

PENTINGNYA PEMBERDAYAAN PENJUAL SAYUR DI PASAR TRADISIONAL KIMI TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN EKONOMI KELUARGA PENJUAL PADA KAMPUNG KIMI DISTRIK TELUK KIMI

DAMARIS PASALLI

Program Studi Administrasi Bisnis , Universitas Satya Wiyata Mandala Nabire

Email:

damarispasalli20174@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauhmana pemberdayaan penjual sayur - sayur di pasar tradisional Kimi terhadap peningkatan pendapatan ekonomi keluarga di Kampung Kimi Distrik Teluk Kimi serta mengetahui kendala – kendala dan upaya yang dihadapi dalam penjualan sayur - sayur untuk peningkatan pendapatan ekonomi keluarga. Penelitian dilaksanakan di Pasar Tradisional Kimi, Kampung Kimi Distrik Teluk Kimi Kabupaten Nabire Provinsi Papua. Metode yang digunakan adalah Metode survei dengan mengambil contoh data dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Hasil penelitian ini, bahwa Pasar Tradisional Kimi cukup layak sebagai tempat berjualan sayur. Penjualan sayur – mayur di Pasar Tradisional Kimi sering menggunakan modal yang besar, dan hampir sebagian besar adalah modal sendiri; Pemerintah Daerah hampir tidak pernah memberikan bantuan modal kepada para penjual sayur – mayur; Kegiatan pemasaran terkadang hanya menggunakan metode yang mudah, sehingga belum mampu mendongkrak tingkat penjualan; Dalam meningkatkan pendapatan penjual umbi-umbian, dibutuhkan kemampuan khusus; dan Pendapatan penjual sayur – mayur cukup menunjang kebutuhan hidup masyarakat yang berprofesi sebagai penjual sayur – mayur.

Kata Kunci : Pemberdayaan , Pasar Tradional, Ekonomi Keluarga, Nabire Papua

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the extent to which the empowerment of vegetable sellers in the Kimi traditional market towards increasing family economic income in Kimi Village, Teluk Kimi District and to find out the constraints and efforts faced in selling vegetables to increase family economic income. The research was conducted at Kimi Traditional Market, Kimi Village, Teluk Kimi District, Nabire Regency, Papua Province. The method used is a survey method by taking a sample of data from one population and using a questionnaire as a data collection tool. The results of this study, that Kimi Traditional Market is quite feasible as a place to sell vegetables. Vegetable sales at Kimi Traditional Market often use a large amount of capital, and most of it is own capital; Local governments almost never provide capital assistance to vegetable sellers; Marketing activities sometimes only use easy methods, so they have not been able to boost sales; In increasing the income of tubers sellers, special abilities are needed; and The income of vegetable sellers is sufficient to support the needs of people who work as vegetable sellers.

Keywords: Empowerment, Traditional Market, Family Economy, Nabire Papua

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi adalah hal yang sangat penting dalam suatu Negara, terutama dalam meningkatkan pendapatan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Indonesia telah menikmati pertumbuhan ekonomi dalam jangka waktu yang panjang, hingga datangnya krisis nilai tukar rupiah tereskalasi menjadi krisis multidimensi yang dimulai sejak akhir tahun 1997.

Ketika terjadi krisis moneter 1998, hanya sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang bertahan dari kolapnya ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis. Krisis ini telah mengakibatkan kedudukan posisi pelaku sektor ekonomi berubah. Usaha besar satu persatu pailit, karena bahan baku impor meningkat secara drastis, biaya cicilan meningkat sebagai akibat nilai tukar rupiah terhadap dollar menurun dan berfluktuasi. Sektor perbankan ikut terpuruk memperparah sektor industri pada sisi permodalan. Banyak perusahaan yang tidak dapat lagi meneruskan usaha karena tingkat bunga yang tinggi. Berbeda dengan UMKM sebagian besar yang bertahan, bahkan cenderung bertambah.

Pengertian Pemberdayaan

Menurut Parson yang dikutip oleh Suharto, Pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas dan mempengaruhi terhadap, kejadian – kejadian serta lembaga – lembaga yang mempengaruhi kehidupannya (Edi Suharto, 2010 : 58). Pemberdayaan menekankan bahwa orang memperoleh keterampilan, pengetahuan dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatannya (Edi Suharto, 2010 : 59).

Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam (a) memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan, (b) menjangkau sumber – sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya memperoleh barang – barang dan jasa – jasa yang mereka perlukan dan (c) berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan – keputusan yang mempengaruhi mereka.

Menurut Kartasasmita dalam Zubaedi (Zubaedi, 2007 : 103), upaya pemberdayaan harus dilakukan melalui tiga arah. *Pertama*, menciptakan suasana iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang yaitu mendorong dan membangkitkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengembangkan potensi – potensi yang telah masyarakat miliki. *Kedua*, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat yaitu upaya yang dilakukan dalam langkah pemberdayaan melalui aksi – aksi yang nyata seperti pendidikan, pelatihan, peningkatan kesehatan, pemberian modal, informasi, lapangan pekerjaan, pasar, serta sarana – sarana lainnya. *Ketiga*, melindungi masyarakat yaitu perlu adanya langkah – langkah dalam pemberdayaan masyarakat untuk mencegah persaingan yang tidak seimbang dan juga praktik eksploitasi yang kuar terhdap yang lemah melalui adanya kesepakatan yang jelas untuk melindungi golongan yang lemah.

Proses Pemberdayaan

Dalam proses pemberdayaan terdapat atau mengandung dua kecenderungan (Harry Hikmat, 2001 : 43) yaitu.

Pertama, pemberdayaan menekankan pada proses atau mengalihkan sebagian kekuasaan, kekuatan atau kemampuan kepada masyarakat agar individu yang bersangkutan menjadi lebih berdaya.

Kedua, pemberdayaan menekankan pada proses menstimulasi, mendorong atau memotivasi agar individu mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog

Peran Pemberdayaan

Menurut Suharto (2010 : 67-68), pelaksanaan pencapaian tujuan pemberdayaan dapat diterapkan melalui lima pemberdayaan, yaitu :

- a. *Pemungkin*: menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat mampu berkembang secara optimal.
- b. *Penguatan*: memperkuat pengetahuan dan kemampuan serta menumbuhkan kepercayaan diri masyarakat agar bisa menunjang kemandirian mereka.
- c. *Perlindungan*: melindungi masyarakat yang lemah, dari adanya persaingan yang tidak sehat dan kelompok kuat yang berupaya mengeksploitasi mereka.
- d. *Penyokongan*: memberikan bimbingan dan dukungan kepada masyarakat agar mereka menjalankan peranan tugas – tugas dalam kehidupannya dan menyokong mereka agar tidak terjatuh dalam keadaan yang merugikan.
- e. *Pemeliharaan*: menjaga keseimbangan distribusi kekuasaan untuk menjamin setiap orang memperoleh kesempatan berusaha.

Model – Model Pemberdayaan

Menurut Jack Rothman sebagaimana dikutip oleh Harry Hikmat (2001 : 67), pemberdayaan masyarakat mempunyai tiga model dalam visi bekerja yaitu :

a. Model Pengembangan Lokal

Model pengembangan lokal mensyaratkan bahwa perubahan dalam masyarakat dapat dilakukan secara optimal bila melibatkan partisipasi aktif yang luas di semua spectrum masyarakat tingkat lokal, baik dalam tahap penentuan tujuan maupun pelaksanaan tindakan perubahan.

b. Model Perencanaan Sosial

Model ini menekankan proses pemecahan masalah secara teknis terhadap masalah tingkat social yang substantive dan partisipatif warga masyarakat sangat beragam dan tergantung pada bentuk masalah itu sendiri dan variabel organisasi apa yang ada di dalamnya.

c. Model Aksi Sosial

Model ini menekankan tentang betapa penting penangan kelompok penduduk yang tidak beruntung secara terorganisasi, berarah dan sistematis. Tujuannya mengadakan perubahan mendasar melalui pemerataan kekuasaan dan sumber – sumbernya atau dalam hal pembuatan keputusan masyarakat dan merubah dasar kebijakan organisasi – organisasi formal.

Tujuan Pemberdayaan

Untuk mencapai tujuan pemberdayaan ekonomi masyarakat terdapat pilihan kebijakan yang dilaksanakan dalam beberapa langkah strategi seperti yang dikemukakan oleh Gunawan Sumodiningrat (1998: 7 – 8) yaitu :

- a. Memberikan peluang atau akses yang lebih besar pada akses produksi. Sehingga, mampu meningkatkan produksi, pendapatan dan menciptakan tabungan yang dapat pemupukan modal secara berkesinambungan.

- b. Memperkuat posisi transaksi dan kemitraan usaha ekonomi rakyat yang dibantu dengan prasarana dan sarana penghubung yang mampu memperlancar pemasaran produksi. Membangun kesetiakawanan dan rasa kesamaan sehingga menciptakan rasa percaya diri dan harga diri dalam menghadapi keterbutuhan ekonomi serta meningkatkan kesadaran, kemauan dan tanggungjawab, bahwa kemenangan dalam pergelutan perdangan bebas tidak akan tercapai tanpa adanya rasa kebersamaan dan kesatuan.
- c. Meningkatkan pelayanan pendidikan dan kesehatan dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Selain pengetahuan yang didapatkan dari pendidikan dan pelatihan, kesehatan berperan besar dalam menentukan produktifitas.
- d. Kebijakan pengembangan industri harus mengarah pada penguatan industry rakyat yang terkait dengan industry besar. Proses industrialisasi mengarah ke daerah pedesaan dengan memanfaatkan potensi setempat yang umumnya argo industry.
- e. Kebijakan ketenagakerjaan yang mendorong tumbuhnya tenaga kerja mandiri sebagai cikal bakal lapisan wirausaha baru, yang berkembang menjadi wirausaha kecil dan menengah yang kuat dan saling menunjang.
- f. Pemerataan pembangunan antar daerah, karena perekonomian yang tersebar diseluruh penjuru tanah air.

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Pemberdayaan ekonomi adalah penguatan pemilikan faktor – faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji atau upah yang memadai dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan keterampilan yang harus dilakukan secara multi aspek, baik dari aspek masyarakatnya sendiri, maupun aspek kebijakannya (Mardi Yatmo Hutomo, 2000).

Pengertian usaha adalah kegiatan dengan mengarahkan tenaga pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud. Dalam ruang lingkup tertentu, pengertian usaha bisa disamakan dengan pekerjaan. Pekerjaan sendiri merupakan sebuah perbuatan, prakarsa, ikhtiar, atau daya upaya untuk mencapai sesuatu yang lebih baik.

Membangun ekonomi rakyat berarti berusaha meningkatkan kemampuan dengan cara mengembangkan dan mendinamisasikan potensi rakyat, dengan kata lain yaitu memberdayakan dengan jalan memberikan keterampilan dan lainnya tetapi tidak memberikan dana yang dapat membuat rakyat menjadi tergantung. Upaya untuk mengerahkan sumber daya untuk mengembangkan potensi ekonommi masyarakat akan meningkatkan produktivitas masyarakat, sehingga SDM maupun SDA di sekitar masyarakat dapat ditingkatkan produktivitasnya. Dengan masyarakat mampu menghasilkan dan menumbuhkan nilai tambah dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan.

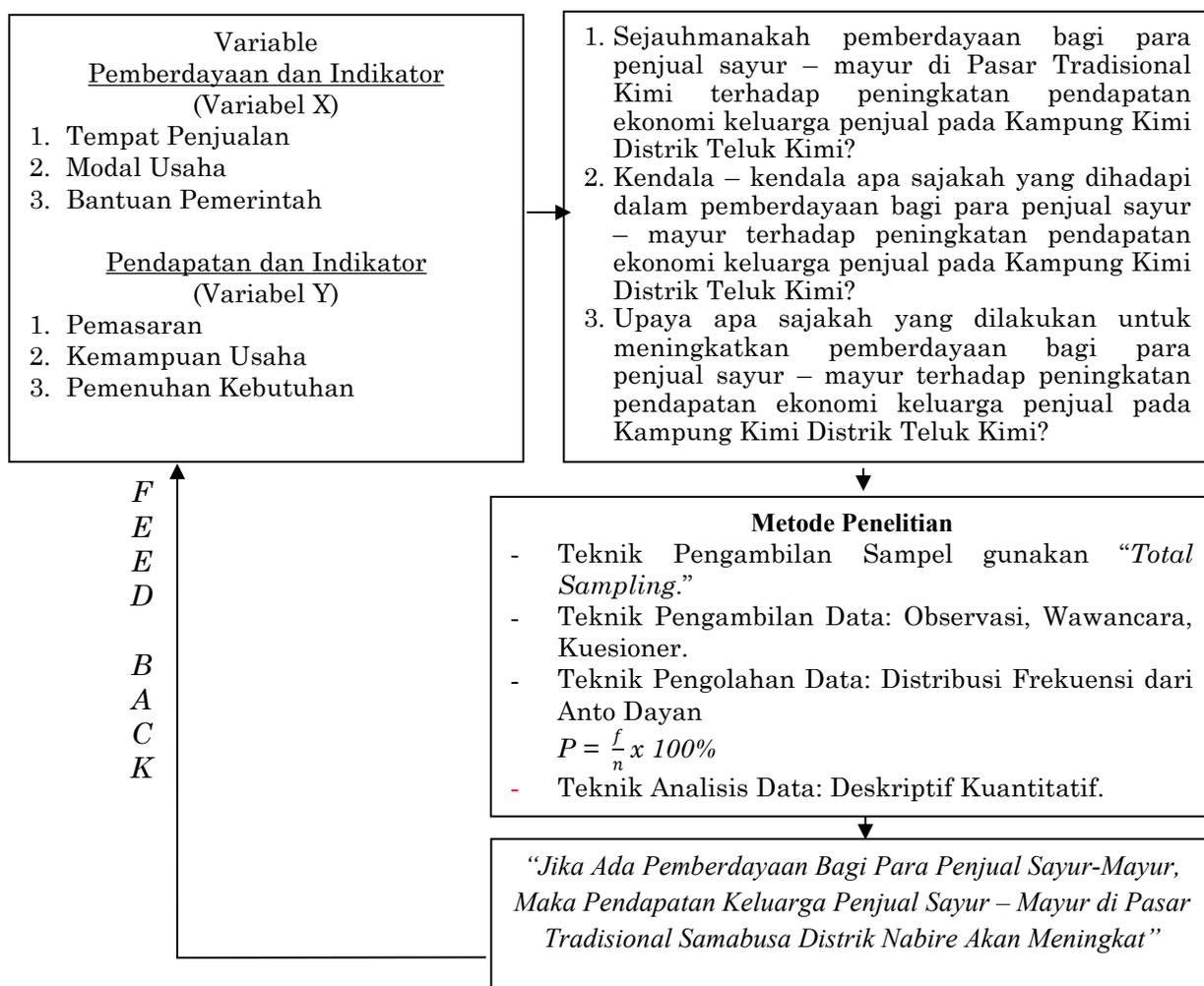
Secara Kategoris, yang disebut dengan ekonomi rakyat adalah usaha dan kegiatan ekonomi yang dikembangkan oleh mereka yang berasal dari lapisan masyarakat bawah. Mereka adalah kelompok pengusaha kecil dan memiliki berbagai macam keterbatasan seperti modal, keterampilan, teknomogi manajemen dan sumberdaya.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis menganggap sangat penting meneliti tentang Pentingnya Pemberdayaan Penjual Sayur – Mayur di Pasar Tradisional Kimi Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Keluarga Pada Kampung Kimi Distrik Teluk

Kimi. Kampung Kimi merupakan salah satu dari lima kampung yang berada di Distrik Teluk Kimi. Adapun total jumlah penduduk Kampung Kimi adalah 1.988 jiwa dengan perincian 1.013 jiwa adalah berjenis kelamin laki-laki dan 975 jiwa adalah berjenis kelamin perempuan. Dari penyebaran jumlah penduduk Kampung Kimi ini terdapatlah satu Pasar Tradisional Kimi berada tepat di Kampung Kimi Distrik Teluk Kimi Kabupaten Nabire. Pasar ini menjadi tumpuhan masyarakat sekitar Distrik Teluk Kimi dalam melakukan jual beli sembako untuk keperluan rumah tangga. Pasar ini memiliki luas area sekitar 250 m². Dari pantauan penulis, diketahui bahwa sekitar kurang lebih 50 meter dari total luas pasar diperuntukan oleh para penjual sayur-mayur untuk menjajal dagangan mereka bagi masyarakat sekitar yang ingin membeli sayur-mayur.

Gambar 1

Kerangka Berpikir



Sumber Data : Alur Pikir Penulis, 2020

METODOLOGI

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka untuk memecahkan masalah tersebut secara ilmiah penulis menggunakan metode tertentu yang dianggap relevan dengan prosedur atau alat. Selain itu, kerangka atau desain yang digunakan dalam membahas masalah dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain sebagai berikut :

Sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti penulis dalam proposal ini, maka adapun jenis penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam skripsi ini yakni menggunakan jenis penelitian deskriptif. Menurut Winarno Surachmad (1998:8) jenis penelitian deskriptif adalah membicarakan beberapa kemungkinan untuk memecahkan masalah yang aktual dengan jalan mengklasifikasikan, menganalisa dan menginterpretasikan.

Lokasi penelitian adalah Pasar Tradisional Kimi, Kampung Kimi Distrik Teluk Kimi Kabupaten Nabire Provinsi Papua.

Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan dalam menganalisis data ini adalah dengan menggunakan secara kualitatif deskriptif dengan bantuan tabel frekuensi dengan presentase sederhana.

Menurut Anton Dayon (1986:37) analisis data adalah data yang telah terkumpul selama penelitian langsung ditabulasikan kemudian disajikan dalam bentuk tabel presentase pada tingkat lebih lanjut dalam proses analisis presentase sebagai berikut :

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \%$$

Keterangan :

P = Populasi

F = Frekuensi

N = Jumlah Sampel / Responden

100 % = Nilai Konstan

A. Keadaan Pedagang Sayur – Mayur di Pasar Tradisional Kimi

1) Profil Pedang Dari Sisi Pendidikan

Secara umum terlihat pendidikan para pedagang sayur-mayur di Pasar Tradisional Kimi dapat dinilai rendah. Hal ini sangat dimungkinkan, karena Pasar Tradisional Kimi berada di luar kota Nabire dan berada di pesisir pantai serta merupakan daerah berkembang yang baru yang sudah barang tentu masih terdapat warga penduduk asli yang bercocok tanam atau bertani dan nelayan yang pada dasarnya perpendidikan rendah atau bahkan tidak bersekolah karena dahulu masih kurang tersedia sarana dan prasarana pendidikan, sehingga menyulitkan mereka untuk bersekolah. Adapun data tingkat pendidikan para penjual sayur-mayur di Pasar Tradisional Kimi dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1
Profil Penjual Sayur-Mayur Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	Tidak Bersekolah / Putus Sekolah	18 orang
2	SD	10 orang
3	SMP	5 orang
4	SMA	2 orang
Jumlah Total		35 orang

Sumber : Hasil Wawancara, 2020

Dari data tabel 1 memperlihatkan bahwa tingkat pendidikan para penjual sayur-mayur di Pasar Tradisional Kimi adalah rendah, hal ini terlihat dari jumlah tingkat pendidikan para penjual yang dominan yaitu tidak bersekolah / putus sekolah, yaitu sebanyak 18 orang, kemudian menyusul penjual dengan jenjang pendidikan SD sebanyak 10 orang, kemudian SMP sebanyak 5 orang dan terakhir jenjang pendidikan SMA sebanyak 2 orang penjual.

2) Profil Pedagang Berdasarkan Jenis Kelamin

Harus diakui, bahwa rata – rata penjual sayur-mayur adalah para ibu – ibu “mama – mama” yang nota bene terdiri dari penjual yang berjenis kelamin perempuan yang yang mana kurang lebih berjumlah 31 orang dan sisanya 4 orang adalah penjual sayur-mayur yang berjenis kelami laki – laki. Sedangkan menurut mama – mama yang dimintai keterangan, para suami mereka lebih banyak mengambil profesi bertani dan nanti hasilnya dijual oleh para istri selain itu sebagian para suami juga bekerja dan pergi mengais rejeki untuk keluarga di kota Nabire.

3) Profil Pedagang Berdasarkan Umur

Rata – rata para penjual sayur-mayur berusia 35 tahun sampai 45 tahun. Sedangkan yang berusia lainnya hanya sebagian kecil. Berikut ini penulis tampilkan dalam bentuk tabel di bawah ini.

Tabel .2
Profil Penjual Sayur-Mayur Menurut Umur

No	Tingkat Usia	Jumlah
1	35 Tahun – 45 Tahun	25 orang
2	30 Tahun – 34 Tahun	3 orang
3	36 Tahun – 55 Tahun	5 orang
4	> 55 Tahun	2 orang
Jumlah Total		35 orang

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Dari data tabel 2 di atas ini menunjukkan bahwa penjual sayur-mayur yang berusia antara 35 tahun sampai 45 tahun berjumlah 25 orang, kemudian antara usia 30 tahun sampai 34 tahun berjumlah 3 orang, dan yang berusia 36 tahun sampai 55 tahun sebanyak 5 orang dan sisanya sebanyak 2 orang terdiri dari usia penjual di atas 55 tahun.

ANALISIS DATA

**Pemberdayaan (Variabel Bebas)
Tempat Penjualan**

Tabel 3
Tanggapan Responden Tentang Pasar Tradisional Kimi
Sebagai Tempat Jualan Yang Baik

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Baik	11	31%
2	Cukup Baik	16	46%
3	Buruk	8	23%
Jumlah		35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 3 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa sekitar 11 orang responden atau sekitar 31 % responden yang menyatakan bahwa Pasar Tradisional Kimi baik dijadikan sebagai tempat jualan, dan sebanyak 16 orang responden atau sekitar 46 % responden yang menyatakan Pasar Tradisional Kimi cukup baik dijadikan sebagai tempat jualan, sedangkan sisanya sebanyak 8 orang responden atau 23 % responden yang menyatakan Pasar Tradisional Kimi buruk dijadikan sebagai tempat jualan. Tabel 3

Tanggapan Responden Tentang Kelayakan Pasar Tradisional Kimi Sebagai
Tempat Berjualan Sayur - Mayur

Tabel 4

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Layak	11	31%
2	Cukup Layak	16	46%
3	Tidak Layak	8	23%
Jumlah		35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 4 tersebut di atas, dapat diketahui bahwa dari 35 orang responden atau 100 % yang dimintai tanggapannya, ada sekitar 11 orang responden atau 31 % responden menyatakan, bahwa Pasar Tradisional Kimi layak dijadikan sebagai tempat berjualan sayur - mayur, dan ada sebanyak 16 orang responden atau 46 % responden menyatakan, bahwa Pasar Tradisional Kimi cukup layak dijadikan sebagai tempat berjualan sayur - mayur, serta ada 8 orang responden atau 23 % responden menyatakan Pasar Tradisional Kimi tidak layak dijadikan sebagai tempat berjualan sayur - mayur.

Modal Usaha

Tabel 5
Tanggapan Responden Tentang Usaha Berjualan Sayur - Mayur
Di Pasar Tradisional Kimi Harus Menggunakan Modal Yang Besar

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Harus	9	26%
2	Kadang – Kadang	14	40%
3	Tidak Harus	12	34%
Jumlah		35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 5 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa sekitar 9 orang responden atau sekitar 26 % responden yang menyatakan bahwa untuk usaha berjualan sayur - mayur di Pasar Tradisional Kimi harus menggunakan modal yang besar, dan sekitar 14 orang responden atau 40 % responden yang menilai untuk usaha berjualan sayur - mayur di Pasar Tradisional Kimi kadang-kadang harus menggunakan modal yang besar, sedangkan sisanya ada 12 orang responden atau sekitar 34 % responden yang menilai untuk usaha berjualan sayur - mayur di Pasar Tradisional Kimi tidak harus menggunakan modal yang besar.

Tabel 6
Tanggapan Responden Tentang Adanya Modal Sendiri Dalam Usaha Jualan Sayur - Mayur

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Selalu	17	49%
2	Kadang – Kadang	10	29%
3	Tidak Pernah	8	23%
Jumlah		35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 6 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa dari 35 responden yang kami minta tanggapannya, ada 17 orang responden atau sekitar 49 % responden yang menyatakan bahwa selalu para penjual hanya menggunakan modal sendiri dalam usaha jualan sayur - mayur, dan sekitar 10 orang responden atau 29 % responden yang mengatakan kadang – kadang para penjual hanya menggunakan modal sendiri dalam usaha jualan sayur - mayur, serta ada sebanyak 8 orang responden atau sekitar 23 % responden yang menyatakan bahwa tidak pernah para penjual hanya menggunakan modal sendiri dalam usaha jualan sayur - mayur.

Bantuan Pemerintah

Tabel 7
Tanggapan Responden Tentang Adanya Perhatian dan Dukungan Pemerintah Akan Usaha Sayur - Mayur

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Selalu	7	20%
2	Kadang - Kadang	8	23%
3	Tidak Pernah	20	57%
Jumlah		35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 7 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa ternyata hanya ada 7 orang responden atau sekitar 20 % responden yang mengatakan bahwa selalu ada perhatian dan dukungan pemerintah akan usaha sayur - mayur dan ada 8 orang responden atau sekitar 23 % responden yang mengatakan bahwa kadang-kadang ada perhatian dan dukungan pemerintah akan usaha sayur - mayur, serta sebanyak 20 orang responden atau sekitar 57 % responden yang mengatakan tidak pernah ada perhatian dan dukungan pemerintah akan usaha sayur - mayur.

Tabel 8
Tanggapan Responden Tentang Adanya Bantuan Modal Pemerintah Untuk Menopang Menjalankan Penjualan Sayur - Mayur

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Selalu	7	20%
2	Kadang - Kadang	8	23%
3	Tidak Pernah	20	57%
Jumlah		35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 8 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa sebenarnya ada 7 orang responden atau sekitar 20 % responden mengatakan kategori selalu ada bantuan modal pemerintah untuk menopang menjalankan penjualan sayur - mayur, sedangkan sekitar 8 orang responden atau sekitar 23 % responden mengatakan kategori kadang-kadang ada bantuan modal pemerintah untuk menopang menjalankan penjualan sayur - mayur, dan ada sebanyak 20 orang responden atau sekitar 57 % responden yang menyatakan, bahwa tidak pernah ada bantuan modal pemerintah untuk menopang menjalankan penjualan sayur - mayur.

Pendapatan

a. Pemasaran

Tabel 9
Tanggapan Responden Tentang Cara atau Metode Pemasaran Dalam Usaha Sayur - Mayur Cukup Mudah

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Mudah	11	31%
2	Kadang - Kadang	15	43%
3	Tidak Mudah	9	26%
Jumlah		35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 9 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa sesungguhnya dari 35 responden yang dimintai tanggapannya, ada sekitar 11 orang responden atau sekitar 31 % responden yang menyatakan adanya cara atau metode pemasaran yang mudah dalam usaha sayur-mayur dan ada 15 orang responden atau sebesar 43 % responden yang menyatakan kadang – kadang dalam usaha sayur-mayur hanya menggunakan cara atau metode pemasaran yang mudah, dan sebanyak 9 orang responden atau sekitar 26 % responden yang menyatakan tidak pernah dalam usaha sayur-mayur hanya menggunakan cara atau metode pemasaran yang mudah.

Tabel 10
Tanggapan Responden Tentang Kegiatan Berjualan Sayur - Mayur Di Pasar Tradisional Kimi Laris Dibandingkan Tempat Lain

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Selalu	8	23%
2	Kadang – Kadang	12	34%
3	Tidak Pernah	15	43%
Jumlah		35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 10 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa ada sekitar 8 orang responden atau 23 % responden mengatakan kegiatan berjualan sayur - mayur di Pasar Tradisional Kimi selalu laris dibandingkan tempat lain, dan ada sekitar 12 orang responden atau 34 % responden yang mengatakan kegiatan berjualan sayur - mayur di Pasar Tradisional Kimi kadang-kadang laris dibandingkan tempat lain, dan sebanyak 15 orang responden atau 41 % responden mengatakan kegiatan berjualan sayur - mayur di Pasar Tradisional Kimi tidak pernah laris dibandingkan tempat lain.

b. Kemampuan Usaha

Tabel 11
Tanggapan Responden Tentang Perlunya Kemampuan Khusus
Dalam Berjualan Sayur - Mayur

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Selalu	12	34 %
2	Kadang – Kadang	13	37 %
3	Tidak Pernah	10	29 %
Jumlah		35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 11 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa ada sebanyak 12 orang responden atau sebanyak 34 % responden mengatakan kategori selalu membutuhkan kemampuan khusus dalam berjualan sayur - mayur, dan ada sebanyak 13 orang atau sekitar 37 % responden mengatakan kadang – kadang membutuhkan kemampuan khusus dalam berjualan sayur - mayur, serta ada sekitar 10 orang atau sekitar 29 % responden mengatakan selalu membutuhkan kemampuan khusus dalam berjualan sayur - mayur.

Tabel 12

Tanggapan Responden Tentang Keharusan Mempunyai Kemampuan Khusus Dalam
Berjualan Sayur - Mayur

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Harus	12	34 %
2	Kadang – Kadang	13	37 %
3	Tidak Harus	10	29 %
Jumlah		35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 12 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa sekitar 12 orang responden atau sekitar 34 % responden harus ada mempunyai kemampuan khusus dalam berjualan sayur - mayur, dan sebanyak 13 orang responden atau sekitar 37 % responden mengatakan kadang-kadang harus mempunyai kemampuan khusus dalam berjualan sayur - mayur, serta ada sekitar 10 orang responden atau kurang lebih 29 % responden mengatakan tidak harus mempunyai kemampuan khusus dalam berjualan sayur - mayur.

c. Pemenuhan Kebutuhan

Tabel 13
Tanggapan Responden Tentang Pendapatan Keluarga
Dengan Berjualan Sayur - Mayur Baik

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
	Baik	10	29 %
2	Kadang – Kadang	14	40 %
3	Tidak Baik	11	31 %
	Jumlah	35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 13 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa sekitar 10 orang responden atau kurang lebih 29 % responden mengatakan pendapatan yang diperoleh dari berjualan sayur-mayur baik dan sebanyak 14 orang responden atau kurang lebih 40 % responden mengatakan pendapatan yang diperoleh dari berjualan sayur-mayur kadang-kadang baik, serta sebanyak 11 orang responden atau 31 % responden mengatakan pendapatan yang diperoleh dari berjualan sayur-mayur tidak baik.

Tabel 14
Tanggapan Responden Tentang Usaha Berjualan Sayur - Mayur Dapat
Memenuhi Kebutuhan Hidup Keluarga

No	Kategori Jawaban	Responden	Presentase (%)
1	Terpenuhi	10	29 %
2	Kadang - Kadang	14	40 %
3	Tidak Terpenuhi	11	31 %
	Jumlah	35	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2020

Dari data pada tabel 14 tersebut di atas, penulis dapat ketahui bahwa sekitar 10 orang responden atau kurang lebih 29 % responden mengatakan usaha berjualan sayur - mayur dapat memenuhi kebutuhan hidup berkeluarga, dan sebanyak 14 orang responden atau kurang lebih 40 % responden yang menyatakan bahwa usaha berjualan sayur - mayur kadang – kadang dapat memenuhi kebutuhan hidup berkeluarga, serta sebanyak 11 orang responden atau sebanyak 31 % responden mengatakan usaha berjualan sayur - mayur tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup berkeluarga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil data dan analisis secara panjang lebar mengenai pentingnya pemberdayaan penjual sayur – mayur di Pasar Tradisional Kimi terhadap peningkatan pendapatan ekonomi keluarga penjual pada Kampung Kimi Distrik Teluk Kimi dengan dua variabel, yaitu *pertama*, Pemberdayaan sebagai variabel bebas; *kedua*, Pendapatan sebagai variabel terikat. Maka penulis akan kemukakan beberapa kesimpulan serta saran-saran yang berhubungan dengan hasil penelitian.

Kesimpulan

1. Pasar Tradisional Kimi cukup layak sebagai tempat berjualan sayur – mayur.
2. Penjualan sayur – mayur di Pasar Tradisional Kimi cukup sering menggunakan modal yang besar, dan hampir sebagian besar adalah modal sendiri.
3. Pemerintah Daerah hampir tidak pernah memberikan bantuan modal kepada para penjual sayur – mayur untuk menopang kemajuan usaha mereka.
4. Kegiatan pemasaran di Pasar Tradisional Kimi terkadang hanya menggunakan metode yang mudah, tetapi hal ini belum mampu mendongkrak tingkat penjualan, bila dibandingkan dengan pasar lain di sekitar Kota Nabire.
5. Meskipun tidak signifikan, tetapi sekurang-kurangnya dalam meningkatkan pendapatan penjual umbi-umbian, dibutuhkan kemampuan khusus.
6. Pendapatan penjual sayur – mayur cukup menunjang kebutuhan hidup masyarakat Kimi khususnya masyarakat berprofesi penjual sayur – mayur.

Saran

1. Pemerintah Kampung perlu berkoordinasi dengan Pemerintah Daerah untuk merenofasi dan membangun lapak jualan dan lokasi Pasar Tradisional, agar lebih layak lagi sebagai tempat berjualan sayur – mayur.
2. Pemerintah Kampung perlu berkoordinasi dengan Pemerintah Daerah perlu mencari alternative untuk membantu meringkankan beban modal penjualan sayur-mayur.
3. Pemerintah Daerah harus berupaya meningkatkan pendapatan penjual sayur-mayur di Pasar Tradisional Kimi dengan memberikan bantuan dana, agar dapat meningkatkan pemberdayaan kepada masyarakat kampung.dan mengurangi tingkat kemiskinan di Kampung Kimi, sehingga pada akhirnya dapat menopang usaha dan masa depan penjual sayur-mayur.
4. Demi memacu daya saing dan pengembangan usaha sayur-mayur, maka Pemerintah Kampung perlu memberikan pembinaan dan sosialisasi metode dagangan dengan mencari penyulu atau pihak yang tahu mengenai metode pemasaran sehingga dapat membantu para penjual sayur-mayur.
5. Pemerintah Kampung berplu berkoordinasi dengan Pemerintah Daerah untuk memberikan kursus atau pelatihan berjualan untuk meningkatkan kemampuan berdagang para penjual sayur-mayur, sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat.
6. Sebagian besar pedagang sayur-mayur adalah petani lokal yang bercocok tanam sendiri dan menjual sayur-mayurnya sendiri-sendiri, maka diharapkan keseriusan para pedagang untuk mengolah diri dan mencari bimbingan dari Pemerintah Kampung dan Pemerintah Daerah untuk semakin meningkatkan taraf hidup masyarakat Kimi pada umumnya dan secara khusus masyarakat yang berprofesi penjual sayur – mayur.

DAFTAR PUSTAKA

- Dunn, William N. *Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2003.
- Hikmat, Harry. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Humaniora, 2001.
- Keban, T. Y. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik*. Yogyakarta: Gava Media, 2004.
- Rianto, Adi dan Heru Prasedya. *Langkah-Langkah Penelitian Sosial*. Jakarta: Acan, 1991.
- Suharto, Edi. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bantung: Refika Aditama, 2010.
- Zubaedi. *Wacana Pembangunan Alternatif: Ragam Perspektif Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2007.