

**PENGARUH INOVASI FASILITAS DAN PENERAPAN E-
RETRIBUSI TERHADAP KEPUASAN PEDAGANG DI PASAR
BESAR KOTA MADIUN**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

Shinta Mutiara Sari

NIM : 401180314

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

TAHUN 2023

**PENGARUH INOVASI FASILITAS DAN PENERAPAN E-
RETRIBUSI TERHADAP KEPUASAN PEDAGANG DI PASAR
BESAR KOTA MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Shinta Mutiara Sari

NIM : 401180314

Dosen Pembimbing:

Dr. Hj.Ely Masykuroh, MSI

NIP.197202111999032003

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
TAHUN 2023**

Abstrak

Sari, Shinta Mutiara. Pengaruh Inovasi Fasilitas Dan Penerapan E-Retribusi Terhadap Kepuasan Pedagang Di Pasar Besar Kota Madiun. Skripsi, 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Kata Kunci: Inovasi Fasilitas, E-retribusi, Kepuasan Pedagang

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan biasanya diukur menggunakan indikator kesesuaian harapan, minat menggunakan membeli, dan kesediaan merekomendasikan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penyusunan penelitian ini adalah 1) Untuk menguji dan menganalisis apakah faktor inovasi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang di pasar kota Madiun, 2) Untuk menguji dan menganalisis apakah faktor penerapan e-retribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang dipasar kota Madiun, dan 3) Untuk menguji dan menganalisis apakah faktor inovasi fasilitas dan faktor penerapan e-retribusi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pedagang dipasar kota Madiun. Jenis penelitian ini, penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sumber data dari data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan rumus *slovin*. Analisa data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Hasil pnelitian menunjukkan: 1) Inovasi fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang di Pasar Besar Kota Madiun. Hal ini berarti semakin baik inovasi fasilitas yang dilakukan maka akan meningkatkan kepuasan pedagang. 2) E-retribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang di Pasar Besar Kota Madiun. Hal ini semakin baik sistem e-retribusi yang diterapkan maka kepuasan pedagang akan meningkat. 3) Inovasi fasilitas dan e-retribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang di Pasar Besar Kota Madiun. Hal ini berarti dengan peningkatan inovasi fasilitas dan penerapan e-retribusi akan meningkatkan kepuasan pedagang.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO.	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Shinta Mutiara Sari	401180314	Ekonomi Syariah	PENGARUH INOVASI FASILITAS DAN PENERAPAN E-RETRIBUSI TERHADAP KEPUASAN PEDAGANG DI PASAR BESAR KOTA MADIUN

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 13 Maret 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Endang Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Dr. Hj. Ely Masykuroh, S.E., M.Si
NIP. 197202111999032003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Inovasi Fasilitas Dan Penerapan E-Retribusi Terhadap
Kepuasan Pedagang Di Pasar Besar Kota Madiun

Nama : Shinta Mutiara Sari

NIM : 401180314

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang

Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag. :
NIP. 19720714000031005

Penguji I

Dr. Aji Damanuri, M.E.I. :
NIP. 197506022002121003

Penguji II

Dr. Hj. Ely Masykuroh, S.E., M.SI. :
NIP. 197202111999032003

Ponorogo, 11 April 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shinta Mutiara Sari
NIM : 401180314
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi / Tesis : Pengaruh Inovasi Fasilitas Dan Penerapan E-Retribusi Terhadap Kepuasan Pedagang Di Pasar Besar Kota Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 3 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Shinta Mutiara Sari

NIM 401180314

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : SHINTA MUTIARA SARI

NIM : 401180314

Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH INOVASI FASILITAS DAN PENERAPAN E-RETRIBUSI

TERHADAP KEPUASAN PEDAGANG DI PASAR BESAR KOTA

MADIUN

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 20 Maret 2023

Pembuat Pernyataan,



Shinta Mutiara Sari

NIM 401180314

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan global menuntut sebuah organisasi untuk melakukan serangkaian pelayanan untuk menciptakan kepuasan agar dapat memiliki daya saing yang tinggi. Organisasi dituntut untuk beroperasi secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaingnya. Meningkatnya tuntutan dan harapan masyarakat akan peningkatan kepuasan pasar menuntut petugas pasar harus peka dan responsif akan kondisi masyarakat yang semakin kompleks. Perkembangan kepuasan pedagang disebabkan oleh berbagai faktor internal maupun eksternal seperti kesadaran pengelola untuk menerapkan sistem manajemen yang profesional dan tuntutan dari masyarakat terhadap pelayanan pasar yang berkualitas dan tersedianya fasilitas pendukung yang lengkap. Sebagai salah satu upaya untuk memenuhi tuntutan tersebut, maka diperlukan serangkaian strategi yang tepat dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pedagang.¹

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan biasanya diukur menggunakan indikator kesesuaian harapan, minat menggunakan membeli, dan kesediaan merekomendasikan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pedagang tidak tercipta jika perusahaan jasa/pedagang pasar tidak benar-benar mengerti apa yang di harapkan oleh konsumen. Kepuasan konsumen adalah

¹ Rizky Hendra Prawira, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dinas Pasar Terhadap Kepuasan Pedagang Di Pasar Citra Niaga Samarinda, (Jurnal Ekonomi, 2019).

tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.² Semakin banyak jumlah pedagang maka persaingan diantara para pedagang semakin meningkat. Para pedagang secara bersama-sama berkompetisi dalam menghasilkan, memperoleh keunggulan bersaing dan memberikan nilai bagi pelanggannya sesuai dengan nilai yang diharapkan oleh konsumen. Pedagang dalam hal ini yaitu seorang yang menjalankan kegiatan perdagangan, memperjualbelikan sejumlah barang atau produk yang diproduksi untuk memperoleh keuntungan.³

Pasar Besar Kota Madiun merupakan pasar tradisional yang terbesar di Kota Madiun, yang beralamatkan di Jalan Panglima Sudirman No.144 Kelurahan Kejuron, Kecamatan Taman, Kota Madiun, Jawa Timur 63132. Pasar besar kota madiun perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dan disana beraneka penjual dan pembeli sehingga dinas pasar besar kota madiun mempunyai ide maupun inovasi dalam membangun pasar agar bisa menjadi lebih unggul dan terlihat efektif serta berkesinambungan dalam menjalankan roda pemerintahan. Ide maupun inovasi tersebut yaitu menetapkan E-Retribusi pasar di kota madiun. Dalam hal tersebut dinas pasar harus melakukan dengan cara E-Retribusi agar mendapatkan hasil yang optimal.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2017 Tentang Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Serta Pasar Rakyat Kota Madiun memiliki 35 pasar tradisional yang tersebar di seluruh kecamatan Kota Madiun.

² Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, (Jawa Timur: Banyumedia Publisin, 2006), hlm 324.

³ Rahma, Mevianti. Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam, Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam, Vol 3 No 1, (2022), 53.

Banyaknya pasar tradisional seharusnya dapat menyejahterakan masyarakat Kota Madiun, sehingga Pemerintah Kota Madiun harus bekerja keras agar pasar tradisional dapat bersaing dengan toko-toko *modern* yang berkembang di kota Madiun. Fenomena yang terjadi di Pasar Besar Kota Madiun yaitu adanya penunggakan biaya sewa pada setiap toko pedagang. Biaya sewa yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Madiun rata-rata sebesar Rp 1.000.000,00 sampai dengan Rp 2.500.000,00 per tahun. Biaya sewa yang cukup tinggi membuat para pedagang terlambat melakukan pembayaran sewa sehingga Pemerintah Kota Madiun mengeluarkan surat peringatan untuk pedagang yang terlambat membayar sewa.

Pemerintah Kota Madiun melalui Dinas Perdagangan mencabut izin operasional terhadap 189 toko di Pasar Besar Madiun. Pencabutan izin operasional dilakukan kepada pedagang konveksi. Hal ini terjadi karena pedagang sebagai penyewa tidak menjawab Surat Peringatan (SP-3) Yang diberikan oleh Pemerintah Kota Madiun. Para pedagang sudah menunggak pembayaran biaya sewa selama bertahun-tahun. Walaupun dilakukan pencabutan izin operasional, piutang retribusi tetap melekat pada pedagang. Pedagang wajib melunasi dengan teknis pelaksanaan sesuai dengan kebijakan pemerintah daerah. Selain itu Pemerintah Kota Madiun berupaya meningkatkan aktivitas perekonomian terutama bagi para pedagang konveksi dengan melakukan studi tiru di Pasar Tanah Abang Jakarta. Berdasarkan fenomena tersebut Pemerintah Kota Madiun melakukan inovasi untuk meningkatkan kepuasan pedagang.⁴

⁴ <https://repjogja.republika.co.id/rewzpi/pemkot-madiun-cabut-izin-operasional-di-pasar-besar-madiun>

Inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi. Inovasi berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi dunia yang bersifat *up to date* dan cepat. Inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Inovasi dapat diukur melalui keunikan, kualitas, dan multi fungsi.

Kemajuan teknologi yang cepat akan mempengaruhi perkembangan kota yang semakin maju. Kondisi ini menjadi faktor pendorong terwujudnya kota pintar atau *smart city* di sebuah daerah. Masyarakat berharap tata kelola pemerintahan yang baik, termasuk masyarakat Kota Madiun yang terus mengikuti perubahan menuju kota cerdas dengan memperkuat inovasi fasilitas pelayanan publik. Terdapat beberapa fasilitas di Pasar Besar Madiun seperti fasilitas *lift*, toilet umum, mushola, instalasi listrik, dan tempat parkir. Inovasi fasilitas yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kota Madiun yaitu menyediakan fasilitas eskalator. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pedagang dan pembeli yang berkebutuhan khusus sehingga dapat meningkatkan kenyamanan. Dinas Perdagangan Kota Madiun perlu melakukan inovasi fasilitas yang lain seperti memperbaiki toilet umum, karena toilet umum yang disediakan tergolong tidak bersih. Selain itu, diperlukan pelebaran kios untuk pedagang agar pedagang dan pembeli dapat dengan mudah melakukan transaksi jual beli.

Dalam konteks pembangunan nasional, penyelenggaraan inovasi di pemerintah daerah menjadi hal yang mutlak. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 menyebutkan bahwa inovasi daerah diperlukan dalam rangka peningkatan kinerja yang meliputi pembaharuan dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Dalam prakteknya, pemerintah daerah perlu berinovasi untuk memenuhi tuntutan pelayanan yang lebih profesional, akuntabel, transparan, efektif, sederhana, tepat waktu, responsif dan adaptif, sehingga masyarakat berhak untuk mendapatkan pelayanan yang terbaik dari pemerintah, karena masyarakat telah memberikan dananya dalam bentuk pembayaran pajak, retribusi dan berbagai pungutan lainnya.⁵

Retribusi merupakan salah satu upaya pemerintah untuk terus melakukan pembangunan diberbagai bidang. Penerapan retribusi didasari oleh Undang-Undang Dasar nomor 28 tahun 2019. Dijelaskan bahwa Retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas pemberian izin ataupun jasa tertua yang khusus disediakan dan diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Retribusi merupakan salah satu kebijakan dibidang pajak yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk kelancaran pembayaran pajak daerah.⁶ Secara umum retribusi memiliki sistem pemungutan yang memberikan kewenangan kepada pemerintah untuk menentukan besar atau jumlah retribusi yang wajib dibayarkan oleh wajib retribusi. Peralihan penerapan retribusi dari retribusi manual ke e-retribusi merupakan langkah pemerintah untuk memerangi korupsi dan pungutan liar,

⁵ Magdalena, Studi Deskriptif Inovasi E-Retribusi Pasar, (Jurnal Kritis, 2020), hlm. 135-143.

⁶ Amah, Nik. Insentif Pajak dan Tingkat Kepercayaan: Pengaruhnya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, Jurnal Ekonomi, Vol 28 No 1, (2023), 3.

serta membantu para pelaku usaha atau pedagang di pasar secara khusus untuk melakukan pembayaran retribusi secara *online* dan otomatis.

Langkah ini merupakan upaya agar pembayaran e-retribusi dapat dilaksanakan dengan lebih cepat, praktis dan efisien serta tepat sasaran. Berdasarkan wawancara dengan pedagang di Pasar Besar Madiun saat ini ada penerapan e-retribusi yang memudahkan pedagang dalam membayar retribusi.⁷ Para pedagang perlu membayar sebesar Rp 600.000,00 dalam setiap bulan. Sebelum diterapkannya e-retribusi, para pedagang melakukan pembayaran secara konvensional dengan dibayarkan secara tunai disertai bukti pembayaran yang sah berupa kartu oleh petugas pemungut retribusi. Namun dengan semakin berkembangnya teknologi, pembayaran retribusi dapat dilakukan melalui e-retribusi. Para pedagang bisa melakukan pembayaran retribusi melalui transaksi *online* kapanpun. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pedagang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh e-retribusi terhadap kepuasan pedagang. Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada pemerintah pada umumnya dan Dinas Perdagangan pada khususnya untuk melihat kepuasan para pelaku usaha atau pedagang dengan diterapkannya e-retribusi. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Fasilitas dan Penerapan e-Retribusi Terhadap Kepuasan Pedagang di Pasar Besar Kota Madiun”**

B. Rumusan Masalah

⁷ Wawancara dengan Ibu Rahmini, pada 01 Oktober 2022.

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi fasilitas yang dilakukan pemerintah kota Madiun berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang di pasar kota Madiun?
2. Apakah penerapan e-retribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang di pasar kota Madiun?
3. Apakah inovasi fasilitas dan penerapan e-retribusi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pedagang di pasar kota Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah faktor inovasi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang di pasar kota Madiun
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah faktor penerapan e-retribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang di pasar kota Madiun
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah faktor inovasi fasilitas dan faktor penerapan e-retribusi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pedagang di pasar kota Madiun

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat untuk :

1. Manfaat Akademis

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi segenap sivitas akademika sebagai bahan pembelajaran dan referensi bagi penelitian berikutnya khususnya mengenai topik penerapan retribusi pasar

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pemangku kepentingan baik pemerintah daerah khususnya dinas perdagangan setempat dalam pengambilan keputusan dan penerapan kebijakan bagi para pelaku usaha dalam penerapan retribusi. Dan diharapkan penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi para pelaku usaha atau pedagang di pasar Kota Madiun

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab 1 berisi mengenai latar belakang masalah, dimana meliputi masalah yang akan diteliti. Masalah tersebut kemudian dirumuskan dalam bentuk penegasan terhadap apa yang tersusun dalam latar belakang. Selanjutnya tujuan dari penelitian ini dijelaskan untuk memastikan bahwa penelitian ini dapat memberikan temuan teoritis dan sistematis pembahasan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori sebagai uraian dari masing-masing variabel bebas yaitu inovasi fasilitas dan e-retribusi serta variabel terikat yaitu kepuasan pedagang. Bab 2 juga menjelaskan mengenai kerangka berpikir dan hipotesis penelitian yang berfungsi sebagai landasan awal penelitian dibuat.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggambarkan rencana penelitian yang menguraikan rancangan penelitian yang menjelaskan mengenai gambaran umum metode dalam penelitian. Selain itu, pada bab ini menjelaskan definisi operasional variabel, lokasi, waktu penelitian, populasi, sampel, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data, instrument penelitian, validitas dan reliabilitas instrument dan analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

4. BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Merupakan pembahasan, di mana dalam tahap ini peneliti akan membahas, mendeskripsikan, dan menguraikan permasalahan yang selama ini peneliti teliti, serta memaparkan dan menjelaskan tentang data-data yang peneliti peroleh baik dari buku-buku sumber, internet, wawancara, atau sumber lainnya yang 11 Adam Jamaluddin, 2014 Gejolak patani dalam pemerintahan Thailand Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu mendukung judul dan permasalahan yang dikaji dari karya ilmiah ini. Sehingga, pada bab keempat ini peneliti akan berusaha untuk mendeskripsikan hasil penelitian dan mencoba untuk

menganalisisnya dalam bentuk penulisan sejarah secara terstruktur dan sistematis.

5. BAB V PENUTUP

Pada bagian ini, peneliti akan membahas beberapa kesimpulan sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan sebagai inti dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, serta mengambil makna dari kajian yang telah peneliti bahas pada bab sebelumnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan

a. Definisi Kepuasan

Kepuasan dapat diartikan sebagai ukuran dimana seseorang atau pelanggan mendapatkan apa yang diinginkannya. Bila pelanggan merasakan apa yang ada pada produk atau jasa sesuai dengan apa yang diinginkannya maka akan timbul rasa kepuasan dan menjadi dasar terciptanya pemakaian ulang / loyalitas. Menurut Fandy Tjiptono (2011:146) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.⁸

Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan menyatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat tanggapan seseorang atau pelanggan atas persepsi suatu produk dan jasa yang mereka rasakan. Persepsi konsumen ini merupakan nilai, apabila persepsinya dibawah harapan maka konsumen akan merasa kecewa. Ada beberapa definisi menurut para ahli yang dikutip oleh Tjiptono (2011:294) yang menyatakan sebagai berikut : *The consumer's fulfillment response*, yaitu penilaian bahwa fitur produk atau jasa, atau produk/jasa itu sendiri, memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi

⁸ Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, (Jawa Timur: Banyumedia Publisin, 2006), hlm. 146

yang menyenangkan, termasuk tingkat inder *fulfillment* dan *over fulfillment*. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaiannya. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tanggapan evaluasi yang dirasakan pelanggan sebelum mengkonsumsi produk atau jasa dan sesudah mengkonsumsi produk atau jasa tersebut apakah sesuai dan terpenuhi atau tidak apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pemasar dengan mengkomunikasikan dan menawarkan barang atau jasa dari perusahaannya adalah untuk menciptakan sebuah kepuasan bagi pelanggannya.

b. Indikator Kepuasan

Indikator kepuasan terdiri dari:⁹

1) Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

⁹ Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, (Jawa Timur: Banyumedia Publisin, 2014), hlm. 101.

- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat Menggunakan Kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk menggunakan kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk
- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3) Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Untuk mencapai kepuasan, perusahaan harus mengetahui factor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan bagi pelanggan itu sendiri. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain¹⁰ :

a. Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk dan ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu : *Performance, Durability, Feature, Reliability, consistency, dan Design.*

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

c. Kualitas Pelayanan

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang paling populer adalah *ServQual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry, dan Zeithalm (2018)

¹⁰ Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, (Jawa Timur: Banyumedia Publisin, 2006), hlm. 295

Berdasarkan konsep ini, terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu : *Reliability*, *Responsiveness*, *Asurance*, *Emphaty*, dan *Tangible*.¹¹

d. Faktor Emosional

Pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum apabila menggunakan produk merek tertentu cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan bukan karena kualitas produk tetapi rasa bangga dan percaya diri.

e. Biaya dan Kemudahan

Untuk mendapatkan produk atau jasa Pelanggan akan semakin puas dan senang apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.

2. Inovasi

a. Definisi Inovasi

Inovasi memiliki arti, usaha mengkreasikan dan mengimplementasikan sesuatu menjadi satu kombinasi sehingga, dengan inovasi seseorang dapat menambahkan nilai dari produk, pelayanan, proses kerja, dan kebijakan tidak hanya bagi lembaga pendidikan tapi juga Stakeholder dan masyarakat.¹² Menurut Wina Sanjaya (2018) inovasi diartikan sebagai sesuatu yang baru dalam situasi sosial tertentu dan digunakan untuk menjawab atau

¹¹ Berry, dan Zeithalm (2018)

¹² Schumpeter (2017)

memecahkan suatu permasalahan.¹³ Secara harfiah inovasi / *innovation* berasal dari kata *to innovate* yang mempunyai arti membuat perubahan atau memperkenalkan sesuatu yang baru, inovasi kadang diartikan sebagai penemuan namun, maknanya berbeda dengan penemuan dalam arti *discovery* atau *Invention* . *Discovery* mempunyai makna penemuan sesuatu yang sebenarnya sudah ada sebelumnya, misalnya penggunaan model pelayanan. Sedangkan *Invention* ,memiliki pengertian penemuan yang benar – benar baru belum tercipta sebelumnya.

b. Indikator Inovasi

Inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. ¹⁴ Indikator inovasi dalam penelitian ini meliputi:

1) Keunikan

Keunikan dalam membuat sebuah produk akan menjadi awal kelangsungan bisnis tersebut. Selanjutnya tinggal melakukan inovasi atau perbaikan yang tanpa henti untuk

¹³ Wina Sanjaya, Kurikulum dan Pembelajaran (Teoritik dan Praktik Kurikulum KTSP), Prenada Media Group. Jakarta, 2008, 293

¹⁴ Ratna Kusumawati, Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, AKSES, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 5 No. 9, April 2018, hal. 55.

meningkatkan kualitas produk tersebut. Bila ini sudah dijalankan dijamin bisa mendapatkan margin keuntungan yang maksimal.

2) Kualitas

Kualitas yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan, membuat produk laku terjual, dapat bersaing dengan pesaing, meningkatkan pangsa pasar dan volume penjualan, serta dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi.

3) Multi Fungsi

Produk yang multifungsi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pengerjaan kembali dan pemborosan, mengurangi pembayaran biaya garansi, mengurangi ketidakpuasan pelanggan, mengurangi inspeksi dan pengujian, mengurangi waktu pengiriman produk ke pasar, meningkatkan hasil (*yield*) dan kapasitas, dan memperbaiki kinerja penyampaian produk atau jasa.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi

Inovasi produk yang menjadi upaya menaikkan daya saing daripada perusahaan di dalam industri memiliki beberapa faktor yang berpengaruh, antara lain :

Menurut Kotler (2002;405). Proses penerimaan konsumen terhadap inovasi produk memerlukan waktu proses penerimaan konsumen berfokus pada proses mental yang dilalui seseorang

mulai saat pertama mendengar tentang inovasi tersebut sampai akhir penerimaan.¹⁵ Berikut adalah faktor yang mempengaruhi proses penerimaan dari suatu inovasi produk :

- 1) Kesadaran (*awareness*) Konsumen menyadari adanya inovasi tersebut tapi masih kekurangan informasi mengenai hal tersebut.
- 2) Minat (*interest*) Konsumen terdorong untuk mencari informasi mengenai inovasi tersebut.
- 3) Evaluasi (*evaluation*) Konsumen mempertimbangkan untuk mencoba inovasi tersebut.
- 4) Percobaan (*trial*) Konsumen mencoba inovasi tersebut untuk memperbaiki perkiraannya atas nilai inovasi tersebut.
- 5) Penerimaan (*adaption*). Konsumen menerima inovasi tersebut untuk memperbaiki perkiraannya atas nilai inovasi tersebut.

3. Retribusi

a. Definisi Retribusi

Retribusi merupakan suatu kata yang sudah familier dan sering di dengar dalam menjalankan suatu aktifitas kehidupan sehari – hari. Retribusi sering dilihat di tempat – tempat umum seperti di pasar, terminal, tempat rekreasi atau tempat – tempat tertentu yang digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat

¹⁵ Kotler (2002;405)

umum. Secara awam retribusi merupakan suatu pungutan atas pemakaian dan pemanfaatan suatu fasilitas tertentu. Namun apakah semua pungutan-pungutan atas fasilitas tertentu merupakan suatu retribusi atau tidak semua pungutan atas beragam fasilitas yang digunakan merupakan retribusi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia arti kata retribusi adalah pengembalian, penggantian kerugian, pemungutan uang oleh pemerintah.

Retribusi menurut undang – undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah pengertian retribusi adalah sebagai berikut: Retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.¹⁶ Hal ini dapat dipahami ketika melakukan pembayaran retribusi daerah, maka pembayaran yang dilakukan merupakan kompensasi atas sebuah jasa / layanan yang diberikan oleh pemerintah daerah, atau bila seseorang ingin menikmati jasa yang disediakan oleh pemerintah daerah, ia harus membayar retribusi yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Apabila ada sebuah pungutan yang dinamakan retribusi namun tidak terdapat jasa / layanan yang diberikan kepada pembayar retribusi, maka pada hakikatnya pembayaran tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai retribusi.

¹⁶ Undang – Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Sedangkan pengertian jasa sebagaimana yang dimaksud dalam hal di atas adalah kegiatan pemerintah daerah berupa usaha dan pelayanan yang menyebabkan barang, fasilitas, atau kemanfaatan lainnya, dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan.¹⁷

Rohmat Sumitro mengatakan bahwa retribusi daerah adalah pembayaran kepada negara yang dilakukan kepada mereka yang menggunakan jasa – jasa negara, artinya retribusi daerah sebagai pembayaran atas jasa atau karena mendapat pekerjaan usaha atau milik daerah bagi yang berkepentingan, atau jasa yang diberikan daerah baik secara langsung maupun tidak langsung.¹⁸ Oleh karena itu, setiap pungutan yang dilakukan oleh pemerintah daerah senantiasa berdasarkan prestasi dan jasa yang diberikan kepada masyarakat, sehingga kekeluasaan retribusi daerah terletak pada yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Jadi retribusi sangat berhubungan erat dengan jasa layanan yang diberikan pemerintah daerah kepada yang membutuhkan.

Menurut Davey (2017) pembayaran retribusi harus memenuhi dua syarat, yaitu :¹⁹

- 1) Dasar untuk mengenakan retribusi biasanya harus didasarkan pada total cost dari pada pelayanan – pelayanan yang disediakan

¹⁷ Undang – Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

¹⁸ Sumitro (2017)

¹⁹ Davey (2017)

- 2) Dalam beberapa hal tersebut retribusi biasanya harus didasarkan pada kesinambungan harga jasa suatu pelayanan yaitu atas dasar mencari keuntungan.

Sehingga dari definisi tersebut ada beberapa ciri retribusi, yaitu :²⁰

- 1) Retribusi dipungut oleh negara
- 2) Dalam pungutan terdapat paksaan secara ekonomis
- 3) Adanya kontra prestasi yang secara langsung dapat ditunjuk
- 4) Retribusi dikenakan kepada setiap orang / badan yang menggunakan / mengenyam jasa – jasa yang disediakan oleh negara

Objek Retribusi Daerah adalah berbagai jenis jasa tertentu yang disediakan oleh pemerintah. Tidak semua jasa yang diberikan oleh pemerintah daerah dapat dipungut retribusinya, tetapi hanya jenis – jenis jasa tertentu saja yang meneurut pertimbangan sosial - ekonomi layak dijadikan sebagai objek retribusi. Jasa tertentu tersebut dikelompokkan kedalam tiga golongan yaitu Jasa Umum, Jasa Usaha dan Perizinan Tertentu.²¹

Sesuai Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Pasal 18 ayat 2 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 108 ayat 1 tentang Pajak

²⁰ Josep Riwu Kaho (2016)

²¹ Darwin, MBP, Pajak Daerah & Retribusi Daerah (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2010)
hlm 166

Daerah dan Retribusi Daerah, retribusi daerah dibagi atas tiga golongan, sebagaimana disebut di bawah ini: ²²

1) Retribusi Jasa Umum

Retribusi jasa umum adalah retribusi atas jasa yang disediakan atau diberikan oleh pemerintah daerah, untuk tujuan kepentingan dan kemanfaatan umum serta dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan. ²³Objek retribusi jasa umum adalah pelayanan yang disediakan atau diberikan pemerintah daerah untuk tujuan kepentingan dan kemanfaatan umum serta dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan. Jenis-jenis retribusi jasa umum sebagaimana yang diatur dalam Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 110 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, adalah sebagai berikut:²⁴

- a) Retribusi Pelayanan Kesehatan
- b) Retribusi Pelayanan Persampahan/Kebersihan
- c) Retribusi Penggantian Biaya Cetak Kartu Tanda Penduduk dan Akta Catatan Sipil
- d) Retribusi Pelayanan Pemakaman dan Penguburan Mayat
- e) Retribusi Pelayanan Parkir di Tepi Jalan Umum

²² Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Pasal 18 ayat 2 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 108 ayat 1 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

²³ Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Pasal 18 ayat 2 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 108 ayat 1 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

²⁴ Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 110 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

- f) Retribusi Pelayanan Pasar
- g) Retribusi Pengujian Kendaraan Bermotor
- h) Retribusi Pemeriksaan Alat Pemadam Kebakaran
- i) Retribusi Penggantian Biaya Cetak Peta
- j) Retribusi Penyediaan dan atau Penyedotan Kakus
- k) Retribusi Pengolahan Limbah Cair 12) Retribusi Pelayanan Tera/Tera Ulang
- l) Retribusi Pelayanan Pendidikan
- m) Retribusi Pengendalian Menara Telekomunikasi.

2) Retribusi Jasa Usaha

Retribusi jasa usaha adalah retribusi atas jasa yang disediakan oleh pemerintah daerah dengan menganut prinsip komersial karena pada dasarnya dapat pula disediakan oleh sektor swasta. Objek retribusi jasa usaha adalah pelayanan yang disediakan oleh pemerintah daerah dengan menganut prinsip komersial yang meliputi :

- a) Pelayanan dengan menggunakan / memanfaatkan kekayaan daerah yang belum dimanfaatkan secara optimal
- b) Pelayanan oleh Pemerintah Daerah sepanjang belum disediakan secara memadai oleh pihak swasta.

3) Retribusi Perizinan Tertentu

Retribusi Perizinan Tertentu adalah retribusi atas kegiatan tertentu pemerintah daerah dalam rangka pemberian izin

kepada orang pribadi atau badan yang dimaksudkan untuk pembinaan, pengaturan, pengendalian dan pengawasan atas kegiatan pemanfaatan ruang, penggunaan sumber daya alam, barang, prasarana, sarana, atau fasilitas tertentu guna melindungi kepentingan umum dan menjaga kelestarian lingkungan. Objek retribusi perizinan tertentu adalah kegiatan tertentu pemerintah daerah dalam rangka pemberian izin kepada orang pribadi atau badan yang dimaksudkan untuk pembinaan, pengaturan, pengendalian dan pengawasan atas kegiatan pemanfaatan ruang, penggunaan sumber daya alam, barang, prasarana, sarana, atau fasilitas tertentu guna melindungi kepentingan umum dan menjaga kelestarian lingkungan.

b. e-Retribusi Pasar

E-retribusi pasar merupakan suatu sistem informasi manajemen retribusi pasar untuk Dinas Perdagangan dan bekerja sama dengan perbankan. Kebijakan eretribusi merupakan kebijakan yang ditetapkan Pemerintah Kota/Kab sebagai salah satu upaya dalam mewujudkan *Smart City*.

Kebijakan e retribusi pasar dimaksudkan untuk meningkatkan pelayanan retribusi pasar yang lebih efektif dan efisien. Kebijakan e-retribusi ini dinilai memudahkan pedagang dalam membayar retribusi pasar. Adanya kebijakan e-retribusi

ini, dapat menyelesaikan permasalahan yang selama ini terjadi dalam pengelolaan retribusi secara manual karena dinilai lebih efektif dan efisien.

Pembayaran retribusi pasar dapat dilakukan dengan cepat dan mudah, karena pembayaran tidak dilakukan dengan uang tunai, sehingga petugas juga tidak direpotkan dengan uang recehan. Petugas penarik retribusi, yang awalnya membutuhkan lima orang petugas kini cukup tiga petugas. Kebijakan e-retribusi pasar ini juga dapat mengurangi adanya kebocoran keuangan, hal ini dikarenakan sifatnya yang dapat diakses oleh semua orang, sehingga pihak-pihak yang berwenang dan pihak-pihak yang berkepentingan dapat mengetahui banyaknya jumlah retribusi pasar yang masuk tiap harinya.

E-retribusi sebagai upaya kemudahan pembayaran atau justru sebaliknya menjadi beban sosial dan ekonomi bagi pedagang sebagai pihak wajib retribusi. Informasi menarik diperoleh dari informan salah seorang petugas penarik retribusi model lama atau belum menggunakan sistem e retribusi. Pegawai pasar yang dalam kesehariannya bertugas menarik retribusi tersebut tidak menampik kenyataan akan munculnya dampak negatif atau kerugian dari pergeseran sistem pembayaran model konvensional berubah ke sistem e retribusi.

Pekerjaan menarik retribusi secara manual, petugas langsung menagih retribusi kepada para pedagang dengan tanda

bukti penerimaan retribusi berupa selemba karcis retribusi, sebenarnya bukan sekedar menjalankan tugas semata. Lebih dari pada itu terdapat ikatan batin di antara para pedagang dan petugas retribusi melalui komunikasi dan interaksi yang lebih humanistik.

Ada beberapa hal yang sering kali mereka bicarakan termasuk beberapa keluhan tentang dinamika usaha perekonomian mereka seperti sepi pembeli, fluktuasi harga pasar, kebersihan, ketertiban dan keamanan pasar, kondisi sarana prasarana infrastruktur dan sebagainya bahkan tidak jarang persoalan lain di luar persoalan bisnis ikut terseret ke dalam alur perbincangan mereka. Jalinan keakraban komunikasi di antara pedagang dan petugas pasar menimbulkan sikap saling memahami di antara mereka.

Akibatnya petugas pasar lebih bersifat toleran terhadap para pedagang kadang kala tidak membayar retribusi dengan alasan tertentu. Kondisi yang demikian membuat petugas pasar hanya menarik retribusi ke pedagang yang pada hari itu berjualan atau jika pedagang pada hari tertentu tidak berjualan maka petugas pasar retribusi tidak memaksakan menagih retribusi yang belum dibayarkan oleh pedagang.

Terlebih lagi jika pedagang tersebut hanya menempati lokasi seperti di bawah tangga pasar, samping pintu masuk atau lorong-lorong kecil di luar los dan kios. Pada awal rencana pergantian sistem penarikan retribusi dari sistem tunai ke sistem

non tunai, antara petugas penarik retribusi dan para pedagang wajib retribusi menyikapi rencana perubahan tersebut dengan cara yang berbeda-beda. Petugas penarik retribusi cenderung menyikapi secara positif terutama pada waktu dilakukan sosialisasi.

Sosialisasi dilakukan dengan melibatkan para petugas penarik retribusi, paguyuban pedagang pasar, pihak perbankan yang menjadi mitra pemerintah serta pihak Dinas Perdagangan. Pemahaman petugas penarik retribusi tentang e retribusi pada intinya pembayaran retribusi dari para pedagang tidak lagi melalui para petugas melainkan dari pedagang langsung dibayarkan ke kas pemerintah kota melalui sistem perbankan. Dengan sistem ini para petugas tidak lagi berhadapan langsung dengan para wajib retribusi. Petugas hanya membantu secara teknis kepada pedagang wajib retribusi bagaimana mereka transaksi non tunai tersebut dilakukan. Dengan demikian pekerjaan petugas penarik retribusi akan semakin ringan yaitu hanya menarik retribusi bagi para pedagang yang belum menerapkan sistem pembayaran non tunai seperti pedagang lapak dan pedagang yang berpindah-pindah tempat.

c. Indikator Retribusi

1) Hasil

Hasil merupakan pembayaran retribusi berupa uang tunai yang diperoleh berdasarkan pemungutan retribusi yang

dilakukan oleh kolektor atau yang diberi tugas untuk melakukan pemungutan retribusi pasar dimana tugas tersebut diberikan langsung oleh Pemerintah dan kemudian Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang bertugas untuk mengolah atau menginput hasil dari pemungutan retribusi pasar.

2) Keadilan

Keadilan terdapat pada kenyataan bahwa setiap orang harus mendapat bagian yang layak dalam kegiatan pemerintahan yang mereka biayai sendiri. Sumber penerimaan harus jelas dasar penerapan serta kewajiban membayarnya dan tidak sewenang-wenang

3) Efisiensi Ekonomi

Retribusi biasa jadi penghambat perkembangan dan pertumbuhan perekonomian. Sebab retribusi menyerap pendapatan masyarakat, akibatnya siklus perputaran perekonomian yang semula berjalan dengan lancar menjadi lebih lambat.

4) Kemampuan Melaksanakan

Pemungutan retribusi daerah dilihat dari sudut kemampuan politis daerah untuk memungut retribusi daerah, yaitu pungutan dari retribusi daerah didukung oleh seluruh lapisan masyarakat

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Retribusi Pasar

Faktor-faktor yang mempengaruhi retribusi pasar menurut Soejamto (dalam Caroline, 2005) adalah sebagai berikut :

1) Subyek dan obyek retribusi

Subyek dan obyek retribusi akan menentukan besarnya “*tax base*” yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan besar kecilnya beban retribusi yang harus dibayar oleh subyek retribusi. Subyek retribusi di sini adalah para pedagang yang berjualan di dalam pasar dan berada di sekitar pasar. Obyek retribusi yang dimaksud adalah lokasi pasar, lokasi kios, los, dan dasaran.

2) Tarif Retribusi

Dalam penentuan tarif retribusi harus bersifat progresif. Dalam retribusi pasar progresifitas berdasarkan pada lokasi / tempat untuk berdagang. Pemakaian tempat berdagang, lokasi berdagang dalam kategori strategi dan nonstrategi yang ditentukan oleh letak tempat, yang berada di bangunan utama, los terbuka atau dasaran terbuka serta luas tempat yang digunakan oleh pedagang.

3) Sistem Pemungutan Retribusi

Pemungutan retribusi yang baik tidak terlepas dari prinsip-prinsip pemungutan. Prinsip-prinsip pemungutan pajak / retribusi yang digunakan oleh Adam Smith atau lebih dikenal dengan smith's canons yaitu :

- 1) Prinsip keadilan (*equity*) Yaitu adanya kesamaan manfaat, kesamaan rill yang diterima dan keadilan dalam kemampuan membayar retribusi.
- 2) Prinsip kepastian (*certainty*) Yaitu persyaratan administrasi / prinsip kepastian hukum, artinya pungutan hendaknya bersifat tegas, jelas dan pasti bagi pemakai jasa yang meliputi besarnya tarif, waktu pemungutan, petugas pemungut, tempat pembayaran dan lain-lain. Hal ini akan mempermudah pembayar, petugas dan pemerintah dalam membuat laporan.
- 3) Prinsip kelayakan (*convenience*) Yaitu pungutan yang dilakukan hendaknya pada waktu yang tepat dan menyenangkan, dan tarif yang ditetapkan hendaknya jangan terlalu menekan subjek penderita.

B. Studi Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Perbedaan Penelitian	Hasil
1.	Maria Magdalena, 2020 ²⁵	Studi Deskriptif Inovasi E-Retribusi Pasar	Perbedaan terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif, sedangkan pada penelitian ini	Inovasi Pemerintah Kota Salatiga, berupa sistem e-retribusi pasar ini, berkewajiban berorientasi kepada kepentingan umum. - retribusi pasar

²⁵ Maria Magdalena, 'Studi Deskriptif Inovasi E-Retribusi Pasar', *Jurnal Kritis*, 29.2 (2020), 135-43

			menggunakan metode kuantitatif.	sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya bahwa sistem ini merupakan keberlanjutan implementasi transaksi non tunai dalam agenda Pengembangan Aplikasi Pengelolaan Keuangan Daerah Pemerintah Kota Salatiga.
2.	Bunga Aditi, 2017 ²⁶	Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kota Medan	Perbedaan penelitian terletak pada tujuannya yaitu untuk mengetahui pengaruh inovasi dan kreativitas, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi dan e-retribusi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi dan kreativitas UMKM secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, sebaiknya UMKM di kota Medan harus lebih berinovasi, dan berkreaitivitas dalam menghadapi persaingan UMKM.
3.	Istiqomah, 2022 ²⁷	Pengaruh E-Retribusi, Fasilitas, Dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Pedagang Di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta		Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa E-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga berpengaruh positif terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta E-Retribusi berpengaruh positif namun tidak signifikan

²⁶ Aditi, Bunga, 'Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kota Medan', *Jurnal Manajemen Tools*, 7.1 (2017), 1–9

²⁷ Istiqomah, 'Pengaruh E-Retribusi, Fasilitas, Dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Pedagang Di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta', *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7.1 (2022), 13–27

				terhadap Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Citra Lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta.
4.	Yosef, 2018 ²⁸	Pengaruh Inovasi Sarana Prasarana Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Karangsetra Waterland	Perbedaan penelitian terletak pada variabel dependen yaitu hanya menggunakan satu variabel dependen inovasi sarana prasarana, sedangkan pada penelitian ini menggunakan dua variabel dependen yaitu inovasi fasilitas dan e-retribusi.	Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS 16 didapatkan hasil bahwa inovasi sarana prasarana berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung karangsetra waterland sebesar 5,62%, dan 94,38% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan dari hasil uji T diketahui hasil signifikansi sebesar 0,018 atau < dari nilai probabilitas 0,05, hasil ini menunjukkan bahwa inovasi sarana prasarana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata karangsetra waterland Bandung.

²⁸ Ghani, Yosef Abdul, 'Pengaruh Inovasi Sarana Prasarana Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Karangsetra Waterland', *Jurnal Pariwisata*, 2.2 (2018), 98–110

5.	Wahyu Nurul, 2019 ²⁹	Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Mafati Inovasi Technology Pondok Cabe – Tangerang Selatan	Perbedaan terletak pada objek penelitian yaitu pada Pondok Cabe Tangerang Selatan, sedangkan pada penelitian ini mengambil objek di Pasar Besar Madiun.	Berdasarkan hasil penelitian ini yang pertama: menunjukkan bahwa variabel Fasilitas dan Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) sebesar $14,617 > F_{tabel} (3,103)$ membuktikan bahwa variabel Fasilitas dan Iklan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
6.	Dian Esha, 2020 ³⁰	Pengaruh Inovasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang	Perbedaan terletak pada objek penelitian yaitu pada Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang, sedangkan pada penelitian ini mengambil objek di Pasar Besar Madiun.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang. variabel Fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki

²⁹ Nurul, Wahyu, And Faroh Nurul, 'Kepuasan Pelanggan Pada Pt Mafati Inovasi Technology Pondok Cabe – Tangerang Selatan', *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2.1 (2019), 26–35

³⁰ Esha, Dian, 'Pengaruh Inovasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11.1 (2020), 17–28

				pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang.
7.	Sri Wartini, 2019 ³¹	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Kudus	Perbedaan penelitian terletak pada tujuannya yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan baik secara parsial maupun, sedangkan tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh inovasi fasilitas dan e-retribusi terhadap kepuasan pedagang.	Simpulan dari penelitian ini terbukti bahwa kualitas layanan dan inovasi layanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi kualitas layanan dan inovasi layanan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen semakin meningkat.
8.	Siskawati Rahman, 2019 ³²	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada	Perbedaan penelitian terletak pada metode analisis yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif, sedangkan pada penelitian ini	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari tangibles, realibility, responsiveness, assurance, empathy

³¹ Sri Wartini, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Kudus', *Jurnal Manajemen Analisis*, 4.4 (2019), 341–47.

³² Siskawati Rahman, Universitas Sam, And Ratulangi Manado, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Pln (Persero) Area Manado', *Jurnal Emba*, 7.1 (2019), 301–11.

		Pt. Pln (Persero) Area Manado	menggunakan analisis kuantitatif	dan inovasi berpengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado. Perusahaan sebaiknya perlu memberikan pelatihan kepada karyawan dalam meningkatkan kualitas jasanya, perlu mencermati upaya pemenuhan layanan dari segi ketepatan waktu dalam melayani konsumen untuk dapat mewujudkan mutu layanan yang berkualitas, perlu meningkatkan layanan terutama mengenai masalah kecepatan penanganan keluhan para pelanggan.
9.	Dian Putri Nastiti, 2022 ³³	Pengaruh Perubahan Sistem Pembayaran Retribusi Pasar Menjadi E-retribusi bagi Pedagang Pasar Sleko Kota Madiun	Perbedaan terletak pada objek penelitian yaitu pada Pasar Besar Sleko Madiun, sedangkan pada penelitian ini mengambil objek di Pasar Besar Madiun.	Hasil penelitian dengan jumlah 31 responden pedagang di Pasar Sleko Madiun menunjukkan bahwa perubahan system e-retribusi dapat memudahkan pedagang di Pasar Sleko Madiun.
10.	Wahyu Utami, 2018 ³⁴	Implementasi Kebijakan E-Retribusi Pasar Singosaren Surakarta	Perbedaan terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif, sedangkan pada penelitian ini	Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kebijakan e-retribusi pasar dilakukan melalui 3 tahapan, yaitu

³³ Dian Putri, 'Pengaruh Perubahan Sistem Pembayaran Retribusi Pasar Menjadi E-retribusi bagi Pedagang Pasar Sleko Kota Madiun', *Jurnal Manajemen*, 7.1 (2022), 3-19.

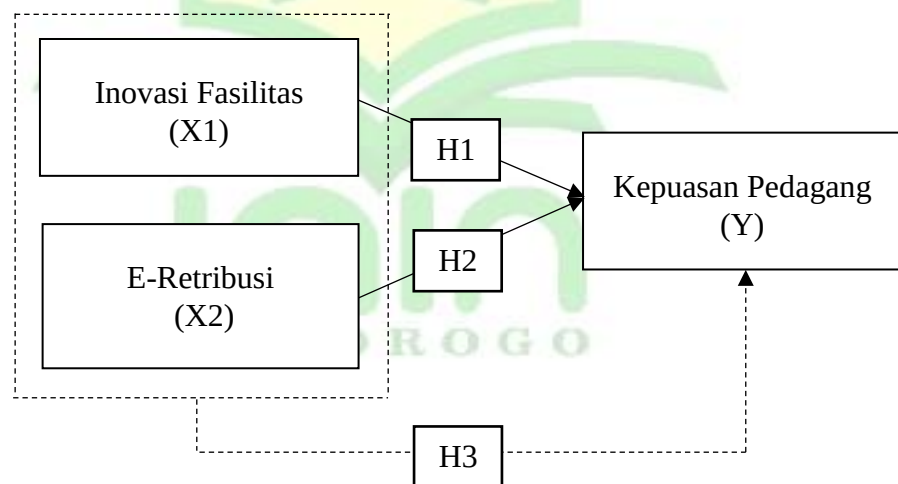
³⁴ Wahyu Utami, 'Implementasi Kebijakan E-Retribusi Pasar Singosaren Surakarta', *Jurnal Manajemen Analisis*, 4.1 (2018), 70-87.

			menggunakan metode kuantitatif.	pengorganisasian, interpretasi, dan aplikasi.
--	--	--	---------------------------------	---

Sumber: Jurnal Penelitian Terdahulu.

C. Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir yang penulis uraikan adala sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan Gambar:

- = Pengaruh Parsial
- - - -> = Pengaruh Simultan

D. Hipotesis

Berdasarkan Kerangka pemikiran, maka dapat dirumuskan suatu hipotesis yang merupakan dugaan sementara dalam menguji suatu penelitian, yaitu:

1. Pengaruh Inovasi Fasilitas Terhadap Kepuasan Pedagang

Inovasi yaitu proses memikirkan dan mengimplementasikan ide-ide baru yang terdiri dari aspek- aspek penting dan saling berkaitan untuk membentuk satu kesatuan utuh. Inovasi fasilitas berarti mengubah sesuatu hal, sehingga menjadi sesuatu yang baru. Inovasi sudah berkembang pesat akan tetapi masih dilakukan secara relatif parsial, *piecemeal* dan *stagnan*. Parsial karena biasanya sebuah inovasi tidak otomatis terkoneksi dengan inovasi lain, tidak terkoneksi dengan peta jalan (*road map*) organisasi, serta tidak memiliki visi jangka panjang. Sementara itu, *piecemeal* (satu per satu) karena inovasi yang diterapkan kurang memberi efek besar dan kolektif. Akibatnya, inovasi berakhir *stagnan*.³⁵ Oleh sebab itu sebuah inovasi dalam organisasi pemerintah memerlukan daya kolaborasi dan elaborasi yang bersifat *enable* untuk menciptakan kepuasan pedagang.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2022) yang menyatakan bahwa inovasi fasilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pedagang. Berdasarkan uraian, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H01 : tidak terdapat pengaruh antara inovasi fasilitas terhadap kepuasan pedagang dipasar Kota Madiun

Ha1 : terdapat pengaruh antara inovasi fasilitas terhadap kepuasan pedagang dipasar Kota Madiun

³⁵ Aditi, Bunga, Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kota Medan, (Jurnal Manajemen Tools, 2017), 7 (1), hlm. 1-9.

2. Pengaruh e-Retribusi Terhadap Kepuasan Pedagang

Sistem e-retribusi pasar merupakan tipologi inovasi proses layanan, yaitu pembaharuan kualitas yang berkelanjutan dan mengacu pada kombinasi perubahan organisasi, prosedur, dan kebijakan yang dibutuhkan untuk berinovasi dengan adanya proses validasi dengan menyertakan kartu e-retribusi pasar sebagai persyaratan utama pelayanan. Selain itu, sistem ini tergolong dalam tipologi inovasi metode layanan, yakni perubahan baru dalam hal berinteraksi dengan wajib retribusi pasar atau cara baru dalam memberikan pelayanan kepada pedagang dengan adanya alat EDC dalam proses validasi data dan pembayaran. Sistem ini juga termasuk dalam tipologi inovasi kebijakan, yakni perubahan visi, misi, tujuan dan strategi baru beserta alasannya yang berangkat dari realitas yang ada dalam menghadapi masalah kemungkinan adanya penyimpangan wajib retribusi pasar, pungli dan korupsi. Dengan adanya e-retribusi akan memudahkan pedagang dalam pembayaran retribusi secara efektif dan efisien sehingga hal ini akan meningkatkan kepuasan pedagang.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah (2022) yang menyatakan bahwa e-retribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang. Berdasarkan uraian, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H02 : tidak terdapat pengaruh antara penerapan e-retribusi terhadap kepuasan pedagang dipasar Kota Madiun

Ha2 : terdapat pengaruh antara penerapan e-retribusi terhadap kepuasan pedagang dipasar Kota Madiun

3. Pengaruh Inovasi Fasilitas dan e-Retribusi Terhadap Kepuasan Pedagang

Inovasi fasilitas merupakan upaya perwujudan untuk meningkatkan kenyamanan, ketertiban, keamanan, transparan dan akuntabel bagi para pedagang. Dengan adanya inovasi fasilitas yang didukung oleh e-retribusi pasar yang merupakan keberlanjutan implementasi transaksi non tunai dalam agenda Pengembangan Aplikasi Pengelolaan Keuangan Daerah Pemerintah Kota Madiun. Bagi pedagang, sistem ini akan menumbuhkan kepercayaan pedagang terhadap pemerintah, bahwa uang hasil retribusi pasar yang mereka setorkan sudah pasti masuk kas rekening daerah, sehingga hal ini dapat mengurangi prasangka buruk pedagang. Selain itu, dengan peningkatan inovasi fasilitas dan penerapan e-retribusi akan meningkatkan kepuasan pedagang.

Berdasarkan uraian, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H03 : tidak terdapat pengaruh inovasi fasilitas dan penerapan e-retribusi terhadap kepuasan pedagang dipasar Kota Madiun

Ha3 : terdapat pengaruh antara inovasi fasilitas dan penerapan e-retribusi terhadap kepuasan pedagang dipasar Kota Madiun

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang merupakan investasi sistematis mengenai sebuah fenomena atau situasi dengan mengumpulkan data yang dapat diukur menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi.

Pada jenis-jenis penelitian kuantitatif, peneliti memiliki tujuan untuk mengembangkan dan menggunakan berbagai model sistematis, berbagai teori, dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam yang sedang terjadi. Pada intinya, penelitian kuantitatif merupakan suatu proses pengukuran. Proses pengukuran yang dilakukan dapat memberikan hubungan antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari adanya hubungan-hubungan kuantitatif. Tujuan dilakukannya jenis-jenis penelitian kuantitatif ini adalah agar peneliti dapat menguji dan membuktikan hipotesis yang telah dibuat atau ditetapkan. Sama halnya seperti penelitian kualitatif, penelitian kuantitatif juga dibagi menjadi beberapa jenis-jenis penelitian.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh seorang peneliti dengan tujuan untuk dipelajari sehingga didapatkan informasi mengenai hal tersebut dan dapat ditarik kesimpulan. Variabel penelitian yang digunakan adalah variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan. Sedangkan variabel independen dari penelitian ini adalah inovasi fasilitas dan e-retribusi.

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana pengukuran suatu variabel penelitian. Berikut merupakan definisi operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Definisi Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Butir Soal	Sumber
1.	Kepuasan	a. Keseuaian harapan b. Minat menggunakan kembali c. Ksediaan merekomendasikan	a. 1-2 b. 3-4 c. 5-6	Fandy Tjiptono (2014)
2.	Inovasi Fasilitas	a. Keunikan b. Kualitas c. Multi fungsi	a. 1-2 b. 3-4 c. 5-6	Ratna Kusumawati (2018)
3.	e-Retribusi	a. Hasil b. Keadilan c. Efisiensi ekonomi d. Kemampuan melaksanakan	a. 1-2 b. 3-4 c. 5-6 d. 7-8	Jumatiah (2018)

C. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di wilayah pasar Kota Madiun Jawa Timur. Peneliti memilih tempat ini karena adanya inovasi fasilitas dan penerapan e-retribusi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Madiun.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80). Maka populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedagang yang ada di pasar Kota Madiun yang berjumlah 1.673 pedagang.

2. Sampel

Menurut Sunyoto (2014:48), sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:116) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Dalam penelitian ini metode untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan menggunakan rumus slovin. Rumus slovin dapat digunakan apabila jumlah dari populasi diketahui (Sugiyono, 2011). Rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1.673}{1 + 1.673 \times (0.1)^2} = 94 \text{ sampel}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persen kesalahan pengambilan sampel (ditekankan 10%)

1 = Konstanta

Berdasarkan rumus slovin diatas jumlah sampel yang digunakan sesuai hasil responden. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Teknik *snowball sampling* dipilih agar mendapatkan hasil data yang

memuaskan. Jadi ketika satu sumber datanya masih kurang lengkap, maka bisa mengambil data dari informan yang lain.

E. Sumber dan Jenis Data

1. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini penulis dapatkan dari 2 sumber diantaranya :

a) Data Internal

Data internal yang didapat langsung dari suatu organisasi atau tempat dilakukannya penelitian. Dalam hal ini penulis mendapatkan data internal dari beberapa toko atau pedagang di pasar Kota Madiun Jawa Timur dan 94 responden sampel pedagang

b) Data Ekstenal

Data Ekstenal adalah data yang diperoleh dari luar lingkup kerja kita.

2. Jenis Data

Jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis data diantaranya :

a) Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung diambil pada lokasi atau lapangan (dari sumbernya), atau data yang masih asli dan masih memerlukan analisis lebih lanjut. Data primer ini bisa didapatkan dengan jalan memberikan daftar kuisisioner yang merepresentasikan indikator penelitian kepada para responden. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yang berupa jawaban dan tanggapan atas pertanyaan dan

pernyataan penelitian yang ada dalam kuesioner. Yaitu kuesioner tentang penerapan e-retribusi dan pelayanan terhadap kepuasan pedagang, yang diberikan kepada pedagang dipasar Kota Madiun. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:199). Responden diminta mengisi kuesioner pada lembar jawaban yang telah disediakan. Kemudian lembar kuesioner dikumpulkan, diseleksi, diolah, dan kemudian dianalisis oleh peneliti. Pada kuesioner ini peneliti menggunakan skala likert, karena yang akan diteliti adalah sikap, pendapat dan persepsi pedagang yang ada di pasar Kota Madiun, yaitu dengan rentangan 1 sampai dengan 5. Tanggapan yang paling positif (sangat setuju) diberi nilai paling tinggi dan tanggapan paling negatif (sangat tidak setuju) diberi nilai paling rendah. Penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checkmark, dengan rincian sebagai berikut

Tabel 3.2 Kategori Tanggapan

Kategori	Nilai
Sangat setuju/selalu/sangat positif	4
Setuju/sering/positif	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan perpustakaan dan peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2009:193). Data sekunder umumnya diperoleh oleh pendiri untuk memberikan informasi dan gambaran tambahan untuk diproses lebih lanjut. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, literatur atau tulisan lain yang dianggap berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dengan menggunakan laporan tertulis ataupun penelitian sebelumnya dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui sistem online (internet). Sumber pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini yaitu dengan cara mencari dan mengumpulkan berbagai bahan bacaan dan menggali berbagai teori yang didapat dari buku pegangan, jurnal, media massa, dan internet yang berkaitan dengan topic penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket (kuesioner). Kuesioner merupakan teknik pengambilan data dengan cara memberikan pertanyaan tertulis yang diajukan secara langsung terhadap responden untuk memberikan jawaban sesuai yang terjadi (Sugiyono, 2018). Kuesioner diberikan langsung kepada pedagang di Pasar Besar Kota Madiun dan langsung dikumpulkan pada saat itu juga atau kuesioner diambil sesuai waktu yang telah disepakati bersama.

G. Instrumen Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk menawa suatu permasalahan, dalam hal ini adalah mengenai apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan diferensiasi produk terhadap proses keputusan pembelian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif.

Adapun pendekatan deskriptif yang digunakan melalui pendekatan survei atau penyebaran kuesioner. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas produk dan diferensiasi produk terhadap proses keputusan pembelian. Penulis melakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang dianalisis berdasarkan bantuan perangkat lunak yaitu SPSS. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert dengan menggunakan rumusan sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju diberi skor 4

S = Setuju diberi skor 3

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

H. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data dalam penelitian. Menurut Ghazali (2011:52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung (pada kolom Correlated Item-Total Correlation) dengan r tabel ($df = n - k$) yaitu membandingkan nilai r hitung

dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$ dalam hal ini adalah jumlah sampel. Suatu pertanyaan atau indikator dinyatakan valid, apabila r hitung $> r$ tabel dan nilai positif, namun jika r hitung $< r$ tabel, maka dinyatakan tidak valid dan nilai negatif.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel, jika nilai Cronbach Alpha $> 0,70$. (Ghozali, 2011:48). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha, untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari ke lima variabel penelitian jika hasil uji reliabilitas memberikan nilai $\alpha > 0,70$.

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik dapat dilakukan agar model regresi yang digunakan dapat memberikan hasil yang representatif.

a) Uji Multikolienaritas

Menurut Ghozali (2012:105), menyatakan bahwa uji multikolienaritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel

independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinieritas. Multikolinieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- 3) Multikolinieritas dapat juga dilihat dari: a) Nilai tolerance dan lawannya; b) *Variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregresikan terhadap variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $tolerance < 10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2009:92).

b) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2009:125), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Pengujiannya dilakukan dengan uji *Glejser* yang meregresi variabel bebas terhadap variabel residual mutlaknya dengan signifikansi 5% (0.05) apabila tidak ada variabel yang signifikan secara statistik maka regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.

c) Uji Normalitas

a. Uji Normalitas Secara Grafik

Menurut Ghozali (2011:147) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) mempunyai kontribusi atau tidak. Penelitian

yang menggunakan metode yang lebih handal untuk menguji data mempunyai distribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat Normal Probability Plot. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal, untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (uji Kolmogorov – smirnov), dengan penjelasan sebagai berikut (Ghozali, 2011:147). Ada beberapa cara mendeteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Normalitas Secara Statistik

Uji normalitas secara grafik dapat menyesatkan apabila tidak berhati-hati dalam melihatnya. Oleh sebab itu dianjurkan untuk melengkapi uji normalitas secara grafik dengan uji normalitas secara statistik (Ghozali, 2011:163). Selain dengan melihat kurva

normal P-plot, uji normalitas juga dapat dilakukan menggunakan uji kolmogorov-smirnov. Dalam uji kolmogorov smirnov hipotesa yang berlaku adalah:

H_0 = Sampel berasal dari data atau populasi yang terdistribusi normal.

H_a = Sampel berasal dari data atau populasi yang tidak terdistribusi normal. Dalam uji ini apabila nilai sig. $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi dengan normal. Namun, jika nilai sig. $> 0,05$ maka data terdistribusi dengan normal (Santoso, 2012:193-196).

2. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel individu independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2013:99). Hasil uji t juga dapat dilihat dalam tabel coefficient pada kolom sig (significance). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. (Ghozali, 2013:101).

1) Jika angka sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima.

2) Jika angka sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

2) Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel independen (X) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2009:88). Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 0,05), maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Regresi Linier Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier berganda (Multiple Regression). Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai alat untuk mengetahui seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen dimanipulasi atau dirubah-rubah atau dinaik-turunkan (Sugiyono, 2005:211). Rumus matematis dari regresi linier berganda yang umum digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Ket:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Variabel Independen

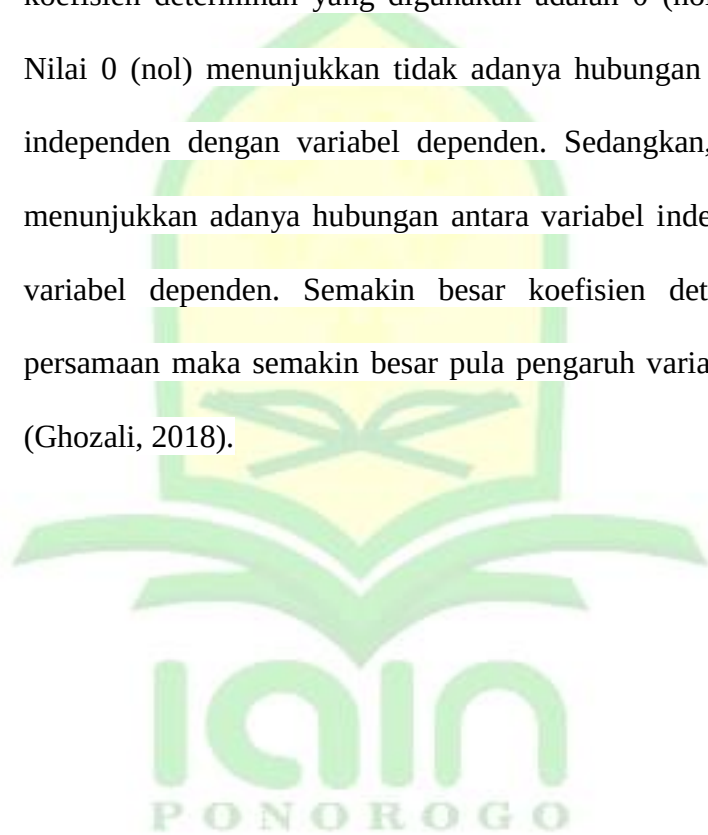
X1 = Diferensiasi Produk

X2 = Kualitas Produk

e = Error Sampling

4. Koefisien Determinasi (R square)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinan yang digunakan adalah 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai 0 (nol) menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan, nilai 1 (satu) menunjukkan adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasi suatu persamaan maka semakin besar pula pengaruh variabel independen (Ghozali, 2018).



BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Madiun

Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Madiun dibentuk atas dasar Peraturan Daerah Kabupaten Madiun Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Madiun, dan kemudian di terbitkan peraturan Bupati Madiun Nomor 51 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi Dan Tata Kerja Dinas Perdagangan, Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Madiun.

Visi:

Menjadi Lembaga Pendorong Koperasi dan UMKM, Perindustrian serta Perdagangan yang memiliki kualitas, tangguh dan berdaya saing berbasis agro dan berwawasan dalam meingkatkan kesejahteraan masyarakat.

Misi:

- 1) Menumbuhkan dan mengembangkan koperasi serta UMKM untuk mewujudkan system perekonomian daerah yang berdaya saing, maju, tangguh dan baik

- 2) Mendorong pertumbuhan serta meningkatkan industri kecil dan menengah yang memiliki tujuan pertumbuhan perekonomian daerah
- 3) Memperkuat pasar dan mengembangkan perekonomian antar daerah dengan cara kerjasama di bidang perdagangan sebagai penggerak pertumbuhan daya saing ekonomi daerah
- 4) Peningkatan kontribusi ekonomi dan mengembangkan ekonomi kreatif dalam menciptakan nilai tambah serta mendorong daerah agar mampu mewujudkan kinerja organisasi yang baik.

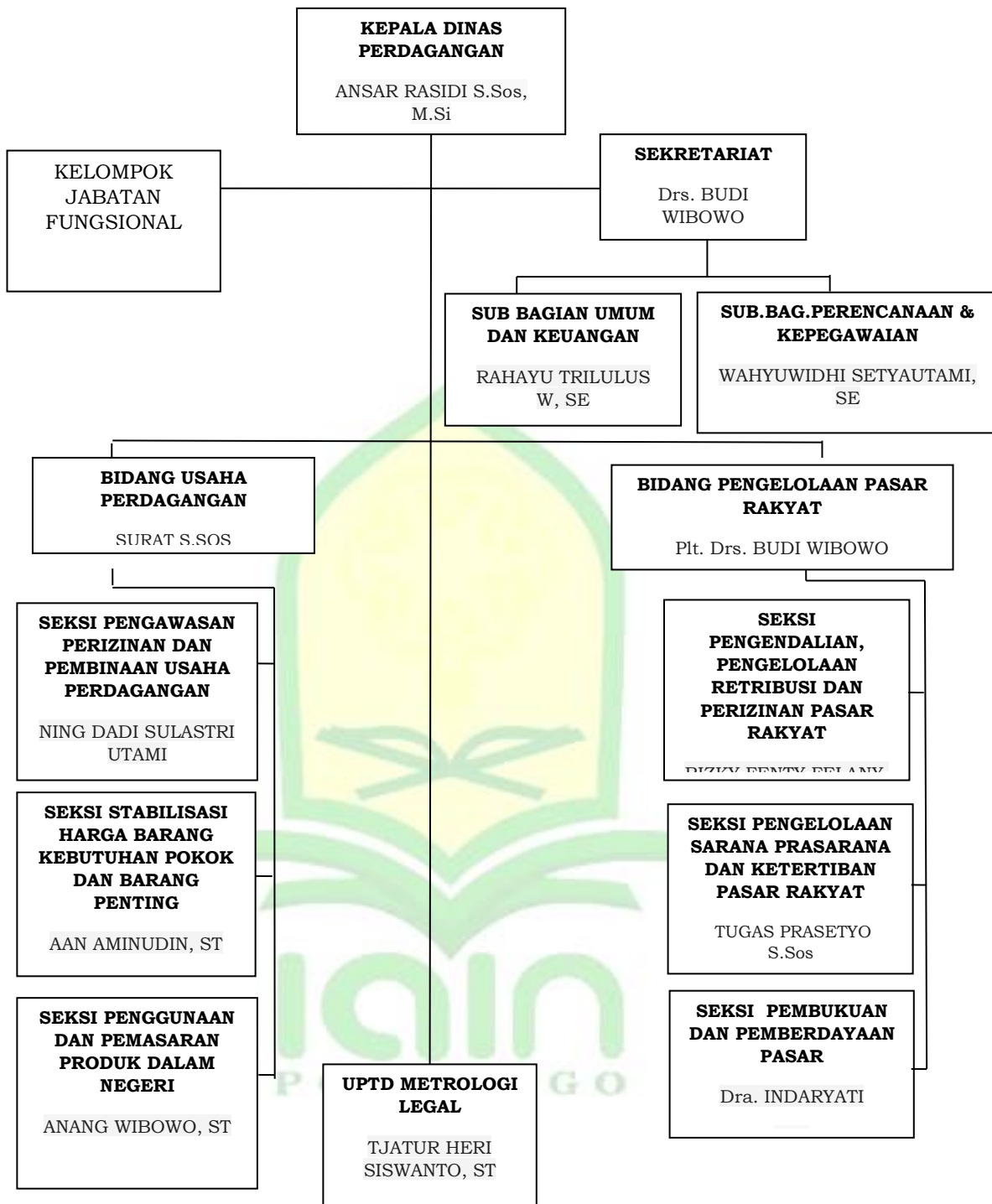
b. Struktur Organisasi dan Tugas Dinas Perdagangan Kota Madiun

Struktur organisasi di dalam Dinas Perdagangan Kota Madiun Kedudukan adalah: Dinas dipimpin oleh Kepala Dinas yang dalam melaksanakan tugasnya berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Struktur organisasi Rincian Tugas dan Fungsi di dalam Dinas Perdagangan Kota Madiun dapat dituliskan sebagai berikut:

1. Struktur organisasi di dalam dinas perdagangan kota madiun dituliskan sebagai berikut:
2. Kepala Dinas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) huruf a mempunyai tugas memimpin, mengkoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan kegiatan di Bidang Usaha Perdagangan dan pengelolaan pasar rakyat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Dinas mempunyai fungsi :
4. Penyusunan rumusan kebijakan teknis di Bidang Usaha Perdagangan dan pengelolaan pasar rakyat.
5. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di Bidang Usaha Perdagangan dan pengelolaan pasar rakyat ;
6. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang pengelolaan perdagangan dan pengelolaan pasar rakyat ; dan
7. Pelaksanaan tugas lain yang bersifat kedinasan yang diberikan oleh Walikota.





Berikut ini tugas pokok dan fungsi masing-masing bagian pada Dinas Perdagangan Kota Madiun, yaitu:

1. Sekertariat

- a. Sekretariat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) huruf mempunyai tugas melaksanakan kebijakan pelayanan administrasi kepada semua unsur di lingkungan Dinas meliputi pengelolaan administrasi umum, keuangan, perencanaan, kepegawaian dan rumah tangga.
- b. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Sekretariat mempunyai fungsi :
 - 1) perumusan kebijakan teknis, penyusunan perencanaan program kerja dan evaluasi pelaksanaan tugas-tugas pada Sekretariat ;
 - 2) pelaksanaan koordinasi penyusunan program kegiatan dan penyelenggaraan tugas-tugas Bidang secara terpadu dan tugas pelayanan administratif ;
 - 3) pengelolaan administrasi umum, rumah tangga, dan perlengkapan ;
 - 4) pengelolaan urusan kehumasan dan keprotokolan di lingkungan Dinas ;
 - 5) pengelolaan administrasi dan pembinaan kepegawaian di lingkungan Dinas ;
 - 6) pelaksanaan administrasi keuangan dan pembayaran gaji pegawai di lingkungan Dinas ; da

7) pelaksanaan tugas lain yang bersifat kedinasan .

2. Bidang Usaha Perdagangan

- a. Bidang Usaha Perdagangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) huruf c angka 1 mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas yang meliputi menyelenggarakan, merumuskan, dan melaksanakan kebijakan teknis di Bidang Perdagangan.
- b. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Bidang Usaha Perdagangan mempunyai fungsi :
- c. penyusunan Kebijakan teknis, perencanaan program dan evaluasi pelaksanaan tugas tugas pada Bidang Usaha Perdagangan ;
- d. pelaksanaan bimbingan usaha perdagangan dan perlindungan konsumen ;
- e. pendaftaran dan pengawasan pendaftaran perusahaan;
- f. pelaksanaan dan fasilitasi metrologi ;
- g. pelaksanaan pengawasan distribusi ;
- h. pemberian rekomendasi pemecahan masalah terkait ketersediaan barang kebutuhan pokok dan barang penting di tingkat daerah ;
- i. pelaksanaan pembinaan, bimbingan terhadap pelaku usaha, pelayanan pengaduan dan fasilitasi kelembagaan perlindungan konsumen ; dan
- j. pelaksanaan tugas lain yang bersifat kedinasan yang diberikan oleh Kepala Dinas

3. Bidang Pengolahan Pasar Rakyat

- a. Bidang Pengelolaan Pasar Rakyat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) huruf c angka 1 mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas yang meliputi pelaksanaan pengelolaan retribusi dan perijinan pasar , sarana prasarana pasar dan ketertiban pasar serta pembukuan dan pemberdayaan pasar.
- b. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Bidang Pengelolaan Pasar Rakyat mempunyai fungsi :
 - 1) penyusunan perencanaan program dan evaluasi pelaksanaan tugas-tugas pada Bidang Pengelolaan Pasar Rakyat ;
 - 2) penyusunan rencana pemasukan pendapatan serta rencana pelaksanaannya ;
 - 3) pelaksanaan penagihan/pemungutan pendapatan serta usaha-usaha untuk kelancaran pembayaran retribusi pasar ;
 - 4) pelaksanaan pemrosesan izin penempatan pedagang di pasar, izin pemanfaatan lahan di lingkungan pasar serta pemrosesan kerjasama pengelolaan fasilitas pendukung pasar ;
 - 5) pelaksanaan penataan pedagang serta pendataan jumlah pedagang pasar ;
 - 6) pelaksanaan pembukuan hasil pemungutan retribusi ;
 - 7) pelaksanaan usaha pemberdayaan pasar ;
 - 8) pembinaan teknis dan pengendalian terhadap pelaksanaan kebersihan pasar, pembangunan dan pemeliharaan pasar.

4. UPTD

- a. melaksanakan kegiatan teknis operasional dan/atau kegiatan teknis penunjang tertentu ;
- b. melakukan tugas lain yang bersifat kedinasan yang diberikan.

5. Kelompok Jabatan Fungsional

Kelompok Jabatan Fungsional sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 ayat (1) huruf e mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas sesuai dengan keahlian dan kebutuhan

c. **Pasar Besar Kota Madiun**

Perdagangan di Kabupaten Madiun dapat di dominasi oleh keberadaan pasar daerah atau jenis usaha lainnya. Kabupaten Madiun terbukti memiliki jumlah pasar sangat besar di seluruh wilayah. Pasar daerah merupakan pasar yang dikelola pemerintah kabupaten yang tersebar dalam beberapa kecamatan. Pada penelitian ini, difokuskan pada salah satu pasar terbesar di Kabupaten Madiun yaitu Pasar Besar. Pasar Besar mulai dibangun pada tahun 2013 dan diharapkan mampu menggerakkan perekonomian daerah Kabupaten Madiun. Pasar Besar Madiun beralamat di Jalan Raya Bangunsari, berada dibawah naungan Dinas Perdagangan Kabupaten Madiun.

Luas Area	15.219 m ²
Jumlah Los	554
Jumlah Kios	684
Hari Beroperasional	Senin-Minggu
Jenis Barang yang Dijual	Konveksi, makanan, sayuran, bahan pokok
Akses Transportasi	Akses menuju pasar dapat dijangkau menggunakan kendaraan roda empat dan roda dua.
Konstruksi Bangunan	Konstruksi bangunan permanen yang termasuk jenis pasar modern

Fasilitas	Mushola, TPS, toilet, hydrant, drainmase, tempat parker, kantor pasar, kantor pembiayaan, ruang serba guna, pos keamanan.
-----------	---

2. Hasil Pengumpulan Data

Populasi pada penelitian ini adalah pedagang di Pasar Besar Kota Madiun. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *slovin* dengan teknik *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Rincian mengenai data penyebaran kuisisioner penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Data Penyebaran Kuisisioner

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Jumlah kuisisioner yang disebar	94	100%
2.	Jumlah kuisisioner yang tidak kembali	0	0%
3.	Jumlah kuisisioner yang kembali dan dapat diolah	94	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Tabel 4.1 menunjukkan total kuisisioner yang disebar kepada responden sebanyak 94 kuisisioner. Tidak terdapat kuisisioner yang tidak kembali pada penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah kuisisioner yang kembali dan dapat diolah sebanyak 94 kuisisioner.

3. Karakteristik Responden

Statistik deskriptif karakteristik responden dilakukan untuk menunjukkan data identitas para responden yang telah dipilih dalam kuisisioner, meliputi data seluruh responden terkait jenis kelamin dan lama berjualan. Data tersebut diperlukan untuk memberikan informasi terkait profil umum dari masing-masing responden yang diperoleh dari kuisisioner

yang telah kembali. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini adalah 94. Berikut akan disajikan hasil statistik deskriptif responden dalam penelitian ini:

1) Jenis Kelamin

Informasi mengenai jenis kelamin para responden yang telah mengisi kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Perempuan	62	66.0	66.0
	Laki-laki	32	34.0	34.0
	Total	94	100.0	100.0

Sumber: Output SPSS 22, Mei 2022.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki kelamin perempuan berjumlah 62 responden atau dengan persentase sebesar 66% dari jumlah responden yang mengisi kuesioner. Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 responden atau dengan persentase sebesar 34%. Dari hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang mengisi kuesioner yaitu mayoritas berjenis kelamin perempuan.

2) Lama Berjualan

Informasi mengenai masa kerja para responden yang telah mengisi kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berjualan

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	< 1 th	3	3.2	3.2
	> 10 th	5	5.3	5.3
	1-5 th	49	52.1	52.1
	6-10 th	37	39.4	39.4
	Total	94	100.0	100.0

Sumber: Output SPSS, 2023.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa masa kerja masing-masing responden dalam penelitian ini berbeda-beda. Responden dengan lama berjualan selama <1 tahun adalah 3 responden atau 3.2%, 1-5 tahun adalah 49 responden atau 52.1%, responden dengan masa kerja antara 6-10 tahun yaitu 37 responden atau 39.4%, dan responden dengan masa kerja >10 tahun yaitu 5 responden atau 5.3%. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari responden telah berjualan selama 1-5 tahun.

4. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner bisa disebut valid jika pertanyaan pada kuisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Santoso, 2015). Suatu kuesioner dikatakan valid dapat dilihat dari nilai r hitung dan r tabel, jika nilai r hitung > nilai r tabel maka item pertanyaan dinyatakan valid. Hasil uji validitas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	R _{tabel} (n = 94-2)	Keterangan
Inovasi Fasilitas (X1)	X1.1	0.635	0.2028	Valid
	X1.2	0.583	0.2028	Valid
	X1.3	0.420	0.2028	Valid
	X1.4	0.700	0.2028	Valid
	X1.5	0.619	0.2028	Valid
	X1.6	0.710	0.2028	Valid
E-Retribusi (X2)	X2.1	0.587	0.2028	Valid
	X2.2	0.702	0.2028	Valid
	X2.3	0.711	0.2028	Valid
	X2.4	0.706	0.2028	Valid
	X2.5	0.763	0.2028	Valid
	X2.6	0.823	0.2028	Valid
	X2.7	0.713	0.2028	Valid
	X2.8	0.725	0.2028	Valid
Kepuasan Pedagang (Y)	Y.1	0.675	0.2028	Valid
	Y.2	0.745	0.2028	Valid
	Y.3	0.804	0.2028	Valid
	Y.4	0.776	0.2028	Valid
	Y.5	0.731	0.2028	Valid
	Y.6	0.787	0.2028	Valid

Sumber: Output SPSS 2023.

Berdasarkan tabel hasil uji validitas, dapat diketahui bahwa seluruh item kuesioner pada semua variabel telah dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari perolehan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} pada masing-masing variabel dalam penelitian. Kuesioner yang diberikan kepada responden sebanyak 94, maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui *r product moment pearson* dengan df (*degree of freedom*) = $n-2$, jadi $df = 94-2$ yaitu 92 sehingga diperoleh r_{tabel} 0.2028. Pernyataan pada variabel dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat mengukur persepsi responden.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas dilakukan hanya pada pernyataan yang sudah memenuhi uji validitas. Dalam melakukan uji reliabilitas digunakan metode *Alpha (cronbach's)* dengan bantuan program SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.70. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach Alpha	Standart	Keterangan
Inovasi Fasilitas (X1)	X1.1	0.714	0.7	Reliabel
	X1.2	0.721	0.7	Reliabel
	X1.3	0.745	0.7	Reliabel
	X1.4	0.703	0.7	Reliabel
	X1.5	0.718	0.7	Reliabel
	X1.6	0.700	0.7	Reliabel
E-Retribusi (X2)	X2.1	0.762	0.7	Reliabel
	X2.2	0.752	0.7	Reliabel
	X2.3	0.752	0.7	Reliabel
	X2.4	0.749	0.7	Reliabel
	X2.5	0.748	0.7	Reliabel
	X2.6	0.741	0.7	Reliabel
	X2.7	0.750	0.7	Reliabel
	X2.8	0.747	0.7	Reliabel
Kepuasan Pedagang (Y)	Y.1	0.766	0.7	Reliabel
	Y.2	0.758	0.7	Reliabel
	Y.3	0.752	0.7	Reliabel
	Y.4	0.754	0.7	Reliabel
	Y.5	0.764	0.7	Reliabel
	Y.6	0.754	0.7	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa setiap item kuesioner dalam setiap variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.70. Hal ini berarti semua item kuesioner dalam setiap variabel dapat dikatakan reliabel atau data hasil kuesioner dapat dipercaya dan andal.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan dalam model regresi linier dimana terjadi korelasi yang kuat di antara variabel-variabel independen yang diikutsertakan dalam pembentukan model. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai toleran $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$ maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak terjadi gejala multikolonieritas. Berikut merupakan hasil uji multikolonieritas:

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.608	2.373		1.521	.132		
	Total_X1	.320	.141	.227	2.270	.026	.671	1.491
	Total_X2	.378	.082	.463	4.626	.000	.671	1.491
a. Dependent Variable: Total_Y								

Sumber: Output SPSS 26, 2022.

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolonieritas antar variabel dalam model regresi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi liner kesalahan pengganggu (e) mempunyai varians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujiannya dilakukan dengan uji *Glejser* yang meregresi variabel bebas terhadap variabel residual mutlaknya dengan signifikansi 5% (0.05) apabila tidak ada variabel yang signifikan secara statistik maka regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas. Berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.186	1.439		3.605	.001
	Total_X1	-.048	.085	-.069	-0.558	.578
	Total_X2	-.080	.050	-.200	-1.614	.110
a. Dependent Variable: absres						

Sumber: Output SPSS 2023.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai sig. pada masing-masing variabel lebih dari 0.05 sehingga model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan dengan berasumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan dengan uji statistik non-parametrik dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Kriteria data dikatakan berdistribusi normal jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0.05 dan jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih kecil dari 0.05 maka data variabel terdistribusi secara tidak normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas:

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60092497
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.046
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.652
Asymp. Sig. (2-tailed)		.789
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Output SPSS 2023.

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas terlihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.789 lebih besar dari 0.050 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dapat berdistribusi secara normal.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial

Uji Stastistik t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dan pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Santoso, 2015). Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel dengan tingkat signifikansi 0.05 dengan $df = n-k$ untuk mneyimpulkan menerima atau menolak hipotesis dengan cara melihat nilai signifikan. Pengujian hipotesis dengan dua arah dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak H_a diterima
- 2) Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima H_a ditolak
- 3) Jika -t hitung $>$ -t tabel, maka H_0 diterima H_a ditolak
- 4) Jika -t hitung $<$ -t tabel, maka H_0 ditolak H_a diterima

Hasil uji signifikansi parsial (Uji T) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.608	2.373		1.521	.132
	Total_X1	.320	.141	.227	2.270	.026
	Total_X2	.378	.082	.463	4.626	.000
a. Dependent Variable: Total_Y						

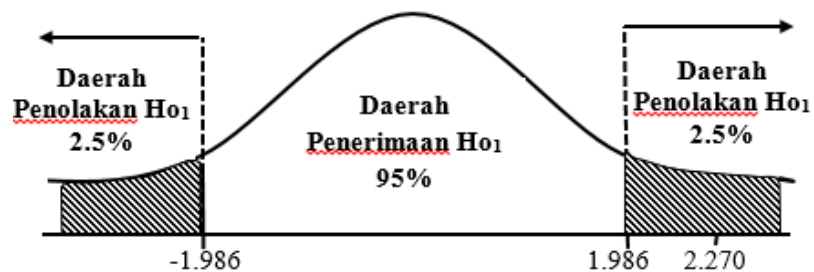
Sumber: Output SPS, 2023.

Ketentuan nilai t tabel dalam penelitian ini pada $\alpha = 0.05$ dan nilai α dibagi dua menjadi 0.025 karena menggunakan hipotesis dua arah dan $n = 94$ dimana n merupakan jumlah data dan k

merupakan jumlah variabel dalam penelitian. Berdasarkan pada tabel maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Pengaruh Inovasi Fasilitas terhadap Kepuasan Pedagang

Berdasarkan perhitungan uji parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.270 dengan sig 0.026. Untuk memahami pengaruh tersebut dapat diilustrasikan pada daerah penolakan H_0 dan H_a dibawah ini:



Gambar 4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_1

Berdasarkan gambar dapat dilihat nilai t hitung sebesar 2.270 > dari t tabel 1.986 ($df = 94 - 3 = 91$) dan berada pada daerah penolakan H_0 . Artinya inovasi fasilitas berpengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan pedagang. Hal ini dapat diartikan bahwa inovasi fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

b. Pengaruh e-retribusi terhadap Kepuasan Pedagang

Berdasarkan perhitungan uji T menunjukkan nilai t hitung sebesar 4.626 dengan sig 0.000. Untuk memahami pengaruh tersebut dapat diilustrasikan pada daerah penolakan H_0 dan H_a dibawah ini:



Gambar 4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H2

Berdasarkan gambar dapat dilihat nilai t hitung sebesar $4.626 >$ dari t tabel 1.986 ($df = 94 - 3 = 91$) dan berada pada daerah penolakan H_0 . Artinya e-retribusi berpengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan pedagang. Hal ini dapat diartikan bahwa e-retribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

b. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2018) pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Ghozali (2018) juga menjelaskan bahwa dasar pengambilan keputusan menggunakan uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} >$ nilai F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika nilai $F_{hitung} <$ nilai F_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Hasil uji statistik simultan (Uji F) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	397.851	2	198.926	28.774	.000 ^a
	Residual	629.127	91	6.913		
	Total	1026.979	93			
a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1						
b. Dependent Variable: Total_Y						

Sumber: Output SPSS 22, Mei 2022.

Berdasarkan tabel hasil uji F yang ditunjukkan pada tabel Anova dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah 0.000. Hal ini berarti nilai signifikansi berada dibawah 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain inovasi fasilitas dan e-retribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang. Cara lain untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu, dengan membandingkan nilai F tabel dengan F hitung. Jika nilai F hitung > F tabel maka H_0 ditolak H_a diterima dan sebaliknya. Ketentuan untuk melihat F tabel dengan menghitung (*degree of freedom*) $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Maka $df_1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = 94 - 3 = 91$ sehingga diperoleh F tabel 3.10. Pada penelitian ini menunjukkan nilai F hitung sebesar 28.774 lebih besar dari 3.10 maka dapat disimpulkan bahwa inovasi fasilitas dan e-retribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang.

7. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menganalisis lebih dari satu variabel independen dan mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pedagang

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Inovasi fasilitas

X_2 = E-retribusi

e = Kesalahan regresi atau standart error (5%)

Berikut merupakan hasil uji regresi linier berganda yang telah dipaparkan dalam tabel:

Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.608	2.373		1.521	.132
	Total_X1	.320	.141	.227	2.270	.026
	Total_X2	.378	.082	.463	4.626	.000
a. Dependent Variable: Total_Y						

Sumber: Output SPSS 2023.

Berdasarkan hasil tabel uji regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi linier berganda menjadi

$$Y = 3.608 + 0.320X_1 + 0.378X_2 + e$$
, sehingga dapat disimpulkan bahwa:

- a. Hasil tabel menunjukkan nilai konstan sebesar 3.608. Hal ini jika diasumsikan variabel independen X_1 , dan X_2 bernilai 0 maka nilai variabel dependen (Y) sebesar 3.608.
- b. Hasil tabel menunjukkan nilai koefisien regresi variabel inovasi fasilitas (X_1) sebesar 0.320 dengan nilai signifikansinya $0.026 < 0.05$. Nilai koefisien yang bernilai positif menandakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara inovasi fasilitas terhadap kepuasan pedagang.
- c. Hasil tabel menunjukkan nilai koefisien regresi variabel e-retribusi (X_2) sebesar 0.378 dengan nilai signifikansinya $0.000 < 0.05$. Nilai koefisien yang bernilai positif menandakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara e-retribusi terhadap kepuasan pedagang.

8. Uji R (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi R^2 :

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.387	.374	2.629
a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1				

Sumber: Output SPSS 22, Mei 2022.

Berdasarkan hasil perhitungan determinasi menghasilkan nilai R Square (R^2) sebesar 0.387 atau 38.7%. Artinya variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pedagang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) yaitu inovasi fasilitas dan e-retribusi. Sedangkan sebanyak 61.3% dijelaskan oleh variabel lain.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Inovasi Fasilitas Terhadap Kepuasan Pedagang

Hipotesis pertama dalam penelitian ini mengenai pengaruh inovasi fasilitas terhadap kepuasan pedagang. Hasil penelitian dapat dilihat dari uji hipotesis parsial (uji T) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar $2.270 >$ dari t tabel 1.986 ($df = 94 - 3 = 91$) dengan nilai signifikansi sebesar 0.026 maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya inovasi fasilitas berpengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan pedagang. Hal ini dapat diartikan bahwa inovasi fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang. Semakin meningkat inovasi fasilitas maka semakin meningkat kepuasan pedagang.

Inovasi yaitu proses memikirkan dan mengimplementasikan ide-ide baru yang terdiri dari aspek-aspek penting dan saling berkaitan untuk membentuk satu kesatuan utuh. Inovasi fasilitas berarti mengubah sesuatu

hal, sehingga menjadi sesuatu yang baru. Inovasi dilakukan untuk mengkreasikan dan mengimplementasikan sesuatu menjadi satu kombinasi sehingga, dengan inovasi seseorang dapat menambahkan nilai dari produk, pelayanan, proses kerja, dan kebijakan bagi masyarakat.

Inovasi fasilitas dilakukan sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pedagang. Inovasi yang diterapkan pada fasilitas akan mempercepat sistem kerja pelayanan di sebuah pasar. Para pedagang akan merasa nyaman dengan penggunaan fasilitas yang memadai, hal ini terjadi karena inovasi fasilitas mampu memberikan pembaruan dalam memberikan fasilitas baik dari teknologi yang digunakan untuk melayani pembeli, perbaikan fasilitas yang disediakan, serta adanya pengembangan atas fasilitas yang diberikan. Sehingga, inovasi fasilitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan pedagang untuk berjualan di pasar besar Kota Madiun.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2022) yang menyatakan bahwa inovasi fasilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pedagang.

2. Pengaruh E-retribusi Terhadap Kepuasan Pedagang

Hipotesis kedua dalam penelitian ini mengenai pengaruh e-retribusi terhadap kepuasan pedagang. Hasil penelitian dapat dilihat dari uji hipotesis parsial (uji T) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 4.626 > dari t tabel 1.986 ($df = 94 - 3 = 91$) dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya e-retribusi berpengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan pedagang. Hal ini dapat diartikan bahwa e-

retribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang. Semakin baik pelaksanaan e-retribusi di pasar maka semakin meningkat kepuasan pedagang.

Retribusi pasar adalah pungutan yang dikenakan kepada pedagang oleh Pemerintah Daerah sebagai pembayaran atas pemakaian tempat-tempat berupa toko, kios, dasaran, dan halaman pasar yang disediakan di pasar daerah atau pedagang lain yang berada di sekitar sampai radius 200m dari pasar. Pungutan yang diberikan kepada pedagang dapat dilakukan dengan sistem e-retribusi. E-retribusi digunakan sebagai sistem informasi manajemen retribusi pasar untuk dinas perdagangan dan bekerjasama dengan pihak perbankan untuk mengadakan suatu pungutan kepada pedagang.

E-retribusi dinilai sebagai perubahan baru dalam hal berinteraksi dengan wajib retribusi pasar atau cara baru dalam memberikan pelayanan kepada pedagang dengan adanya alat EDC dalam proses validasi data dan pembayaran. Sistem ini juga termasuk dalam tipologi inovasi kebijakan, yakni perubahan visi, misi, tujuan dan strategi baru beserta alasannya yang berangkat dari realitas yang ada dalam menghadapi masalah kemungkinan adanya penyimpangan wajib retribusi pasar, pungli dan korupsi. Dengan adanya e-retribusi akan memudahkan pedagang dalam pembayaran retribusi secara efektif dan efisien sehingga hal ini akan meningkatkan kepuasan pedagang. E-retribusi perlu dipertahankan dalam rangka meningkatkan kepuasan pedagang di pasar besar Kota Madiun.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah (2022) yang menyatakan bahwa e-retribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang.

3. Pengaruh Inovasi Fasilitas dan E-retribusi Terhadap Kepuasan Pedagang

Berdasarkan hasil uji simultan diperoleh koefisien uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0.000. Hal ini berarti nilai signifikansi berada dibawah 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain inovasi fasilitas dan e-retribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang. Pada penelitian ini menunjukkan nilai F hitung sebesar 28.774 lebih besar dari 2.68 maka dapat disimpulkan bahwa inovasi fasilitas dan e-retribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang. Cara lain untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu, dengan membandingkan nilai F tabel dengan F hitung. Dengan adanya inovasi fasilitas yang didukung oleh e-retribusi pasar yang merupakan keberlanjutan implementasi transaksi non tunai dalam agenda Pengembangan Aplikasi Pengelolaan Keuangan Daerah Pemerintah Kota Madiun. Bagi pedagang, sistem ini akan menumbuhkan kepercayaan pedagang terhadap pemerintah, bahwa uang hasil retribusi pasar yang mereka setorkan sudah pasti masuk ke rekening daerah, sehingga hal ini dapat mengurangi prasangka buruk pedagang. Selain itu, dengan peningkatan inovasi fasilitas dan penerapan e-retribusi akan meningkatkan kepuasan pedagang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data mengenai Pengaruh Inovasi Fasilitas Dan Penerapan E-Retribusi Terhadap Kepuasan Pedagang Di Pasar Besar Kota Madiun, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Inovasi fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang di Pasar Besar Kota Madiun. Hal ini berarti semakin baik inovasi fasilitas yang dilakukan maka akan meningkatkan kepuasan pedagang.
2. E-retribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang di Pasar Besar Kota Madiun. Hal ini semakin baik sistem e-retribusi yang diterapkan maka kepuasan pedagang akan meningkat.
3. Inovasi fasilitas dan e-retribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang di Pasar Besar Kota Madiun. Hal ini berarti dengan peningkatan inovasi fasilitas dan penerapan e-retribusi akan meningkatkan kepuasan pedagang.

B. Saran

1. Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Madiun diharapkan untuk terus meningkatkan inovasi fasilitas pedagang di Pasar Besar Kota Madiun seperti meningkatkan kebersihan pasar dengan melengkapi sarana kebersihan.

2. Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Madiun diharapkan untuk memaksimalkan penggunaan sistem e-retribusi pasar dan meningkatkan kualitas penggunaan agar memudahkan pedagang dalam melakukan pembayaran retribusi.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, Bunga, 'Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kota Medan', *Jurnal Manajemen Tools*, 7.1 (2017), 1–9
- Aditi, Bunga, Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kota Medan, (*Jurnal Manajemen Tools*, 2017), 7 (1), hlm. 1-9.
- Amah, Nik, Febrilyantri, Candra dan Lestari, Novi Dwi. "Insentif Pajak dan Tingkat Kepercayaan: Pengaruhnya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." *Jurnal Ekonomi*, Volume 28, Nomor 1, (2023), 3.
- Darwin, MBP, Pajak Daerah & Retribusi Daerah (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2010) hlm 166
- Dian Putri, 'Pengaruh Perubahan Sistem Pembayaran Retribusi Pasar Menjadi E-retribusi bagi Pedagang Pasar Sleko Kota Madiun', *Jurnal Manajemen*, 7.1 (2022), 3-19.
- Esha, Dian, 'Pengaruh Inovasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11.1 (2020), 17–28
- Ghani, Yosef Abdul, 'Pengaruh Inovasi Sarana Prasarana Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Karangsetra Waterland', *Jurnal Pariwisata*, 2.2 (2018), 98–110
<https://repjogja.republika.co.id/rewzpi/pemkot-madiun-cabut-izin-operasional-di-pasar-besar-madiun>
- Istiqomah, 'Pengaruh E-Retribusi, Fasilitas, Dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Pedagang Di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta', *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7.1 (2022), 13–27
- Magdalena, Studi Deskriptif Inovasi E-Retribusi Pasar, (*Jurnal Kritis*, 2020), hlm. 135-143.

- Maria Magdalena, ‘Studi Deskriptif Inovasi E-Retribusi Pasar’, *Jurnal Kritis*, 29.2 (2020), 135–43
- Nurul, Wahyu, And Faroh Nurul, ‘Kepuasan Pelanggan Pada Pt Mafati Inovasi Technology Pondok Cabe – Tangerang Selatan’, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2.1 (2019), 26–35
- Rahma, Mevianti Nur, Wahyudi, Amin. “Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo dalam Mempertahankan Eksistensinya pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*.” Volume 3, Nomor 1, (2022), 53
- Ratna Kusumawati, Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, AKSES, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 5 No. 9, April 2018, hal. 55.
- Rizky Hendra Prawira, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dinas Pasar Terhadap Kepuasan Pedagang Di Pasar Citra Niaga Samarinda, (Jurnal Ekonomi, 2019).
- Schumpeter (2017)
- Siskawati Rahman, Universitas Sam, And Ratulangi Manado, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Pln (Persero) Area Manado’, *Jurnal Emba*, 7.1 (2019), 301–11.
- Sri Wartini, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Kudus’, *Jurnal Manajemen Analisis*, 4.4 (2019), 341–47.
- Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, (Jawa Timur: Banyumedia Publisin, 2006), hlm. 295
- Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 110 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Undang – Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Undang – Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Pasal 18 ayat 2 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 108 ayat 1 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Pasal 18 ayat 2 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 108 ayat 1 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Wahyu Utami, 'Implementasi Kebijakan E-Retribusi Pasar Singosaren Surakarta', *Jurnal Manajemen Analisis*, 4.1 (2018), 70-87.

Wawancara dengan Ibu Rahmini, pada 01 Oktober 2022.

Wina Sanjaya, *Kurikulum dan Pembelajaran (Teoritik dan Praktik Kurikulum KTSP)*, Prenada Media Group. Jakarta, 2008, 293

