

## ANALISIS PROFIL DAN PERKEMBANGAN AKTIVITAS USAHA PEDAGANG DI OBYEK WISATA KOTA BATU

**Dharmayati Pri Handini**  
**Wahju Wulandari**  
dharmayanti35@gmail.com  
Universitas Widyagama Malang

**Abstrak:** Tujuan Penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui hubungan antara profil pedagang dengan perkembangan aktivitas usaha pedagang di obyek wisata Kota Batu (2), Untuk mengetahui hubungan antara profil usaha pedagang dengan perkembangan aktivitas usaha pedagang di obyek wisata Kota Batu, dan (3) Untuk mengetahui perkembangan usaha pedagang terhadap pendapatan pedagang di obyek wisata di Kota Batu. Populasi yang digunakan sebagai sampel adalah pedagang yang beraktivitas di obyek wisata Kota Batu yaitu di Selecta, Songgoriti, Jatim Park, BNS dan Alun-alun Kota Batu dan jumlah sampel yang ditetapkan sebagai responden sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan metode Analisis Statistik Deskriptif yakni Distribusi Frekuensi dan Analisis Statistik Inferensial yakni Analisis *Chi Square*. Dari hasil analisis Chi Square menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan, jenis barang yang diperdagangkan serta sarana tempat beraktivitas usaha dengan perkembangan aktivitas usaha.

**Kata kunci:** profil pedagang, profil usaha, perkembangan aktivitas usaha dan pendapatan usaha

**Abstract:** *The purpose of this study were: (1) To determine the relationship between the merchant profile traders business activities development in tourism Batu (2). To determine the relationship between business profile traders with the development of business activities of traders in the tourist Batu City (3). To determine the development of business-to-income trader traders in tourism in the City of Stone. The population used as samples are traders who move in Stone Town is a tourist attraction in: Selecta, Songgoriti, Java Park, BNS and Stone Town Square and the number of samples defined as respondents were 100 respondents. While data analysis using the Statistical Analysis Descriptive Frequency Distributions and Statistical Analysis Inferential the Chi Square analysis. From the analysis of Chi Square menunjukkan that there is a significant relationship between the level of education, type of traded goods as well as a means of business activity with the development of business activities.*

**Key word:** *Traders profile, business profile, the development of business activities and operating revenues*

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mampu memberikan kontribusi di bidang ekonomi dan mampu mensejahterakan masyarakat disekitar lokasi berdirinya obyek wisata. Keberadaan pariwisata menumbuhkan aktifitas usaha

bagi masyarakat yang secara langsung terlibat di dalam penyediaan sarana pelengkap oleh-oleh bagi pengunjung wisata di obyek wisata tersebut. Berdasarkan data BPS Kota batu diketahui bahwa masyarakat yang bekerja sebagai pedagang di Kota batu berjumlah 22.873 ini sebagai bagian dari sumbangan yang dapat diberikan kepada PAD bagi Kota Batu.

Sektor pariwisata merupakan bagian dari bentuk usaha yang dilakukan oleh pemerintah, swasta, dan masyarakat lokal yang terintegrasi kedalam tata kota dilingkungan pemerintah daerah sebagai potensi wisata di suatu daerah. Munculnya pariwisata mampu menumbuh kembangkan ekonomi lokal dan ditandai dengan munculnya usaha-usaha kecil yang akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Wulan (2013) Kota Batu dilihat dari posisi geografi mempunyai potensi yang sangat baik sebagai Kota Wisata karena diapit oleh Gunung Panderman (2010 meter), Gunung Arjuna (3339 meter), dan Gunung Welirang (3156 meter). Beberapa jenis obyek wisata yang sering dikunjungi di Kota Batu dari tahun 2008-2010 ditampilkan pada tabel 1 berikut ini:

Tahun 2012 kunjungan wisata berjumlah 2.584.777, sedangkan dari sisi Pendapatan Asli Daerah (PAD) tahun 2009 sebesar Rp 17,39 miliar, tahun 2010 sebesar Rp 17,74 miliar, tahun 2011 sebesar Rp30,2 miliar, tahun 2012 sebesar Rp 30,5 miliar, dan untuk tahun 2013 diprediksi mengalami kenaikan Rp 9,2 miliar. Namun Kenaikan jumlah PAD Kota Batu menjadi dilema jika dilihat bahwa masih cukup tinggi kondisi warga miskin, yaitu: tahun 2011 ada 29,13 juta jiwa, tahun 2012 turun 0,53%. (BPS, 2012). Salah satu upaya yang harus dilakukan adalah dengan lebih memperhatikan fasilitas yang disediakan dari industri pariwisata. Harapan yang diinginkan oleh industri wisata adalah meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan di Kota Batu sehingga target Pendapatan Asli Daerah 60% tahun 2013 dapat tercapai dan dapat mengurangi tingkat kemiskinan. Salah satu unsur pelengkap dalam pariwisata adalah adanya pedagang di lokasi obyek wisata sebagai bagian dari upaya masyarakat dalam mengembangkan tingkat pendapatannya. Namun masih banyak yang belum mampu dapat menenbus lokasi tersebut dikarenakan ketidak mampuan dalam modal usaha, kecakapan dalam menjalankan usaha dagang dan ketentuan atau aturan main di dalam lokasi wisata.

Penelitian ini dirancang untuk mengetahui berbagai informasi tentang profil pedagang, profil usaha dan perkembangan aktivitas usaha melalui pukuran pendapatan yang diperolehnya. Kualitas pelayanan dari obyek wisata yang dikunjungi oleh wisatawan baik dari manca negara atau lokal sehingga dapat dilihat dari beberapa dimensi, *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*, (Parasuraman, 1998). Menurut Crilley (2005), dimensi kualitas pelayanan pariwisata meliputi keamanan, kenyamanan, suasana, privasi, rasa hormat, keramahan, kompetensi, empati, kehandalan, daya tanggap, santun dan jujur. Konsep teorinya adalah : Penerapan *service quality* akan mampu memberikan kepuasan konsumen dan berdampak pada konsumen yang loyal sehingga berimplikasi pada meningkatnya pembelian atau kunjungan wisatawan.

Menurut Longenecker (2001) bahwa masalah khas yang selalu dapat ditemui dalam manajemen usaha kecil yang sekaligus merupakan faktor penyebab kegagalan yaitu (1) *Lack of management skills and depth*, (2) *personal lack and misuse time*. (3)

*financing*. Pendapat tersebut tidak hanya berdampak pada usaha yang mereka jalankan tidak mengalami kemajuan atau bahkan mengalami kerugian tapi juga berdampak pada kesehatan lingkungan dan pelanggaran-pelanggaran yang mereka lakukan secara tidak sadar karena ketidaktahuan dan sebagainya. Melihat adanya satu fenomena diatas bahwa bagian dari pelayanan di obyek wisata adalah tersedianya pedagang sebagai bagian dari pelengkap jasa yang ditawarkan dan akan dapat membantu masyarakat disekitar lokasi wisata sebagai pemacu ekonomi lokal masyarakat setempat dan masih ada masyarakat yang miskin di Kota Batu membuat penelitian ini dilakukan untuk melakukan **“Analisis profil dan Perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang di Obyek Wisata Kota batu”**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam menentukan arah kebijakan pemerintah Kota Batu pada Dinas Pariwisata, Artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam jurnal ilmiah nasional dan sebagai bahan kuliah khususnya pada mata kuliah manajemen pemasaran UKM.

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan: 1. Bagaimana hubungan antara profil pedagang dengan pendapatan pedagang di obyek wisata Kota Batu? 2. Bagaimana hubungan antara profil usaha pedagang dengan pendapatan pedagang di obyek wisata Kota Batu? 3. Bagaimana perkembangan dan prospek usaha pedagang terhadap pendapatan pedagang di obyek wisata di Kota Batu? Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah : Berdasar pada perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui hubungan antara profil pedagang dengan pendapatan pedagang di obyek wisata Kota Batu. Untuk mengetahui hubungan antara profil usaha pedagang dengan pendapatan pedagang di obyek wisata Kota Batu Untuk mengetahui perkembangan dan prospek usaha pedagang terhadap pendapatan pedagang di obyek wisata di Kota Batu.

Menurut Yoeti (2003) pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk mencari nafkah dari tempat yang akan dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan guna bertamasya dan berekreasi atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Sedangkan menurut Wahab (2003), pada dasarnya ruang lingkup kepariwisataan terdiri atas tiga unsur yaitu: manusia sebagai unsur insani pelaku kegiatan pariwisata, tempat sebagai unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri dan waktu sebagai unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan itu sendiri dan selama berdiam di tempat tujuan wisata. Menurut Widyashanty (2003) Perkembangan kegiatan usaha kecil tersebut dapat dilihat dari profil pedagang dan profil usaha itu sendiri. Pendidikan, merupakan variabel yang menyatakan tingkat pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh pedagang diukur berdasarkan tahun sukses pedagang di dalam menempuh pendidikan formalnya. Tanggungan keluarga Dihitung berdasarkan pada jumlah orang yang menjadi tanggungan dalam keluarga mereka, baik famili atau bukan, yang belum bekerja dan biaya hidup sehari-hari ditanggung oleh pedagang tersebut. Daerah asal merupakan tempat asal pedagang sebelum membuka usaha tersebut. Status pedagang dinyatakan dengan status sudah menikah atau belum menikah. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian profil pedagang yaitu sebagai usaha yang berskala kecil yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan utama untuk menciptakan

kesempatan kerja dan penghasilan bagi dirinya sendiri. Obyek wisata merupakan semua obyek (tempat) yang dapat menimbulkan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjunginya baik itu alam, bangunan sejarah, kebudayaan dan pusat-pusat rekreasi modern. , menurut John O Simond, 1978: tempat wisata merupakan potensi sumber daya alam beserta komponen pendukungnya, baik alami maupun buatan atau gabungan keduanya itu yang dapat dijadikan lokasi untuk melakukan kegiatan wisata sedangkan menurut UU RI No. 9 tahun 1990 pasal 7 tentang kepariwisataan dikatakan bahwa Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain dibidang tersebut. Sarana pariwisata sebagai ujung tombak usaha kepariwisataan dapat diartikan sebagai usaha yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan pelayanan kepada wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata dimana keberadaannya sangat tergantung kepada adanya kegiatan perjalanan wisata. Sedangkan obyek wisata yang kami gunakan sebagai wilayah atau tempat pedagang melakukan aktivitasnya adalah: Selecta, Songgoriti, Jatim Park, BNS , Musium Angkot dan Alun-alun Batu.

## METODE

Jenis penelitian ini adalah *case study*. Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel satu dengan variabel lainnya melalui hipotesis serta untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dari itu penelitian ini termasuk ke dalam penelitian *eksplanatoris*. Penelitian diperoleh dengan menggunakan kuesioner, sebagai Instrumen Penelitian yang didasarkan pada jawaban 100 orang responden pedagang yang beraktivitas usaha di obyek wisata Kota Batu yaitu Selecta, Songgoriti, Jatim Park, BNS , Musium Angkot dan Alun-alun Batu. Proses selanjutnya analisis data dengan menggunakan metode Analisis Statistik Deskriptif yakni Distribusi Frekuensi dan Analisis Statistik Inferensial yakni Chi Square.

Subyek penelitian adalah pedagang di obyek wisata Kota Batu dengan kriteria: 1) Mempunyai tempat berdagang secara tetap dan memperjual belikan dagangan sebagai oleh-oleh atau souvenir dan sebagainya dari obyek wisata tersebut; 2) Mempunyai modal usaha. Sedangkan obyek penelitian ini berupa Analisis Profil pedagang dan profil usaha serta perkembangan aktivitas usaha dari para pedagang yang berada di obyek wisata di Kota Batu. Indikator variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan: Profil pedagang yang meliputi: pendidikan, daerah asal, status pedagang, identitas pedagang, dan riwayat pedagang. Profil usaha meliputi: modal, tenaga kerja, lama usaha, jenis barang dagangan, tempat usaha, sifat barang yang dijual. perkembangan aktivitas usaha dilihat dari hasil pendapatan pedagang.

Variabel yang diteliti dibedakan menjadi dua, yaitu: 1) Variabel Bebas (*independent variables*) disimbolkan huruf X, dan 2) Variabel Terikat (*dependent variables*) disimbolkan huruf Y. Sebagaimana alat analisis data statistik inferensial yang dipergunakan dalam penelitian ini, yakni Chi Square, selanjutnya keterkaitan variabel bebas dengan variabel terikat dapat dijelaskan bahwa Profil pedagang sebagai variabel bebas (X1) terhadap perkembangan aktivitas usaha sebagai variabel terikat (Y), Profil usaha pedagang sebagai variabel bebas (X2) terhadap perkembangan aktivitas usaha sebagai variabel terikat (Y). Sedangkan definisi

variabel dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam Japrianto, 2007 adalah: Profil pedagang ( $X_1$ ) indikatornya pendidikan ( $X_{1.1}$ ), Daerah asal ( $X_{1.2}$ ), status pedagang ( $X_{1.3}$ ). Identitas pedagang ( $X_{1.4}$ ). Riwayat hidup ( $X_{1.5}$ ). Sedangkan untuk Profil usaha ( $X_2$ ) indikatornya Modal ( $X_{2.1}$ ), Tenaga kerja ( $X_{2.2}$ ), Lama usaha ( $X_3$ ), Jenis barang dagangan ( $X_4$ ), dan Perkembangan Aktivitas Usaha indikatornya adalah jumlah pendapatan yang diperoleh.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat 3 (tiga) variabel penting yang dapat menggambarkan profil pedagang, profil usaha dan perkembangan aktivitas usaha pedagang yang berada di obyek wisata Kota Batu. Menunjukkan hasil sebagai berikut.

### 1. Perkembangan Aktivitas Usaha

Untuk mengetahui perkembangan aktivitas usaha dengan cara mengetahui Pendapatan/penghasilan. Adapun Penghasilan yang didapatkan pedagang sangat beragam tergantung pada saat kapan dia melakukan usaha. Aktifitas usaha rutin dilakukan setiap hari, akan tetapi karakteristik penghasilan pada hari biasa (senin-jumat), hari *week end* (sabtu-minggu) dan hari libur nasional adalah berbeda. Pada situasi hari biasa, pedagang dengan pendapatan kurang dari 1,5 juta adalah 83%, sedangkan 17% lainnya bisa mendapatkan uang 1,5-2,5 juta (14%) dan 2,5-5,0 juta (3%). Saat week end, penghasilan pedagang adalah lebih baik dibandingkan dengan hari biasa, sebanyak 2% pedagang menjawab bisa mendapatkan penghasilan lebih dari 5 juta. Jumlah pedagang dengan rentang penghasilan 1,5-5,0 juta juga meningkat yaitu sebanyak 37%, sedangkan pedagang lainnya yang berjumlah 61% masih mendapatkan penghasilan kurang dari 1,5 juta.

Pendapatan pedagang cenderung mengalami peningkatan pada situasi libur nasional, jumlah pedagang dengan pendapatan lebih dari 5 juta meningkat menjadi 7%, sedangkan jumlah pedagang dengan penghasilan kurang dari 1,5 juta mengalami penurunan menjadi 49%. Deskripsi perkembangan aktifitas usaha pedagang yang merupakan gabungan dari ketiga pendapatan dihitung dari total skor 4 tingkat jawaban di setiap situasi. Skor pendapatan ini akan berkisar 3-12, di mana 3-5 disebut sangat rendah, 6-7 rendah, 8-9 tinggi dan 10-12 sangat tinggi. Sehingga dari perhitungan tersebut diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar pedagang (85%) mempunyai perkembangan usaha pada klasifikasi rendah, dan baru 15% yang tergolong tinggi. Aktifitas usaha tergolong tinggi ternyata tidak selalu ada di berbagai tempat wisata. Data penelitian ini menerangkan bahwa ada empat lokasi yang pedagang belum bisa mendapat penghasilan tergolong tinggi (lebih dari 2,5 juta/ hari), yaitu: BNS, Eco Green, Meseum Angkot dan Payung. Hal ini dapat diketahui dari tabel yang kami sajikan dibawah ini yaitu tabel yang menggambarkan situasi perkembangan aktivitas usaha di tempat obyek wisata yang ada di Kota Batu.

## 2. Hubungan Profil Pedagang (Demografi) Dengan Perkembangan Aktifitas Usaha

Profil demografi pedagang terbagi atas 6 indikator yaitu: usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, status pernikahan, jumlah tanggungan keluarga dan asal pedagang. Analisis hubungan dilakukan dengan uji **chi square** dengan tingkat signifikansi sebesar 0,10. Dari hasil analisisnya menunjukkan bahwa **Usia pedagang** berkisar 16-66 tahun, kelompok terbanyak adalah di kisaran 21-30 tahun (44%). Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai pada pedagang berusia muda. Pedagang berusia hingga 20 tahun, berjumlah 9 orang dan ada 2 orang (22,2%) mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi. Sedangkan pada klasifikasi usia lainnya, jumlah pedagang yang tergolong mempunyai perkembangan aktifitas usaha tinggi adalah 8,3-17,6%.

Hasil uji chi square dengan nilai 0,983 dan  $p=0,912$  ( $p>0,10$ ) memberikan keputusan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara usia dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik tidak dijumpai adanya kecenderungan di usia tertentu akan memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Semua tingkatan usia mempunyai potensi yang sama untuk mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori rendah maupun tinggi. Sehingga usia bukan faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha.

**Jenis kelamin:** Pedagang di pasar wisata Batu dilakukan baik oleh pria maupun wanita. Jumlah pedagang pria adalah 56 orang, sedangkan pedagang wanita berjumlah 44 orang. Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai pada pedagang pria. Pedagang pria yang berjumlah 56 orang, ada 11 orang (19,6%) mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi. Sedangkan pada pedagang perempuan, jumlah pedagang yang tergolong mempunyai perkembangan aktifitas usaha tinggi hanya 9,1%. hubungan jenis kelamin dengan perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 2,152 dan  $p= 0,142$  ( $p>0,10$ ) memberikan keputusan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik tidak dijumpai adanya kecenderungan di gender tertentu akan memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Pedagang dengan gender apapun mempunyai potensi yang sama untuk mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori rendah maupun tinggi.

Latar belakang **pendidikan pedagang** di pasar wisata Batu lebih banyak di tingkat diploma (45%). Jumlah pedagang berpendidikan dasar berjumlah 41 orang yaitu 22 orang berpendidikan SLTP dan 21 orang lainnya di tingkat SLTA. Pada penelitian ini juga diperoleh sampel dengan tingkat pendidikan tinggi, yaitu 7 orang berpendidikan sarjana S1 dan 2 orang S2. Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai pada pedagang berpendidikan lebih tinggi. Pada pedagang berpendidikan Sarjana S1 yang berjumlah 7 orang, ada 2 orang (28,6%) mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi. Pedagang berpendidikan diploma yang berjumlah 45 orang, ada 10. Hubungan tingkat pendidikan dengan perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 3,809 dan  $p = 0,051$  ( $p<0,10$ ) memberikan keputusan bahwa ada hubungan yang signifikan antara jenis tingkat pendidikan dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik dijumpai adanya kecenderungan

pada tingkat pendidikan tinggi akan memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Pedagang dengan tingkat pendidikan sarjana mempunyai potensi yang lebih besar untuk mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori tinggi. Sehingga tingkat pendidikan adalah faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha.

Dari indikator **Status Pernikahan**: Pedagang di pasar wisata Batu lebih banyak yang sudah menikah (67%). Jumlah pedagang yang belum menikah berjumlah 22 orang (22%) dan sisanya adalah pedagang dengan status duda (4%) dan janda (3%). Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai pada kelompok pedagang berstatus duda. Pada pedagang di kelompok duda yang berjumlah 4 orang, ada 2 orang (50,0%) mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi. Hubungan tingkat pendidikan dengan perkembangan Aktifitas Usaha Pedagang hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 4,505 dan  $p = 0,212$  ( $p > 0,10$ ) memberikan keputusan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis status pernikahan dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik tidak dijumpai adanya kecenderungan di status pernikahan tertentu akan memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Apapun status pernikahan pedagang mempunyai potensi yang sama untuk mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori rendah maupun tinggi. Sehingga status pernikahan bukan faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha.

**Jumlah Tanggungan Keluarga**: Sebagian besar pedagang di pasarwisata Batu sudah mempunyai tanggungan keluarga (76%), dan hanya ada 24 orang yang belum mempunyai tanggungan keluarga. Jumlah tanggungan keluarga ada yang hanya satu orang (21%), dua orang (26%) dan lebih dari dua orang (29%). Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai pada pedagang yang mempunyai tanggungan keluarga lebih banyak. Pada pedagang dengan tanggungan keluarga lebih dari dua orang duda yang berjumlah 29 orang, ada 6 orang (20,7%) mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi.

#### **Hubungan jumlah tanggungan dengan perkembangan Aktifitas Usaha Pedagang**

Hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 2,087 dan  $p = 0,555$  ( $p > 0,10$ ) memberikan keputusan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara tanggungan keluarga dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik tidak dijumpai adanya kecenderungan kuat pada jumlah tanggungan tertentu akan memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Pedagang dengan jumlah tanggungan keluarga yang banyak atau sedikit mempunyai potensi yang sama untuk mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori rendah maupun tinggi. Sehingga jumlah keluarga bukan faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha.

**Asal pedagang**: Sebagian besar pedagang di pasar wisata Batu adalah berasal dari Malang Raya (87%) yang berasal dari kota Batu atau kota Malang, dan sisanya yang berjumlah 13 orang berasal dari luar Malang. Pedagang dari luar Malang yang ada di pasar wisata berasal dari: Balikpapan, Bojonegoro, Jakarta, Kediri, Lumajang, Madiun, Palembang, Situbondo, Sragen dan Surabaya. Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai pada pedagang yang berasal dari Malang. Pada pedagang dari Malang yang berjumlah

87 orang, ada 15 orang (17,2%) mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi, sedangkan pedagang dari luar Malang tidak ada satupun yang tergolong tinggi. **Hubungan asal pedagang dengan perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang** hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 2,637 dan  $p = 0,104$  ( $p > 0,10$ ) memberikan keputusan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara asal daerah dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik tidak dijumpai adanya kecenderungan kuat pada pedagang dari Malang Raya akan memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Pedagang dari Malang maupun luar Malang mempunyai potensi yang sama untuk mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori rendah maupun tinggi. Sehingga asal daerah bukan faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha.

### 3. Hubungan Profil Usaha dengan Perkembangan Aktivitas Usaha

Untuk mengetahui hubungan profil usaha dengan perkembangan aktifitas usaha dengan cara menganalisa hubungan antara indikator profil Usaha dengan Perkembangan aktivitas usaha secara individu/ parsial Profil usaha pedagang terbagi atas 6 indikator yaitu : lama usaha, jenis produk, tanage kerja, modal awal, status tempat, luas usaha dan sifat barang.

**Lama usaha pedagang** berkisar 1 – 16 tahun, kelompok terbanyak adalah di kisaran 1-3 tahun (37%). Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai pada pedagang dengan usaha 4-10 tahun. Pedagang dengan lama usaha hingga 20 tahun, berjumlah 9 orang dan ada 2 orang (22,2%) mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi. Sedangkan pada klasifikasi lama usaha lainnya, jumlah pedagang yang tergolong mempunyai perkembangan aktifitas usaha tinggi adalah 8,3%-17,6%.

**Hubungan lama usaha dengan perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang** hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 1,074 dan  $p = 0,898$  ( $p > 0,10$ ) memberikan keputusan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara lama usaha dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik tidak dijumpai adanya kecenderungan di lama usaha tertentu akan memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Semua tingkatan lama usaha mempunyai potensi yang sama untuk mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori rendah maupun tinggi. Sehingga lama usaha bukan faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha. **Jenis produk** yang dijual pedagang di pasar wisata Batu terpisah atas beberapa kelompok yaitu : oleh-oleh, souvenir, makanan dan minuman. Sebagian besar pedagang menjual makanan minuman (25%) dan oleh-oleh (souvenir) sebanyak 23%, sedangkan sisanya sebanyak 52% tersebar pada berbagai jenis produk lainnya. Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai jenis produk oleh-oleh (souvenir). Pedagang yang menjual jenis produk oleh-oleh (souvenir) yang berjumlah 23 orang, ada 6 orang (26,1%) mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi. Sedangkan pada pedagang dengan jenis lainnya, jumlah pedagang yang tergolong mempunyai perkembangan aktifitas usaha tinggi hanya mencapai 5,8%.

### Hubungan jenis produk dengan perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang

Hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 7,281 dan  $p = 0,026$  ( $p < 0,10$ ) memberikan keputusan bahwa ada hubungan yang signifikan antara jenis produk



dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik dijumpai adanya kecenderungan di jenis produk tertentu akan memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Pedagang yang menjual jenis produk oleh-oleh (souvenir) atau makanan minuman mempunyai potensi yang lebih besar mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori tinggi. Sehingga jenis produk adalah faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha.

**Jumlah tenaga kerja:** Pedagang di pasar wisata Batu bisa bekerja sendiri atau melibatkan 1 orang tenaga kerja hingga lebih dari 5 orang. Jumlah pedagang dengan tanpa tenaga kerja berjumlah 25 orang dan 75 pedagang lainnya mempunyai tenaga kerja. Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi dijumpai pada pedagang yang tidak bekerja sendiri. Pada pedagang yang mempunyai tenaga kerja, sebanyak 18,7% diantaranya mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi. Sedangkan pada pedagang yang bekerja sendiri, hanya ada 4,0% diantaranya mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi.

#### **Hubungan Tenaga Kerja dengan perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang**

Hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 3,163 dan  $p=0,075$  ( $p<0,10$ ) memberikan keputusan ada hubungan yang signifikan antara jumlah tenaga kerja dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik dijumpai adanya kecenderungan pada kelompok pedagang yang bekerja sendiri mempunyai perkembangan aktifitas usaha yang rendah jika dibandingkan dengan yang mempunyai tenaga kerja. Pedagang yang melibatkan tenaga kerja lain mempunyai potensi mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori tinggi. Sehingga tenaga kerja adalah faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha. Modal awal untuk berdagang di pasar wisata Batu bisa kurang dari 1 juta hingga lebih dari 25 juta. Jumlah pedagang dengan modal awal di bawah 1 juta adalah paling banyak (28%), sedangkan pedagang dengan modal lebih dari 25 juta berjumlah 16 pedagang (16%). Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai pada kelompok pedagang dengan modal awal yang lebih banyak. Pedagang dengan modal awal berjumlah 25 juta atau lebih, ada 31,3%-40,0% diantaranya mempunyai perkembangan aktifitas usaha tergolong tinggi.

#### **Hubungan Modal Awal dengan perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang**

Hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 10,819 dan  $p=0,105$  ( $p>0,10$ ) memberikan keputusan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara modal awal dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik tidak dijumpai adanya kecenderungan modal awal pada jumlah tertentu akan memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Berapapun modal awal pedagang akan mempunyai potensi untuk mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori rendah maupun tinggi. Sehingga modal awal bukan faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha.

#### **Hubungan tempat usaha dengan perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang**

Hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 1,884 dan  $p=0,170$  ( $p>0,10$ ) memberikan keputusan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara status tempat usaha dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik tidak

dijumpai adanya kecenderungan kuat pada status tertentu akan memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Pedagang dengan status tempat usaha baik yang milik sendiri atau sewa mempunyai potensi untuk mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori rendah maupun tinggi. Sehingga status tempat usaha bukan faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha. **Luas tempat usaha** yang digunakan oleh pedagang di pasar wisata Batu berkisar kurang dari 10 m<sup>2</sup> hingga lebih dari 30 m<sup>2</sup>. Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai pada pedagang yang mempunyai tempat usaha luas.

### Hubungan sifat barang dengan perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang

Hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 0,584 dan  $p = 0,747$  ( $p > 0,10$ ) memberikan keputusan bahwa ada hubungan yang signifikan antara sifat barang dengan perkembangan aktifitas usaha. Semua sifat barang yang dijual pedagang mempunyai potensi untuk mengalami perkembangan aktifitas usaha di kategori rendah maupun tinggi. Sehingga sifat barang adalah faktor penentu yang tidak signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha. Hasil analisis Chi – Square tersebut diatas diketahui bahwa hubungan antara profil pedagang (demografi) dengan perkembangan aktivitas usaha dan hubungan antara profil usaha dengan perkembangan aktivitas usaha menghasilkan suatu keputusan bahwa hanya beberapa variabel yang mempunyai hubungan significant dengan perkembangan aktivitas usaha ada hubungan yang signifikan dan yang tidak significant, hal tersebut nampak pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1.**  
**Hasil Analisis Chi-Square (Hubungan antara) Profil Pedagang dengan Perkembangan Aktivitas Usaha, Profil usaha dengan Perkembangan Aktivitas Usaha**

No	Indikator Penelitian	Hasil Analisis		Keterangan
		Chi-Square	Nilai P	
	<b>Profil Pedagang:</b>			
1.	Usia	0,983	0,912	>0,10 tidak significant
2.	Jenis Kelamin	2,152	0,142	>0,10 tidak significant
3.	Pendidikan Terakhir	3,809	0,051	<0,10 significant
4.	Status Pernikahan	4,505	0,212	>0,10 tidak significant
5.	Jumlah Tanggungan Keluarga	2,087	0,555	>0,10 tidak significant
6.	Asal Pedagang	2,637	0,104	>0,10 tidak significant
	<b>Profil Usaha</b>			
7.	Lama Usaha	1,074	0,898	>0,10 tidak significant
8.	Jenis Produk	7,281	0,026	<0,10 significant
9.	Tenaga Kerja	3,163	0,075	<0,10 significant
10.	Modal Awal	10,819	0,105	>0,10 tidak significant
11.	Status Tempat Usaha	1,884	0,170	>0,10 tidak significant
12.	Luas Tempat Usaha	10,798	0,013	<0,10 significant
13.	Sifat Barang	0,584	0,747	>0,10 tidak significant

Sumber Data : Data Primer yang Diolah

### **Hubungan luas tempat usaha dengan perkembangan Aktivitas Usaha Pedagang**

Hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 10,798 dan  $p = 0,013$  ( $p < 0,10$ ) memberikan keputusan bahwa ada hubungan yang signifikan antara luas tempat usaha dengan perkembangan aktifitas usaha. Secara uji statistik dijumpai adanya kecenderungan kuat pada pedagang yang mempunyai tempat usaha luas memiliki perkembangan aktifitas usaha yang tinggi. Sehingga luas tempat usaha adalah faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha. **Sifat Barang** yang dijual oleh pedagang di pasar wisata Batu ada yang dibuat sendiri, membeli dari orang lain atau barang titipan. Secara deskriptif, perkembangan aktifitas usaha tinggi lebih banyak dijumpai pada pedagang dengan barang yang tidak bersifat barang titipan.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan temuan lapangan dapat disimpulkan bahwa responden pedagang di obyek wisata Kota Batu mempunyai profil yang beraneka ragam baik ditinjau dari variabel Profil pedagangnya yaitu usia, pendidikan, status perkawinan, jumlah tanggungan keluarga, daerah asal. Begitu juga pada Profil Usaha dari pedagang juga mempunyai ciri-ciri yang berbeda dengan indikator yang dipergunakan sebagai dasar adalah jenis barang, lamanya berusaha, tempat usaha, luas tempat usaha, sifat barang dan modal awal yang digunakan. Sedangkan dari hasil analisis Chi – Square yaitu untuk mengetahui hubungan antara profil pedagang (demografi) dengan perkembangan aktivitas usaha dan hubungan antara profil usaha dengan perkembangan aktivitas usaha menghasilkan suatu keputusan bahwa hanya beberapa variabel yang mempunyai hubungan significant dengan perkembangan aktivitas usaha ada hubungan yang signifikan antara sifat barang dengan perkembangan aktifitas usaha dan hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 0,584 dan  $p = 0,747$  ( $p > 0,10$ ), luas tempat usaha adalah faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha dan hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 10,798 dan  $p = 0,013$  ( $p < 0,10$ ), tenaga kerja adalah faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha dan hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 3,163 dan  $p = 0,075$  ( $p < 0,10$ ), jenis produk adalah faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha dan hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 7,281 dan  $p = 0,026$  ( $p < 0,10$ ) dan tingkat pendidikan adalah faktor penentu yang signifikan bagi perkembangan aktifitas usaha dengan nilai hasil uji chi squarenya menghasilkan nilai 3,809 dan  $p = 0,051$  ( $p < 0,10$ ).

Berdasarkan berbagai temuan lapangan sebagaimana dipaparkan di atas, penelitian ini merekomendasikan sebagai berikut.

- a. Untuk meningkatkan perkembangan aktivitas usaha para pedagang di obyek wisata Kota Batu perlu diperhatikan adalah penyediaan sarana dan prasarana tempat berdagang karena tempat dan luas area merupakan potensi yang bisa memotivasi para pedagang untuk mengembangkan usahanya yang pada akhirnya dapat memberikan sumbangan pendapatan daerah khususnya pada sektor perdagangan dan pariwisata.

- b. Perlu adanya pelatihan bagi pedagang untuk menambah pengetahuan dan skill sebagai upaya dan fondasi dalam meningkatkan dan mengembangkan usahanya.
- c. Perlu penataan ulang terhadap tempat usaha pedagang terutama dalam lay out dan disign tata ruangan yaitu luas dan legalitas kepemilikannya .

## DAFTAR RUJUKAN

- BPS Kota Batu 2011, Kota Batu Dalam Angka. [batukota.bps.go.id](http://batukota.bps.go.id)  
 -----2012, Kota Batu Dalam Angka, [batukota.bps.go.id](http://batukota.bps.go.id)  
 -----Taman Rekreasi Selecta  
 (<http://www.eastjava.com/tourism/batu/ina/selecta.html>)  
 ----- Jatim Park - [http://id.wikipedia.org/wiki/Jatim\\_Park](http://id.wikipedia.org/wiki/Jatim_Park)  
 -----Kawasan Wisata Songgoriti - <http://www.malang-guidance.com/wisata-songgoriti>.  
 ----- Alun-alun Kota Batu :  
<http://infobatumalang.blogspot.com/2011/06/alun-alun-kota-batu.html>.  
 ----- Museum Angkut ( <http://batuvilla.com/wisata-batu-malang/tempat-wisata-batu-malang/museum-angkut/>)  
 ----- Batu Nigth Spetacular :  
 ([http://www.tripadvisor.com/Attraction\\_Review-g297710-d2312021-Reviews-Batu\\_Night\\_Spectacular\\_BNS-alang\\_East\\_Java\\_Java.html](http://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g297710-d2312021-Reviews-Batu_Night_Spectacular_BNS-alang_East_Java_Java.html)).  
 Crilley, Gary. 2005. *A Case for Benchmarking Customer Service Quality in Tourism and Leisure Service. Journal of Hospitality and Tourism Management*. Vol 12, No.2.p.97-107.  
 Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2006. “*Marketing Management*” Twelfth Edition, Pearson.  
 Longenecker, Justin G, Carlos G.Moore. 2001. *J. William Petty: Small Business Management an Enterpreneurial Emphasis*,Thomson Learning Asia, Singapore.  
 Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.  
 Parasuraman.1996. “Customer Service in Business-to-Business Markets: An Agenda for Research,” *Journal of Business and Industrial Marketing*, Volume 13, Issue 4/5, 1998, pp. 309-321.  
 Siregar , Padang Rahim “ *Profil Sektor Informal* “ Studi Pedagang Kaki Lima di Jalan Hang Tuah Kota Tanjungpinang.  
 Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.  
 Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Pariwisata*, Alih Bahasa : Frans Gromang. Jakarta: PT. Pradnyana Paramita.

- Yoeti, O. A. 2003. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Y.M. Rosandri Widyasanti. 2003. *Analisis Profil dan Ekspektasi Perkembangan Kegiatan Usaha Ekonomi Masyarakat di Tawangmangu*. Surakarta:
- Zeithaml et al., 1996. Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study. *European. Journal of Marketing*.
- Zeithaml, Valarie A. dan Bitner. 2000. *Service Marketing 2<sup>nd</sup> edition: Integrating Customer Focus* . New York : Mc Graw Hill Inc.