

**PENGARUH PEMBERDAYAAN KOMUNIKASI, INFORMASI DAN
EDUKASI TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR
TRADISIONAL BLIMBING KOTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Serjana Ekonomi**

MANAJEMEN



OLEH:

MARGARETA AGUS

NIM: 2016120108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG**

2020

**PENGARUH PEMBERDAYAAN KOMUNIKASI, INFORMASI DAN
EDUKASI TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR
TRADISIONAL BLIMBING KOTA MALANG**

RINGKASAN

Pemberdayaan pedagang di pasar tradisional bertujuan membantu pedagang menentukan harga jual produk yang tepat sehingga mendukung peningkatan pendapatan. Faktor yang berperan penting dalam pemberdayaan pedagang yaitu komunikasi, informasi dan edukasi. pengaruh komunikasi, informasi dan edukasi terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Blimbing Kota Malang secara parsial dan simultan. merupakan penelitian *puposive sampling* sehingga didapatkan sampel penelitian sebanyak 100 pedagang. komunikasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dengan nilai $t_{hitung} = 3,323$, informasi pendapatan pedagang dengan nilai $t_{hitung} = 3,677$ dan edukasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dengan nilai $t_{hitung} = 3,666$. komunikasi, informasi dan edukasi Tradisional Blimbing Kota Malang dengan nilai $F_{hitung} (21,759)$ atau sebesar 54,1%. serta selalu sopan dalam melayani konsumen sehingga mampu meningkatkan pendapatan usaha.

Kata Kunci: Edukasi, Informasi, Komunikasi, Pedagang, Pemberdayaan, Pendapatan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Suatu usaha perkembangan atau wilayah dasarnya terdapat beberapa lingkungan pasar dimana kegiatan ekonomi berlangsung yang dapat memperlihatkan pertumbuhan ekonominya. Baik itu lingkungan internal maupun lingkungan eksternal pasar. Pertumbuhan ekonomi suatu daerah kita bisa melihat aspek yang ada akan kita bahas pada penelitian ini adalah aspek ekonomi. Kota Malang adalah salah satu kota yang sedang mengalami pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat dengan adanya berbagai pembangunan-pembangunan setempat. Pada segi penataan pada pasar tradisional. Dunia kerja dan dunia kesehatan, bagi pedagang cenderung dijadikan tiang harapan yang lebih menjanjikan dalam mencukupi kebutuhan sandang, papan, pangan, nyaman, aman (kebutuhan fisik) dan cinta kasih sayang, aktualisasi diri atau kebutuhan psikologis Prihatminingtyas, (2016).

Lingkungan internal dan eksternal dalam pemasaran sangatlah penting dan perlu diperhatikan dalam menjalankan sebuah usaha. Lingkungan internal

Adalah lingkungan atau keadaan dimana sebuah unsur itu berasal dari dalam diri atau dari dalam suatu objek atau dari dalam lingkungan atau keadaan itu sendiri seperti pemberdayaan terhadap pendapatan kedua unsur tersebut berpotensi sangat besar pengaruhnya terhadap pendapatan pedagang sama halnya dengan lingkungan eksternal, lingkungan eksternal itu sendiri mencakup segala keadaan yang berasal dari luar objek atau dari luar keinginan pedagang itu pasar itu sendiri seperti pemberdayaan terhadap pendapatan pedagang pasar dan juga yang ada dipasar itu sendiri. Dari unsur-unsur lingkungan internal dan eksternal itulah kita dapat mempertimbangkan bagaimanakah pendapatan pedagang pasar tradisional yang selama ini kita lihat dipasaran.

penulis akan mengangkat unsur pemberdayaan pedangan pasar tradisional dan juga terhadap pendapatan pedangan pasar tradisional. Kemudian pada lingkungan eksternal, penulis mengangkat unsur komunikasi informasi edukasi pedangan pasar tradisional itu sendiri dan juga unsur pesaing yang ada dipasar tersebut dimana pedagang pasar berjualan. Sehingga penulisan dapat menentukan rumusan masalah yang akan dibahas pada proposal.

1.2.Rumusan Masalah

Maka dari itu dapat kita tentukan rumusan masalah dari penelitian ini dalam sebagai berikut:

- 1) Bagaimana Pengaruh komunikasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Blimbing ?
- 2) Bagaimana Pengaruh informasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Blimbing ?
- 3) Bagaimana pengaruh edukasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Blimbing ?
- 4) Bagaimana pengaruh komunikasi, informasi, edukasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Blimbing ?

1.3. Tujuan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah dan pernyataan penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh komunikasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Blimbing.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh informasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Blimbing.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh edukasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Blimbing.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh komunikasi, informasi, edukasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Blimbing.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi Mahasiswa

penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang pendapatan pedagang bagi mahasiswa.

2) Bagi Universitas

Diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan kepustakaan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

3) Bagi Masyarakat

Sebagai gambaran atau informasi tentang pendapatan pedagang pasar tradisional.

4) Bagi Penulis

a. Memperdalam pengetahuan tentang pendapatan pedagang.

b. Memperoleh pengalaman dalam meneliti pendapatan pedagang

1.5. Definisi Operasional

Tabel 1.1: Operasional Variabel Penelitian dan Indikatornya

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1	Komunikasi (X1)	1. Pengetahuan 2. Keterampilan 3. Sikap Nuriana, (2008:28)	1. Bapak/ Ibu menyampaikan kualitas keunggulan barang kepada konsumen 2. Bapak/Ibu memberitahukan kualitas barang kepada konsumen 3. Bapak/Ibu mengemukakan pendapat mengenai produk kepada konsumen 4. Bapak/Ibu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen 5. Bapak/Ibu bersikap baik kepada konsumen 6. Bapak/Ibu berkomunikasi secara lisan kepada konsumen

2	Informasi (X2)	1. Meningkatkan pengetahuan 2. Pembelajaran 3. Pengalaman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barang ditata dengan menarik untuk konsumen 2. pembayaran di bayar dengan cash 3. Pasar mudah di jangkau dengan kendaraan umum 4. Pasar blimbing menjual berbagai produk 5. setiap pedagang membayar retribusi pasar 6. Pengelolaan pasar mempermudah melihat informasi pasar
3	Edukasi (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. pendidikan 2. pelatihan 3. penyuluhan 4. paguyuban 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar blimbing melatih peningkatan pelayanan kepada konsumen 2. Bapak/Ibu mengadakan pelatihan tentang cara kebersihan 3. Bapak/Ibu melakukan penyuluhan tentang kualitas barang 4. Bapak/ibu membentuk paguyuban dalam kelompok berdagang 5. Bapak/Ibu mengenalkan manfaat produk baru kepada konsumen 6. Bapak/ibu memiliki keterampilan dalam menanta barang dengan baik
4	Pendapatan (Y)	1. perkerjaan diterima dan di tanggung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bapak/Ibu mendapatkan hasil yang memuaskan setiap harinya 2. Bapak/Ibu berharap keuntungan modal yang telah dikeluarkan agar tidak mengalami kerugian 3. Bapak/Ibu menerima uang dari konsumen dari hasil menjual barang 4. Bapak/Ibu menjual produk dan jasa kepada konsumen 5. Bapak/Ibu mendapatkan

			keuntungan yang diperoleh meningkat setiap hari
			6. Pendapatan yang diperoleh bisa mensejahterakan keluarga

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. Suharsimi. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi. (Jakarta : Rineka Cipta).
- Hernama. (2013). Pengaruh Lingkungan Internal Terhadap Tingkat Penjualan Usahabatik Banyumas. *Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma*. Depok. Vol. 05. Tahun 2013.
- Himawan. B., 2004. Sektot Ekonomi Rakyat dan Peran Keuangan Mikro, *Lembaga Penelitian SMERU*, NO 10 Apr- jun, Jakarta.
- Kasmir. 2010. Pengantar Manajemen Keuangan Edisi 1. Cetakan Kedua Jakarta : kencana.
- Kasmir. 2011. Kewirausaha. (Jakarta : Rajawali Pers).
- Kotler. Philip Dan Gary Amstrong. 2001. *Principal Of Marketing*, Edisi 8, Prentice Hall, (Jakarta : Pt Gramedia Pustaka.
- Marbun. B, N, (2003) Kamus Manajemen. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta. Tahun 2003.
- Nasution.D.Y. 2015. Efektivitas Komunikasi, Informasi, Dan Edukasi Metode Ceramah dan Pemutaran Film Terhadap Zat Besi Di Kecamatan Padang Sidimpuan Tenggara. Tesis FKM USU.
- Prihatminingtyas, Budi. 2019 *Etika Bisnis (Sesuatu Pebdekatan Dan Aplikasinya Terhadap Stack Holders)*, 976-602-0726-47-2. Penerbit CV. IRDH.
- Prihatminingtyas, Budi. (2017). *Traditional Market And Loca Institutions In Malang City*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi malang.
- Prihatminingtyas, Budi. 2016 “ Discours Of Gadang Traditonal Market Sellers Of Busness And Management” Vol .8, No33, Nopember 2016, Issn 2222-1905 (Paper) Issn 2222-2839 (Online), Hal 1-5.
- Prihatminingtyas, Budi Lasri Dan Novita Dwi, 2016. “ Pemberdayaan Pedagang Pasar Tradisional Blimbing Berbasis Partisipatif Dalam Perlindungan Sosial” Jurnal Care, Vol. 4, No. 3, Nopember 2016.

Peraturan Menteri Komunikasi Dan informasi Republik Indonesia Nomor:
08/PER/M. KOMINFO/6/2018 Tentang Pedoman Pengembangan dan
Pemberdayaan Lembaga Komunikasi Sosial.

Rakhamat, Jalaluddin. 2010. Terori-Terori Komunikasi, Bandung : Remadja
Karya Offset.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. (Bandung, Alfabeta)

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung, Alfabeta)