dan Payback Period.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa investasi yang diperlukan untuk proyek pembangunan Pasar Turisari Kota Surakarta adalah sebesar Rp. 8.002.587.235,- . Asumsi pendapatan yang ada yaitu retribusi sesuai dengan regulasi yang ada sebesar Rp. 6.214.315.159,-, Nilai jual kios yang didapatkan dengan memasukan pendapatan yang ada Rp.4.789.159,-. Pada aspek kelayakan selama umur ekonomis bangunan 50 tahun didapatkan net present value sebesar Rp.42.542.850.116,-, benefit cost ratio 4,9, break even point dengan membandingkan pendapatan yang ada dapat terjadi pada 1,02 tahun. Penelitian ini hanya untuk murni mencari keuntungan, sedangkan pemerintah Kota</p>

				Surakarta lebih mengutamakan sisi sosial kemasyarakatan dan ekonomi kerakyatan dengan tujuan peningkatan kesejahteraan.
5	Hilman, N. M., & Irana, R. T. (2017).	Studi Kelayakan Finansial Pembangunan Proyek Pasar (Studi Kasus: Pasar Induk Kota Pekanbaru)	Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan studi kelayakan aspek keuangan yang meliputi Net Present Value, Internal Rate of Return, dan Payback Period	Ditinjau dari analisis sensitivitas, perubahan faktor pendapatan turun 10% dapat berpengaruh signifikan kepada perubahan nilai NPV, BCR, IRR, PP, menyebabkan proyek tidak layak secara analisa finansial. Tetapi perubahan faktor pendapatan naik 10%, biaya OPM dan biaya depresiasi naik 10% dan turun 10% tidak terlalu berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan nilai NPV, BCR, IRR, PP, proyek masih dapat dilaksanakan.

2.2 Pasar

Dalam pengertian sederhana, pengertian pasar adalah sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual-beli barang dan jasa. Sedangkan arti pasar adalah suatu tempat dimana pada hari tertentu parapenjual dan pembeli dapat bertemu untuk jual-beli barang. Adapun definisi pasarmenurut Kuntowijoyo (2014) adalah sebagai mekanisme (bukan hanya sekedar tempat) yang dapat menata kepentingan pihak pembeli terhadap kepentinganpihak penjual.

Mekanisme tersebut jangan hanya dimengerti sebagai cara pembeli dan penjual bertemu dan kemudian berpisah, tetapi lebih dari itu harus dimaknai sebagai tatanan atas berbagai bagian, yaitu para pelaku seperti pembeli danpenjual, komoditas yang diperjualbelikan, aturan main yang tertulis maupun tidak tertulis yang disepakati oleh para pelakunya, serta regulasi pemerintah yang salingterkait, berinteraksi, dan secara serentak bergerak bagaikan suatu mesin.

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang Nurcahya & Majapahit (2018). Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran.

Persaingan sangat penting dalam pasar, dan memisahkan pasar dari perdagangan. Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar, sehingga ada persaingan pada setidaknya satu dari dua belah pihak. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan. Beberapa contoh termasuk pasar petani lokal yang diadakan di alun-alun kota atau tempat parkir, pusat perbelanjaan dan pusat perbelanjaan, mata uang internasional dan pasar komoditas, hukum menciptakan pasar seperti untuk izin polusi, dan pasar ilegal seperti pasar untuk obat-obatan terlarang. Pasar dimana para pembeli dan para penjual melakukan interaksi dapat dibedakan menjadi pasar komoditas dan pasar faktor (Melly, 2022). Pasar

komoditas adalah interaksi antara para pembeli dan para penjual dari suatu komoditas dalam menentukan jumlah dan harga barang atau jasa yang diperjualbelikan. Sedangkan pasar faktor adalah interaksi antara para pengusaha (pembeli faktor-faktor produksi) dengan para pemilik faktor produksi untuk menentukan harga (pendapatan) dan jumlah faktor-faktor produksi yang akan digunakan dalam menghasilkan barang dan jasa yang diminta masyarakat. Pasar sendiri memiliki tiga fungsi, yaitu: fungsi distribusi, fungsi pembentukan harga, dan fungsi promosi. Sedangkan menurut fisiknya, jenis pasar dibedakan ke dalam pasar konkret dan pasar abstrak. Pasar konkret merupakan tempat pertemuan antara pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi secara langsung.

Barang yang dijual belikan juga tersedia di pasar tersebut. Sedangkan pasar abstrak merupakan pasar tidak nyata dimana transaksi antar penjual dan pembeli hanya dilakukan melalui telepon, internet (Pramudyo, 2018). Interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli akan menentukan tingkat harga suatu komoditas (barang atau jasa) dan jumlah komoditas yang diperjualbelikan. Sehingga dalam ilmu ekonomi bila kita berbicara tentang pasar, maka secara otomatis kita akan membicarakan mengenai pertemuan antara penjual dan pembeli, barang/jasa yang dijual, serta harga tertentu atas barang/jasa yang dijual tersebut. Dalam ilmu ekonomi mainstream, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi.

Pertukaran barang atau jasa untuk uang adalah transaksi. Pasar peserta terdiri dari semua pembeli dan penjual yang baik yang memengaruhi harganya.

Pengaruh ini merupakan studi utama ekonomi dan telah melahirkan beberapa teoridan model tentang kekuatan pasar dasar penawaran dan permintaan. Ada dua peran di pasar, pembeli dan penjual. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi dan alokasi sumber daya dalam masyarakat (Prasetyo, 2023). Pasar mengizinkan semua item yang diperdagangkan untuk dievaluasi dan harga. Sebuah pasar muncul lebih atau kurang spontan atau sengaja dibangun olehinteraksi manusia untuk memungkinkan pertukaran hak (kepemilikan) jasa danbarang.

2.3. Klasifikasi Pasar.

a) Pasar tradisional

Pasar tradisional menurut Malono (2018) merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

b) Pasar modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (*swalayan*) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah hypermart, pasar swalayan (*supermarket*), dan minimarket. Pasar dapat dikategorikan dalam beberapa hal. Yaitu menurut jenisnya, jenis barang yang dijual, lokasi

pasar, hari, luas jangkauan dan wujud.

2.4 Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga pada saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan (Umar, 2015). Menurut Kasmir dan Jakfar (2013) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Studi kelayakan dapat dilakukan untuk menilai kelayakan investasi, baik pada sebuah proyek maupun bisnis yang sedang berjalan. Studi Kelayakan merupakan suatu penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk menentukan layak tidaknya usaha yang akan dijalankan, dilihat dari segi manfaat dan biaya yang dikeluarkan (Kasmir dan Jakfar, 2013). Studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai kelayakan sebuah proyek yang akan dijalankan disebut studi kelayakan proyek, sedangkan studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai

kelayakan dalam pengembangan sebuah usaha disebut studi kelayakan bisnis (Subagyo, 2018). Studi kelayakan proyek merupakan penelitian tentang layak atau tidaknya suatu proyek dibangun untuk jangka waktu tertentu. Manfaat yang

diperoleh dari melakukan sebuah studi kelayakan investasi adalah untuk menghindari pengeluaran investasi yang ternyata tidak menguntungkan. Menurut Wicaksono dkk (2021), besarnya manfaat yang diperoleh dari investasi antara lain adalah:

- a. Bagi pemerintah, dilaksanakannya investasi baru akan menggairahkan kegiatan ekonomi, menyediakan lapangan kerja, dan devisa.
- b. Bagi masyarakat, terutama di sekitar lokasi dimana proyek dilaksanakan diharapkan akan secara langsung ikut mengikuti hasilnya. Misalnya mendapatkan kesempatan kerja baik langsung maupun terlibat dalam proses pembangunan dan pengoperasian.
- c. Bagi investor sendiri, investasi bertujuan untuk memperoleh manfaat finansial yaitu untuk memperoleh keuntungan Ekonomis demi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan di masa depan Kelayakan sendiri mempunyai arti penelitian yang dilakukan secara mendalam dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Kasmir dan Jakfar (2013) mengklasifikasikan aspek-aspek yang dipertimbangkan dalam studi kelayakan investasi meliputi:
 - a. Aspek Hukum
 - b. Aspek Pasar dan Pemasaran
 - c. Aspek keuangan
 - d. Aspek Teknis dan Manajemen Operasional
 - e. Aspek Manajemen/Organisasi
 - f. Aspek Ekonomi Sosial

- g. Aspek Finansial
- h. Aspek Dampak Lingkungan (AMDAL)
- i. Apek Pasar komersial
- j. Aspek Lokasi

2.5. Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional

Pokok-pokok pengelolaan pasar secara umum dapat dilihat dalam tahapan- tahapan sebagai berikut: 1) Pengelolaan Keuangan, 2) Pembiayaan Operasional, 3) Pendapatan Retribusi dan Sewa, 4) Dana Taktis, 5) Pengelolaan Fisik Pasar, 6) Organisasi Pengurus Pasar. Pasal 84 Undang-undang No.22 Tahun 1999 menegaskan bahwa daerah dapat memiliki Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan pembentukannya diatur oleh Peraturan Daerah. Peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai Perusahaan Daerah dan masih berlaku hingga saat ini adalah Undang- undang Nomor 05 Tahun 1962, tentang Perusahaan Daerah. Dilain pihak Pemerintah juga menetapkan Undang-undang Nomor 01 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas yang dapat dijadikan rujukan baik pengelolaan BUMD secara Business Like Operation.

Perusahaan Daerah saat ini hendaknya bukan hanya menjadi Public Service Oriented tetapi juga harus Profit Oriented, oleh karena itu BUMD harus

didesain, dapat bersaing secara fair dengan perusahaan swasta lainnya guna memperoleh laba dan memberikan kontribusi pada Pendapatan Asli Daerah.

2.6. Aspek Pengelolaan Pasar Tradisional

Menurut Hamid (2022), dalam pengelolaan pasar tradisional dapat dilakukan melalui beberapa aspek sebagai berikut:

- a. Organisasi & Sumber Daya Manusia Perda dari pemerintah kota Denpasar yang berkaitan dengan struktur organisasi pengelolaan Pasar Badung Kota Denpasar.
- b. Alat Produksi & Pemasaran Dalam hal ini pihak pasar dapat mengoptimalkan pengelolaan dengan mengupayakan pemanfaatan sarana dan prasarana

1). Tempat Usaha

Tempat usaha di pasar adalah tempat usaha yang baku berupa kios, counter, los, Tempat terbuka dalam bangunan dengan luas tertentu, Tempat terbuka di luar bangunan/ pelataran, Tempat pemasangan reklame Dengan mengoptimalkan penggunaan tempat usaha pasar di atas dengan menambah dan memasarkan kepada masyarakat yang berminat melakukan usaha disana. Disamping itu dalam rangka upaya mengoptimalkan meningkatkan hunian pada pemakaian sarana toko, kios dapat dilakukan strategi sebagai berikut:

2). Kamar Kecil (KK)

- a) Dikelola oleh pihak manajemen pasar, dapat dikerjasamakan dengan pihak ketiga.
- b) Penetapan nilai setoran pengelolaan dihitung berdasarkan hasil survey

Tim.

- c) Pengelolaan oleh pihak ketiga dituangkan dalam Surat Perintah Kerja dan perjanjian kerjasama pengelolaan.
- d) Jangka waktu pengelolaan selama 1 tahun, dan dapat diperpanjang setelah dievaluasi.

Dengan mengoptimalkan pengelolaan Kamar kecil kepada pihak ketiga akan memindahkan beban wewenang dan pengelolaan, disamping akan dapat menjamin kebersihan kamar kecil tersebut.

3). Pelataran Pasar (Parkir)

- a) Pengelolaan pelataran/ lahan parkir di pasar -pasar hanya digunakan untuk parkir kendaraan.
- b) Pelataran /lahan parkir dikelola oleh Unit Usaha Perparkiran tersendiri.
- c) Pengelolaan parkir dapat bekerjasama dengan pihak ketiga atas persetujuan pimpinan.

4). Lahan Pemasangan Reklame / Promosi

Pemasaran lahan reklame di pasar-pasar dilakukan dapat bekerjasama dengan pihak ketiga;

5).Lahan Pemasangan Antenna

Ijin pemanfaatan lahan oleh Manager Area setelah mendapat persetujuan Direksi PD Pasar ;

- a) Penggunaan lahan max. 5 tahun, setiap tahun besaran tarif sewa lahan dievaluasi.

b) Dapat dilakukan Perpanjangan ijin penggunaan lahan.

6). Lahan prasarana lainnya.

Pemakaian lahan oleh pedagang kaki lima/binaan pasar

- a) Pedagang kaki lima/ binaan di lingkungan pasar dikenakan kewajiban biaya kompensasi penggunaan lahan dan BPP;
- b) Dapat diberikan kartu kaki lima 3) Pemakaian lahan dituangkan dalam Surat Perjanjian antara Manajemen pasar dengan Pedagang;
- c) Lokasi pedagang kaki lima ditetapkan oleh Pimpinan;
- d) Besarnya biaya pengelolaan pasar berdasarkan potensi pasar;
- e) Pedagang kaki lima juga dikenakan sewa kontrak sesuai ketentuan;
- f) Syarat-syarat kegiatan pedagang kaki lima:

Bentuk upaya lain untuk menambah pengoptimalan fungsi pasar tradisional yaitu dengan model pemasaran Pemasaran tempat usaha (toko, kios) dalam bentuk pemasaran tempat usaha di pasar-pasar dilakukan oleh manajemen pasar sendiri maupun bekerjasama dengan Pihak ketiga; Kerjasama dengan Pihak ketiga dituangkan dalam perjanjian kerjasama; Sebagai imbalan atas pemasaran tersebut diberikan fee pemasaran maksimal 2,5 % dari nilai penjualan; Harga jual tempat usaha ditinjau secara berkala setiap 1 (satu) tahun sekali.

4. Metode Kuesioner

Untuk mengetahui kelayakan pasar Atas Baturaja Kabupaten OKU dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner. Menurut Arikunto (2016) kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar

pernyataan (angket) atau daftar isian terhadap objek yang diteliti (populasi atau sampel). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert terdiri dari serangkaian pernyataan tentang sikap responden terhadap objek yang diteliti. Setiap pernyataan memiliki 5 poin, dari skala Agree dan Disagree. Masing-masing skor item dijumlahkan untuk menghasilkan skor total bagi responden (Hardani *et al.*, 2020). Pendapat responden terhadap pertanyaan tentang Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi diberikan nilai sebagai berikut:

- a. Setiap alternatif jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1
- b. Setiap alternatif jawaban tidak setuju diberi skor 2
- c. Setiap alternatif jawaban ragu-ragu diberi skor 3
- d. Setiap alternatif jawaban setuju diberi skor 4
- e. Setiap alternatif jawaban sangat setuju diberi skor 5

dari serangkaian pernyataan tentang sikap responden terhadap objek yang diteliti. Setiap pernyataan memiliki 5 poin, dari skala Agree dan Disagree. Masing-masing skor item dijumlahkan untuk menghasilkan skor total bagi responden (Hardani *et al.*, 2020). Pendapat responden terhadap pertanyaan tentang Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi diberikan nilai sebagai berikut:

- f. Setiap alternatif jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1
- g. Setiap alternatif jawaban tidak setuju diberi skor 2
- h. Setiap alternatif jawaban ragu-ragu diberi skor 3
- i. Setiap alternatif jawaban setuju diberi skor 4
- j. Setiap alternatif jawaban sangat setuju diberi skor 5