

**Pengaruh Persepsi Tentang Minimarket Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi
Pedagang di Pasar Tradisional Songgom****Andi Yulianto**¹⁾¹⁾ Universitas Muhadi Setiabudi
E-mail: andiyulianto@umus.ac.id**Mukson**²⁾²⁾ Universitas Muhadi Setiabudi
E-mail: mukson.brebes@gmail.com***Abstract***

The purpose of this study was to determine the effect of perceptions about mini markets on the socio-economic conditions of traders in traditional markets in Songgom. The research method used is a survey method with a quantitative approach. The population in this study was conducted on traders as many as 100. Hypothesis testing using product moment, coefficient of determination test, and alpha reliability test. Data collection techniques were carried out using questionnaires statements about mini markets and socio-economic conditions of traders in the traditional market in Songgom. Hypothesis testing uses multiple linear regression analysis through (F-test) and (t-test) to know the effect of independent variables on the dependent variable at a 95% confidence level ($\alpha = 0.05$). The results showed that the alternative hypothesis (H_a) was accepted and the null hypothesis (H_o) was rejected which meant that there was an influence between perceptions of mini markets on the socio-economic conditions of traders in Songgom traditional market.

Keywords: *mini markets, traditional market, socio-economic conditions*

PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang banyak sekali minimarket di tengah-tengah keberadaan pasar tradisional. Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Salah satu kegiatan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut adalah memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya. Manusia sebagai makhluk sosial dalam perkembangannya juga menghadapi kebutuhan sosial untuk mencapai kepuasan atas kekuasaan, kejayaan dan martabat. Pasar merupakan kegiatan ekonomi yang termasuk salah satu perwujudan adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Seiring dengan perkembangan waktu, adanya modernisasi dan

meningkatnya kesejahteraan masyarakat, banyak masyarakat yang berbelanja pada minimarket dan mulai enggan berbelanja di pasar tradisional kecuali produk yang tidak ada di minimarket. Tidak sedikit konsumen yang perilaku belanjanya dari pasar tradisional pindah ke minimarket. Menurut Schiffman dan Kanuk (2000), perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

Pasar adalah kegiatan penjual dan pembeli yang melayani transaksi jual-beli. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung. Bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios, gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Kehadiran para peritel modern yang menyasar konsumen menengah ke atas, saat itu lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik dengan kondisi pasar yang kumuh, dengan tampilan dan kualitas buruk, harga jual rendah serta sistem tawar-menawar konvensional. Memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan pasar modern sekarang ini menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup yang berkembang di masyarakat kita. Kemunculan gerai-gerai minimarket ternyata tidak serta merta membawa perubahan atau dampak baik kepada semua kalangan (konsumen maupun pedagang pasar tradisional atau grosir).

Pedagang di pasar tradisional harus bersikeras memikirkan pengadaan barang dan menjualnya kembali kepada konsumen dengan harga yang bisa dikatakan biasa. Sedangkan gerai minimarket tanpa harus memikirkan pasokan barang yang akan dijual karena setiap bulan barang-barang yang akan dijual tetap didatangkan sehingga perputaran perdagangan barang tidak terputus dan persediaan barang tetap terjaga. Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu persepsi tentang minimarket berpengaruh terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional Songgom. Tujuan yang akan disampaikan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi tentang minimarket apakah berpengaruh terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional Songgom atau tidak.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Persepsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah “tanggapan langsung atau sesuatu” (KBBI, 2017). Selanjutnya, Persepsi menurut Desmita adalah “proses kognitif yang kompleks untuk menghasilkan suatu gambaran yang unik tentang realitas yang barangkali sangat berbeda dengan kenyataan sesungguhnya” (Desmita, 2010). Persepsi seringkali diikuti dengan kata perspektif. Perspektif merupakan sudut pandang atau cara pandang kita terhadap sesuatu. Cara kita memandang dalam mengamati kenyataan untuk menentukan pengetahuan yang kita peroleh. Jadi, perspektif merupakan cara pandang yang muncul akibat kesadaran seseorang terhadap suatu isu yang terjadi. Perspektif dapat dijadikan penambah wawasan atau pengetahuan seseorang agar dapat melihat segala sesuatu yang terjadi dengan pandangan yang luas.

Pasar merupakan suatu tempat bertemunya penjual dan pembeli yang melakukan transaksi jual-beli (Permatasari, 2016). Stanton mengemukakan pengertian pasar yang

lebih luas. “Pasar dikatakannya merupakan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi, dalam pengertian tersebut terdapat faktor-faktor yang menunjang terjadinya pasar, yakni: keinginan, daya beli, dan tingkah laku dalam pembelian” (Mursid, 1997).

Adanya 3 unsur utama yang perlu dikaji pada pengertian pasar, yaitu: (1) Orang dengan segala kebutuhan dan keinginannya atau sering disebut sebagai konsumen. (2) Daya beli. Daya beli merupakan faktor yang dapat mengubah keinginan menjadi permintaan. Penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat tidak akan menjadi suatu permintaan apabila masyarakat tidak memiliki daya beli yang memadai. (3) Perilaku dalam pembelian. Perilaku berkaitan dengan pola masyarakat di dalam pasar, seperti pola pengeluaran uang, perubahan selera jenis barang atau jasa, waktu mewujudkan dan membeli, fluktuasi harga atau nilai (Fuad, 2006).

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan yang biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual atau pengelola pasar (Wicaksono dkk., 2014).

Dalam lingkup “pasar tradisional sebagai pasar pemerintah, terdapat 3 pelaku utama yang terlibat dalam aktivitas sehari-hari yaitu : penjual, pembeli, dan pegawai atau pejabat dinas pasar. Selain 3 pelaku utama tersebut terdapat pelaku yang lain yaitu buruh panggul, petugas parkir, petugas kebersihan, preman dan copet” (Masni, 2014).

Pasar modern adalah “pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang bentuknya berupa mall, supermarket, department store, dan *shopping center* di mana pengelolaannya dilaksanakan secara modern, mengutamakan pelayanan dan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal kuat, dilengkapi label harga yang pasti” (Malano, 2011). Adapun yang membedakan pasar modern dengan pasar tradisional adalah dengan adanya ciri-ciri sebagai berikut : (1) Tidak bisa tawar menawar harga. (2) Harga sudah tertera di barang yang dijual dan umumnya diberi barcode. (3) Barang yang dijual beranekaragam dan biasanya memiliki kualitas yang baik. (4) Berada dalam bangunan atau ruangan dan pelayanannya dilakukan sendiri (swalayan). (5) Layanan yang baik dan biasanya memuaskan. (6) Tempatnya bersih dan nyaman, ruangan ber-AC. (7) Tata tempat yang rapih agar konsumen atau pembeli dapat dengan mudah menemukan barang yang akan dibelinya. (8) Pembayarannya dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tentunya tidak ada tawar-menawar lagi.

Kondisi sosial ekonomi setiap orang berbeda-beda dan bertingkat, ada yang keadaan sosial ekonominya tinggi, sedang, dan rendah. Tingkat perkembangan manusia dalam hidupnya dapat dilihat dari pemenuhan kehidupannya sehari-hari. Sementara itu, Winkel (2014) menyatakan bahwa pengertian status sosial ekonomi mempunyai makna suatu keadaan yang menunjukkan pada kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan material yang dimiliki, dimana keadaan ini bertaraf baik, cukup, dan kurang. Kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan material yang dimaksud di atas seperti tingkat penghasilan, tingkat pendidikan, tingkat kesehatan, dan juga harta benda yang dimiliki.

Menurut Sumardi, “kondisi sosial ekonomi adalah suatu kedudukan yang diatur secara sosial dan menempatkan seseorang pada posisi tertentu dalam masyarakat, pemberian posisi itu disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dimainkan oleh si pembawa status.” Sementara Winkel (2014) menyatakan bahwa “pengertian status sosial ekonomi mempunyai makna suatu keadaan yang menunjukkan

pada kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan material yang dimiliki, dimana keadaan ini bertaraf baik, cukup, dan kurang”.

Menurut Sumardi dan Evers yang dikutip oleh Naufal (2018), mengemukakan ciri-ciri keadaan ekonomi sosial yaitu sebagai berikut: (1) Lebih berpendidikan. (2) Mempunyai status sosial yang ditandai dengan tingkat kehidupan, kesehatan, pekerjaan, dan pengenalan diri terhadap lingkungan. (3) Mempunyai tingkat mobilitas ke atas lebih besar. (4) Mempunyai ladang luas. (5) Lebih berorientasi pada ekonomi komersial produk. (6) Mempunyai sikap yang lebih berkenaan dengan kredit. (7) Pekerjaan lebih spesifik.

Upaya mengimplementasikan kebijakan dimulai dengan merevisi beberapa peraturan perundang-undangan yang dianggap sudah kadaluwarsa, diantaranya adalah Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern sebagai pengganti Perpres No. 118 tahun 2000 yang berisi non pembatasan ritel kepemilikan asing (skala besar) dan Permen Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Songgom Lor Kecamatan Songgom. Pasar tersebut dipilih karena perekonomian tradisional yang luas dengan jumlah transaksi yang relatif sibuk dengan disertai jumlah pedagang yang bukan hanya berasal dari Kecamatan Songgom saja.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2001: 116). Sampel penelitian adalah pedagang pasar tradisional yang membuka usahanya di pasar Songgom Lor. Dalam penelitian ini, sampel sebanyak 100 pedagang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan kuesioner.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah dengan menggunakan teknik perhitungan statistik. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang dibedakan menjadi:

Persepsi Tentang Minimarket

No	Pernyataan
1.	Bangunan yang bagus merupakan cara minimarket dalam menarik minat belanja konsumen
2.	Bangunan minimarket yang modern membuat konsumen merasa aman saat belanja
3.	Fasilitas seperti ATM, penerangan ruangan yang sangat baik, serta potongan harga dapat menambah kenyamanan konsumen saat belanja di minimarket
4.	Adanya penyejuk ruangan (AC) merupakan salah satu ciri khas pada minimarket
5.	Minimarket yang saya kunjungi selalu dalam keadaan bersih
6.	Kebersihan minimarket membuat konsumen nyaman saat belanja
7.	Penggunaan label harga memudahkan konsumen untuk mengetahui harga barang tanpa bertanya
8.	Terkadang label harga tidak sesuai dengan harga yang ditampilkan di kasir saat pembayaran
9.	Penataan barang yang rapih dan menarik membuat konsumen antusias untuk berbelanja
10.	Konsumen senang berbelanja di minimarket karena bebas memilih dan mengambil barang sendiri
11.	Minimarket lengkap dalam menjual kebutuhan sehari-hari
12.	Semua kebutuhan sehari-hari bisa saya dapatkan di minimarket

Kondisi Sosial Ekonomi

No	Pernyataan
13.	Pendapatan yang saya peroleh saat ini sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga.
14.	Saya tidak perlu melakukan pekerjaan sampingan karena pendapatan saya saat ini sudah cukup.
15.	Saya menyekolahkan anak saya dari hasil saya berdagang.
16.	Pendidikan anak saya akan terganggu jika penghasilan saya menurun.
17.	Saya merasakan kesehatan fisik saya saat ini sangat baik.
18.	Saya harus ke dokter jika sakit, walau sakitnya tidak serius.
19.	Saya bersosialisasi dengan baik di lingkungan masyarakat sekitar saya.
20.	Semakin tinggi tingkat pendapatan saya semakin dipandang oleh masyarakat

HASIL DAN ANALISIS

Deskripsi Data Responden

Data umum responden yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi responden. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah pedagang pasar tradisional sebanyak 100 orang. Data tersebut meliputi jenis kelamin, usia, domisili, pendidikan akhir dan penghasilan per bulan.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-laki	48	48,0%
Perempuan	52	52,0%
Total	100	100,0%

Dari data di atas dapat diketahui dari 100 responden terdiri dari laki-laki sebanyak 48 (48,0%) dan perempuan sebanyak 52 (52,0%).

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Frekuensi	Prosentase
20 – 25 tahun	21	21,0%
30 – 35 tahun	30	30,0%
35 – 40 tahun	26	26,0%
>40 tahun	23	23,0%
Total	100	100,0%

Dari data di atas dapat diketahui dari 100 responden terdiri dari usia 20 – 25 tahun sebanyak 21, usia 30 – 35 tahun sebanyak 30, usia 35 – 40 tahun sebanyak 26 dan usia >40 tahun sebanyak 23.

Tabel 3. Domisi Responden

Domisi	Frekuensi	Prosentase
Kec. Songgom	89	89,0%
Luar Kec.Songgom	11	11,0%
Total	100	100,0%

Dari data di atas dapat diketahui dari 100 responden terdiri dari domisili Kecamatan Songgom sebanyak 89 dan luar Kecamatan Songgom sebanyak 11.

Tabel 4. Pendidikan Akhir Responden

Pendidikan	Frekuensi	Prosentase
SD	39	39,0%
SMP	36	36,0%
SMA	23	23,0%
S1	1	1,0%
Lainnya	1	1,0%
Total	100	100,0%

Dari data di atas dapat diketahui 100 responden terdiri dari SD sebanyak 39, SMP sebanyak 36, SMA sebanyak 23, S1 sebanyak 1 dan yang lainnya sebanyak 1.

Tabel 5. Penghasilan Responden

Pendidikan	Frekuensi	Prosentase
Rp750.000 - Rp1.500.000	86	86,0%
Rp1.500.000 - Rp2.250.000	11	11,0%
Rp2.250.000 - Rp3.000.000	1	1,0%
>Rp3.750.000	2	2,0%
Total	100	100,0%

Dari data di atas dapat diketahui dari 100 responden terdiri dari penghasilan Rp750.000 - Rp1.500.000 sebanyak 86, Rp1.500.000 - Rp2.250.000 sebanyak 11, Rp2.250.000 - Rp3.000.000 sebanyak 1 dan >Rp3.750.000 sebanyak 2.

Uji Validitas Variabel Persepsi Tentang Minimarket

Jumlah item pertanyaan variabel persepsi tentang minimarket seluruhnya adalah 12 (dua belas) butir dengan ketentuan apabila r hitung $>$ r tabel maka pernyataan valid tetapi jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tidak valid, dimana nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 adalah 0,197 (Tabel 6).

Tabel 6. Validitas Variabel Persepsi tentang Minimarket

No. Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,396	0,197	Valid
2	0,440	0,197	Valid
3	0,566	0,197	Valid
4	0,626	0,197	Valid
5	0,580	0,197	Valid
6	0,627	0,197	Valid
7	0,515	0,197	Valid
8	0,296	0,197	Valid
9	0,525	0,197	Valid
10	0,480	0,197	Valid
11	0,782	0,197	Valid
12	0,732	0,197	Valid

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *pearson correlation* atau r hitung > r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam variabel persepsi tentang minimarket valid.

Uji Validitas Variabel Kondisi Sosial Ekonomi

Jumlah item pertanyaan variabel kondisi sosial ekonomi seluruhnya adalah 8 (delapan) butir dengan ketentuan apabila r hitung > r tabel maka pernyataan valid tetapi jika r hitung < r tabel maka pernyataan tidak valid, dimana nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 adalah 0,197 (Tabel 7).

Tabel 7. Validitas Variabel Kondisi Sosial Ekonomi

No. Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
13	0,626	0,197	Valid
14	0,641	0,197	Valid
15	0,772	0,197	Valid
16	0,617	0,197	Valid
17	0,727	0,197	Valid
18	0,800	0,197	Valid
19	0,590	0,197	Valid
20	0,688	0,197	Valid

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *pearson correlation* atau r hitung > r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam variabel kondisi sosial ekonomi valid.

Uji Reliabilitas

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas yaitu jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel.

Tabel 8. Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Ket.
1.	Persepsi Tentang Minimarket	.775	Reliabel
2.	Kondisi Sosial Ekonomi	.836	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Analisis Bivariat

Uji Regresi

Model Persamaan Regresi Sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependent)

X = Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (Independent)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi (kemiringan); besaran Response yang ditimbulkan oleh Predictor

Tabel 9. Hasil Uji Regresi

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.914	3.914		-1.255	.212
	Persepsi minimarket	.684	.079	.660	8.687	.000

a. Dependent Variable: Kondisi_Sosial_Ekonomi

Dari tabel di atas, dapat diketahui dari hasil analisis regresi dapat diperoleh koefisien untuk variabel persepsi tentang minimarket sebesar 0,684 dengan konstanta sebesar -4.914 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = - 4.914 + 0.684X$$

Nilai t hitung diperoleh sebesar 8,687 > t tabel 1,661 yang menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara persepsi tentang minimarket dengan kondisi sosial ekonomi pedagang atau dengan kata lain H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti terdapat pengaruh antara persepsi tentang minimarket terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional Songgom.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tetap. Jika nilai probabilitas < 0.05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 10. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1160.459	1	1160.459	75.469	.000 ^b
	Residual	1506.901	98	15.377		
	Total	2667.360	99			

a. Dependent Variable: Kondisi_Sosial_Ekonomi

b. Predictors: (Constant), Persepsi_minimarket

Dari hasil analisis Uji F diatas, diketahui F hitung sebesar 75.469 dengan tingkat probabilitas 0.000 (signifikansi). Nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05 maka variabel persepsi tentang minimarket berpengaruh signifikan terhadap variabel kondisi sosial ekonomi.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independent (persepsi tentang minimarket) terhadap variabel dependent (kondisi sosial ekonomi) dengan melihat R square.

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 ^a	.435	.429	3.921

a. Predictors: (Constant), Persepsi_minimarket

Hasil analisis pada variabel kondisi sosial ekonomi terlihat bahwa R square sebesar 0.660 atau 66 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent yaitu persepsi tentang minimarket mampu menjelaskan variabel dependent sebesar 66%, sisanya 34% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada atau tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian mengenai persepsi tentang minimarket terhadap kondisi sosial ekonomi dapat diketahui dari hasil uji regresi menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0.000 lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai signifikansi 0.05. Itu berarti variabel persepsi tentang minimarket sangat berpengaruh terhadap kondisi sosial ekonomi karena nilai signifikansi < 0.05 .

Hasil analisis Uji F di atas, diketahui F hitung sebesar 75.469 dengan tingkat probabilitas 0.000 (signifikansi). Nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05 maka variabel persepsi tentang minimarket berpengaruh signifikan terhadap variabel kondisi sosial ekonomi.

Hasil analisis pada variabel kondisi sosial ekonomi terlihat bahwa R square sebesar 0.660 atau 66 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent yaitu persepsi tentang minimarket mampu menjelaskan variabel dependent sebesar 66%, sisanya 34% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada atau tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi tentang minimarket berpengaruh signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional Songgom sebesar 66%. Hal ini terlihat dari perolehan nilai f sebesar 75,469 dengan tingkat signifikansi (sig) sama dengan atau lebih kecil dari 0,05, dan nilai t hitung diperoleh sebesar 8,687 $>$ t tabel 1,661 yang menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara persepsi tentang minimarket dengan kondisi sosial ekonomi pedagang atau dengan kata lain H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti terdapat pengaruh antara persepsi tentang minimarket terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional Songgom.

DAFTAR PUSTAKA

- Desmita, D. (2010). *Psikologi perkembangan peserta didik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fuad, M. (2006). *Pengantar bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3).

- KBBI. (2017). *Kamus versi online/daring (dalam jaringan)*. <https://www.kbbi.web.id>
- Malano, H. (2011). *Selamatkan pasar tradisional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Masni, Y. (2014). *Analisis preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern di kota Makassar*. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makasar.
- Mursid, M. (1997). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Naufal, M. F. (2018). *Ekonomi dan pendidikan*. Diakses 16 September 2019. [http://ilmuekonomi123.blogspot.com/2018/03/ekonomi dan-pendidikan.html?m=1](http://ilmuekonomi123.blogspot.com/2018/03/ekonomi-dan-pendidikan.html?m=1)
- Permatasari, W. (2017). *Pengaruh Persepsi Tentang Minimarket Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Ciputat Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten*. Skripsi. FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Wicaksono, L. N., Harsasto, P., & Astuti, P. (2014). *Persepsi pedagang pasar terhadap program perlindungan pasar tradisional oleh pemerintah kota Semarang*. Skripsi. Jurusan Ilmu Pemerintahan Universitas Diponegoro.
- Winkel, W.S. (2014). *Psikologi pengajaran*. Jakarta: Grasindo.