

PERANAN PASAR WISATA TERHADAP PENDAPATAN DAERAH DI OBJEK WISATA TUK-TUK

¹Vina Arnita

Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi

²Eky Ermal M

Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area

³Suwarno

Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi

ABSTRACT

This study aims to describe the profile and existence in Tuk-Tuk including explaining management strategies and their contribution to regional development. The research approach used is a quantitative method with descriptive analysis techniques. This is evident from the condition of market infrastructure that has been adequately supported by the participation of traders, consumers, and government who really pay attention to the implementation of programs, innovations, and market promotions. So Samosir Market has a big contribution not only spatially and socially culture, but also to support the regional economy and tourism. This study examines whether the variable Technology Development, on regional income. Then the data obtained were analyzed using multiple regression analysis. The results of the study stated that the variable of the development of science and technology had a significant effect on the development of Government revenue. If government revenue is large from the tourism market, the allocation for regional income will be high because it affects the number of outside communities entering the area. The government also has the responsibility to promote and increase the tourism market because if it is not promoted and allocated properly it will be lost by the times and the characteristics of an area will disappear by itself. This study aims to look at the influence of the tourism market on regional income in Tuk-Tuk. The method used is by distributing questionnaires to entrepreneur owners who offer traditional products. Researchers have a target is a traditional product derived from tuk-tuks. The population and samples were taken from traders in the tuk-tuk who have traditional handicrafts that show the peculiarity of the islands in Samosir.

Keywords: *Technology, Market*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan era globalisasi banyak transaksi-transaksi yang terjadi didunia. Transaksi-transaksi yang terjadi sering dilakukan adalah pasar. Pasar adalah salah satu tempat terjadinya transaksi baik transaksi tukar barang maupun dengan menggunakan alat tukar yaitu uang. Pasar tersebut memiliki fungsi sebagai tempat orang melakukan kegiatan jual beli. Adapun pembagian pasar dilihat dari sudut pandang umum yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Kedua pasar tersebut menjadi tempat setiap komunitas maupun perorangan untuk melakukan transaksi. Akan tetapi dari sudut padangnya pasar tradisional mulai ditinggalkan komunitasnya. Banyak komunitas memilih pasar modern yaitu dengan menggunakan satu alat teknologi, setiap komunitas bias memilih barang-barang yang mereka inginkan. Adanya Teknologi komunikasi berkembang demikian pesatnya. Saat ini aplikasi teknologi komunikasi mencengangkan masyarakat, khususnya perkembangan teknologi komunikasi berbasis telekomunikasi seluler. Komunikasi dapat dilakukan tanpa batas didukung dengan adanya teknologi internet. Hal tersebut menyebabkan kehidupan manusia menjadi lebih mudah sehingga tidak dirasakan adanya jarak pembatas antara satu manusia dengan manusia lain di belahan dunia ini (Taicha & Davis 2005). Teknologi komunikasi, seperti tele-komunikasi seluler, hampir digunakan oleh semua tingkatan masyarakat. Fenomena penggunaan telekomunikasi adalah untuk memperlancar komunikasi antarindividu (Serkan; Özer, Arasil, 2005). Peran

telekomunikasi seluler saat ini tidak mengenal batas tidak hanya di masyarakat umum juga di komunitas pedagang. Misalnya, masyarakat pedagang skala mikro di pasar tradisional.

Pasar tradisional menurut Wikipedia Indonesia biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai yang dibuka oleh penjual. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, dan lainlain. 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 yang memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Secara umum, pasar didefinisikan sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Dalam penelitian ini pasar yang dimaksud adalah bangunan secara fisik tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar yang menjadi obyek penelitian ini adalah pasar tradisional. Pasar tradisional biasanya se-lalu diasosiasikan sebagai pasar becek dan kumuh, serta pedagangnya tidak menggunakan teknologi dalam aktivitas perdagangannya. Citra tersebut melekat di masyarakat umum. Permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah apakah para pedagang tradisional menggunakan teknologi komunikasi dalam rantai nilai usahanya. Selanjutnya telekomunikasi adalah untuk memperlancar komunikasi antarindividu (Serkan; Özer, Arasil, 2005). Peran telekomunikasi seluler saat ini tidak mengenal batas tidak hanya di masyarakat umum juga di komunitas pedagang. Misalnya, masyarakat pedagang skala mikro di pasar tradisional.

Pasar tradisional menurut Wikipedia Indonesia biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai yang dibuka oleh penjual. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, dan lainlain. 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 yang memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Secara umum, pasar didefinisikan sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Dalam penelitian ini pasar yang dimaksud adalah bangunan secara fisik tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar yang menjadi obyek penelitian ini adalah pasar tradisional.

Pasar tradisional biasanya selalu diasosiasikan sebagai pasar becek dan kumuh, serta pedagangnya tidak menggunakan teknologi dalam aktivitas perdagangannya. Citra tersebut melekat di masyarakat umum. Permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah apakah para pedagang tradisional menggunakan teknologi komunikasi dalam rantai nilai usahanya. Selanjutnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan masalah yang dihadapi pedagang tradisional dalam mengoptimalkan potensi keuntungannya dengan menggunakan teknologi komunikasi yang paling tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang terjadi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: pasar tradisional masih belum banyak yang mengetahui baik dalam negeri maupun luar negeri. Permasalahan yang terjadi adalah masih kurangnya jangkauan teknologi di pasar tradisional terutama dikawasan Tuk-Tuk Danau Toba. Akan tetapi potensi yang pada daerah tersebut memiliki kontribusi yang besar bagi pendapatan daerah. Maka permasalahan yang terjadi adalah: Adakah peranan teknologi terhadap pasar tradisional yang mempengaruhi pendapatan daerah di objek wisata Tuk-Tuk Danau Toba.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diambil dari rumusan permasalahan yaitu adanya peranan teknologi terhadap pasar tradisional yang mempengaruhi pendapatan daerah di objek wisata Tuk-Tuk Danau Toba.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pasar Tradisional

Polanyi (2003) mengatakan pasar merupakan sebuah institusi sebagai arena praktik transaksi ekonomi berlangsung, dan telah ada sejak manusia mulai mengenal pertukaran dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Sejalan dengan dinamika yang terjadi dalam masyarakat, pasar mengalami perkembangan dan perubahan. Sampai dewasa ini masyarakat mengenal dua jenis pasar, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Kedua jenis pasar ini memiliki karakter dan pelaku pasar yang relatif berbeda. Pasar tradisional merupakan ruang transaksi komoditas kebutuhan subsisten yang prosesnya masih kental diwarnai suasana ekonomi pedesaan dengan tradisi yang masih kental. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi langsung yang biasanya diawali dengan proses tawar-menawar harga. (Surakarta 2011) Sementara, pasar modern merupakan ajang praktik ekonomi perkotaan yang diwarnai oleh sains dan teknologi modern, baik dari segi komoditas, aktor yang terdapat di dalamnya, bahkan proses dan aturan main seperti yang telah ditetapkan oleh pengelola.

Berdasarkan pemahaman di atas, pengertian tentang pasar (khususnya pasar tradisional) selalu dibatasi oleh anggapan bahwa pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung untuk melakukan interaksi jual beli (proses penawaran). Namun dalam konteks pasar modern tidak ada kewajiban antara penjual dan pembeli harus bertemu pada suatu tempat tertentu. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, seperti internet penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi jual beli terhadap suatu barang kendati dengan jarak yang berjauhan. (Rahadi, Prabowo et al. 2015) Di samping itu dalam pasar modern antara penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung, tetapi pembeli cukup melihat label harga (barcode) yang tercantum dalam barang. Globalisasi dengan berbagai bentuk dan caranya berlangsung hingga jauh dan telah masuk ke sudut-sudut ruang dan tempat di seluruh pelosok negara karena hadirnya industri, investasi individu, dan informasi (Ngono 2019). Sebagaimana diungkapkan oleh Appadurai (dalam Ritzer dan Goodman, 2011:598) bahwa arus kebudayaan global (global cultural flow) dapat diketahui, yakni dengan memperhatikan hubungan antara lima komponen dari ciri-ciri kebudayaan global, yaitu diistilahkan dengan: (a) ethnoscape, yaitu perpindahan penduduk atau orang dari suatu negara ke negara lain; (b) technoscape, yaitu arus teknologi yang mengalir begitu cepat dan tidak mengenal batas negara; (c) mediascape, media yang dapat menyebarkan informasi ke berbagai belahan dunia; (d) finanscape, yakni aspek finansial atau uang yang sulit diprediksi pada era globalisasi; dan (e) ideoscape, yaitu komponen yang terkait dengan masalah politik seperti kebebasan, demokrasi, kedaulatan, kesejahteraan, dan hak seseorang. Pertumbuhan dan mobilitas penduduk disertai dengan kehidupan perekonomian yang berkembang pesat didukung sektor pariwisata menunjukkan gejala adanya pengaruh global terhadap perilaku konsumen. Kompleksitas dan perubahan telah menjadi ciri dominan masyarakat industri dewasa ini Toni (2013) Permasalahan kompleksitas hampir telah memasuki semua aspek kehidupan, seperti pemasaran global, sistem perdagangan, teknologi, dan media yang menjadikan dunia ini semakin sempit (global vilage). Kapitalisme merupakan ideologi yang serakah mengambil semua yang ada untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Dengan menggunakan teknologi dan media komunikasi yang mereka ciptakan dan dapat menembus batasbatas suatu wilayah, maka kapitalisme secara cepat dapat menguasai sektor-sektor penting di daerah/wilayah tersebut. Globalisasi sering dikaitkan dengan pasar bebas.

2.1.2 Teknologi

Keberadaan sistem informasi dan teknologi yang ada saat ini, secara tidak langsung sangat mendukung perkembangan usaha pedagang di pasar tradisional. Walaupun tingkat pengetahuan yang terbatas mengenai teknologi yang berkembang saat ini, namun untuk dapat mempertahankan usahanya diperlukan motivasi untuk dapat mengenal lebih jauh teknologi dan sistem informasi yang ada, baik yang sederhana maupun tingkat tinggi. Sebagian besar pedagang (57,78%) mendapatkan informasi mengenai barang dagangan yang akan diperdagangkan berasal dari sesama pedagang di pasar.

Informasi yang dicari terutama untuk memperlancar usahanya di antaranya adalah: 1) jenis barang yang akan dijual, 2) nama dan tempat pemasok berasal, 3) harga barang para pemasok, 4) kualitas barang, 5) sistem pembayaran, 6) peraturan yang harus diikuti. Informasi-informasi tersebut bertujuan untuk memperoleh barang dan pemasok barang yang berkualitas untuk dapat memasok barang dengan kualitas yang terbaik. Dengan adanya teknologi yang

semakin berkembang saat ini, keberadaan alat telekomunikasi sangat diperlukan untuk kelancaran usaha. Penggunaan alat-alat modern untuk proses komunikasi selama berlangsungnya kegiatan usaha dilakukan dengan menggunakan telepon, baik telepon rumah, telepon umum, maupun telepon seluler. Sebanyak 33,33% pedagang menggunakan telepon seluler dengan sistem GSM, dan 26,67% menggunakan telepon seluler dengan sistem CDMA. Bagi pedagang yang tidak memiliki telepon seluler, biasanya menggunakan telepon umum. Namun, ada juga pedagang yang tidak menggunakan alat-alat komunikasi modern dalam melakukan usahanya. Rata-rata biaya yang dipergunakan untuk komunikasi menggunakan telepon seluler adalah sekitar Rp. 50.000,- s.d. Rp.100.000,- per bulan.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif asosiatif. Menurut Ety (2010) penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat serta variabel mediasi guna mengetahui keakuratan dalam memprediksi gejala (fenomena) yang ada. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi hanya dalam mahasiswa semester 5 dan 7 yang memilih jurusan akuntansi.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner, seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2007), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kualitas instrument penelitian dapat dievaluasi melalui uji realibilitas dan validitas. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui masing-masing konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen (Sugiono, 2007). Setidaknya terdapat dua prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini untuk menguji kualitas data, yaitu:

3.3 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Uji validitas dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total dari item-item pertanyaan. Apabila skor total dari masing-masing dimensi variabel berada dibawah taraf signifikansi yang telah ditentukan maka dapat disimpulkan dimensi kuisisioner tersebut valid atau dapat dilihat dengan r hitung $>$ dari r tabel, maka nomor pernyataan tersebut valid dengan tingkat signifikan $r > 0,3$. Hasil uji reliabilitas pada 30 responden di luar sampel dapat dinyatakan item pertanyaan dikatakan valid atau sudah memenuhi kriteria kualitas data yang baik.

3.4 Uji Reliabilitas

Uji konsistensi internal (reliabilitas). Uji ini ditentukan dengan melihat koefisien *Cronbach Alpha*. Pengujian ini menentukan konsistensi jawaban responden atas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien *Cronbach Alpha* atas 0,60. Hasil uji reliabilitas pada 30 responden di luar sampel dapat dinyatakan item pertanyaan dikatakan reliabel atau sudah memenuhi kriteria kualitas data yang baik.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data primer yaitu data yang harus dilakukan pengolahan kembali untuk mendapatkan data yang sebenarnya. Data primer dapat berupa data wawancara atau kuisisioner. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer yaitu sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2007). Sumber data dalam penelitian ini berasal dari mahasiswa Universitas Pembangunan Pancabudi Medan.

3.6 Populasi dan sampel

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa yang mengambil jurusan akuntansi dan yang dipilih mahasiswa semester 5 dan 7 yang berada di Universitas Pembangunan Pancabudi Medan Sumatera Utara berjumlah 500 mahasiswa. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik exidental sampling yaitu sampel yang dijumpai secara langsung yang bersedia mengisi data penelitian berupa kuisisioner.

3.7 Model Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda (*multiple linier regression method*) yang dimodifikasi menggunakan analisis jalur dengan bantuan *Software SPSS (Statistical Package Social Science)*.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Adapun faktor analisis yang mengidentifikasi lebih besar dari 1.854 dan total varians menjelaskan sebesar 61.79% dan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) adalah 0.646 dan adanya pengaruh dari variabel sumber daya IPTEK. Dapat dilihat pada tabel 1.4:

Tabel 1.4 Faktor analisis Sumber Daya IPTEK.

No.	Pernyataan	F1
1	Kurang memanfaatkan teknologi dan internet dalam kegiatan jual-beli	0.782
2	Kurang informasi dan pengetahuan yang dimiliki pedagang toko	0.864

4.2 Pembahasan

Adapun pembahasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pasar Samosir merupakan pasar pariwisata di Sumatera Utara yang memiliki fungsi sebagai sarana berlangsungnya aktivitas jual beli dan kegiatan perdagangan, namun lebih dari itu juga merupakan sarana interaksi sosial dan budaya, serta sebagai sarana rekreasi yang menjadi salah satu destinasi wisata di Sumatera Utara.
2. Eksistensi Pasar Samosir tidak hanya melihat dari keberadaan fisik bangunan pasar saja, tetap juga melihat dari karakteristik pedagang dan konsumen pasar, serta keberlanjutan aktivitas pasar saat ini yang tetap diminati oleh pengunjung, termasuk didalamnya komoditas dagangan yang diperjualbelikan yang lengkap, sangat khas, dan berkualitas bagus.
3. Beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan eksistensi Pasar Samosir diantaranya adalah menjalankan program pasar sesuai visi misi, menciptakan inovasi baru bagi kegiatan pasar, melakukan kegiatan promosi lewat perayaan atau event tahunan yang diselenggarakan di sekitar pasar, serta membuat kebijakan yang lebih tegas melalui perda untuk dapat lebih melindungi pasar tradisional dan menekan pertumbuhan dari pasar modern.
4. Kontribusi Pasar Samosir terhadap perkembangan wilayah Kota Prapat ditunjukkan dari perannya sebagai pusat pertumbuhan baru, menyokong perekonomian kota dalam menyumbang pendapatan asli daerah dan retribusi daerah, mendukung pariwisata kota sebagai destinasi wisata kota Prapat sekaligus ikon di Sumatera Utara, serta dari sudut sosial berperan dalam penyerapan tenaga kerja, mempengaruhi perilaku hidup dan budaya kerja masyarakat

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan eksistensi Pasar Samosir diantaranya adalah menjalankan program pasar sesuai visi misi, menciptakan inovasi baru bagi kegiatan pasar, melakukan kegiatan promosi lewat perayaan atau event tahunan yang diselenggarakan di sekitar pasar, serta membuat kebijakan yang lebih tegas melalui perda untuk dapat lebih melindungi pasar tradisional dan menekan pertumbuhan dari pasar modern. Pasar

Samosir terhadap perkembangan wilayah Kota Prapat ditunjukkan dari perannya sebagai pusat pertumbuhan baru, menyokong perekonomian kota dalam menyumbang pendapatan asli daerah dan retribusi daerah, mendukung pariwisata kota sebagai destinasi wisata kota Prapat sekaligus ikon di Sumatera Utara, serta dari sudut sosial berperan dalam penyerapan tenaga kerja, mempengaruhi perilaku hidup dan budaya kerja masyarakat

5.2 Saran

Adapun saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pasar samosir disarankan lebih menata lokasi dan lebih banyak mempromosikan ke ciri khas terhadap pasar samosir, sehingga banyak wisatawan dalam negeri maupun luar negeri untuk datang ke pasar samosir.
2. Dalam peneliti banyak masyarakat mengeluhkan bahwa pasar samosir sepi sehingga disarankan agar lebih memudahkan wisatawan untuk datang kesamosir

DAFTAR PUSTAKA

- Awalil Rizki dan Nasyid Majidi, *Neo Liberlisme Mencengkram Indonesia* (Jakarta : E. Publising Compani, 2008), hal. 231
- Badan Pusat Statistik, *Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi* (Edisi 36/Mei/2013), hal. 50.
- Frederic Batiat, *Hukum Rencana klasik untuk Membangun Masyarakat Merdeka* (Jakarta: Freedom Institute, 2010), hal. x.
- M.A Mannan, *Ekonomi Islam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Intermasa, 1992), hal. 315.
- Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis* (Malang: UIN Malang Press, 2009), hal. 288
- Pasar Tradisional semakin Terhimpit Ritel Modern*, <http://membunuhindonesia.com/pasar-tradisional-semakin-terhimpit-ritel-modern>. Diakses Tanggal 28 Oktober 2013
- Rahadi Wasi Bintoro, *Aspek Zonasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern*. Diakses 28 Nopember 2013.
- <http://www.materipelajar.com/2017/01/pengertian-dan-penggolongan-sda-sumber.html>
- Sugiyono (2007), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Zimmerere dan Scarborough (2008), *Defining and Measuring Financial Literacy*”, *Rand Labor And Population*. Diambil dari <http://www.rand.org>