

**ANALISIS KINERJA PENERIMAAN
RETRIBUSI PASAR DI KABUPATEN SLEMAN
TAHUN 2006 - 2010**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

OCTAVIANA CANDRA DEWI

NIM. 12020110151038

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama penyusun : Octaviana Candra Dewi

Nomor Induk Mahasiswa : 12020110151038

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/IESP

Judul Skripsi : **ANALISIS KINERJA PENERIMAAN
RETRIBUSI PASAR DI KABUPATEN
SLEMAN
TAHUN 2006 - 2010**

Dosen Pembimbing : Dr. Nugroho SBM, MSP.

Semarang, 11 Desember 2013

Dosen Pembimbing,

(Dr. Nugroho SBM, MSP.)

NIP. 1916105061987031002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Octaviana Candra Dewi

Nomor Induk Mahasiswa : 12020110151038

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / IESP (Ilmu Ekonomi dan Studi
Pembangunan)

Judul Skripsi : **ANALISIS KINERJA PENERIMAAN
RETRIBUSI PASAR DI KABUPATEN
SLEMAN TAHUN 2006 - 2010**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 20 Desember 2013

Tim Penguji

1. Dr. Nugroho SBM, MSP. (.....)

2. Prof. Dr. H. Miyasto, SU (.....)

3. Evi Yulia Purwanti, SE., M.Si. (.....)

Mengetahui

Pembantu Dekan I

(Anis Chariri, SE., M.Com., Ph.D., Akt.)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Octaviana Candra Dewi, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“ANALISIS KINERJA PENERIMAAN RETRIBUSI PASAR DI KABUPATEN SLEMAN TAHUN 2006-2010”**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 11 Desember 2013

Yang membuat pernyataan,

(Octaviana Candra Dewi)

NIM : 12020110151038

ABSTRAK

Retribusi pasar merupakan salah satu macam sumber penerimaan Daerah yang penting bagi Kabupaten Sleman. Hal ini terbukti selama tahun anggaran 2006-2010 realisasi penerimaan retribusi pasar mengalami peningkatan. Namun pada pencapaian targetnya pada tahun 2006 (dimana realisasi penerimaan retribusi pasar tidak mencapai target), yaitu sebesar (-6,39%). Hal ini mengindikasikan terdapat permasalahan didalam kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat efektivitas penerimaan retribusi pasar, menganalisis kinerja penerimaan retribusi pasar, menganalisis potensi retribusi pasar dan merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* (pedagang, petugas, pemungut retribusi pasar, dan pegawai Dinas Pasar Kabupaten Sleman) dengan jumlah 51 orang. Dari perhitungan tingkat efektivitas pada tahun 2006-2010 diperoleh gambaran bahwa rata-rata kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman tidak efektif (29,45 %).

Dari hasil analisis SWOT diketahui bahwa SKPD Dinas Pasar Kabupaten Sleman berada pada kuadran I pada diagram SWOT yaitu berada pada kuadran pertumbuhan (*Growth*) dengan angka diatas rata-rata. untuk sumbu vertikal (peluang bisnis) sebesar 2,79, dan sumbu horisonal (kekuatan) sebesar 2,44. Hal ini berarti kekuatan yang ada pada Dinas Pasar Kabupaten Sleman jauh lebih besar dibandingkan kelemahan perusahaan, dan peluang bisnis yang ada lebih tinggi dibandingkan ancaman bisnisnya. Dengan demikian strategi yang tepat dilakukan oleh Dinas Pasar Kabupaten Sleman adalah strategi agresif, yaitu strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada untuk mencapai peluang yang tersedia,

Kata kunci : Retribusi Pasar, Tingkat Efektivitas, Potensi Pasar, Analisis SWOT

ABSTRACT

Market's tax is one of the kinds of important source of revenue for the district of Sleman area. This was proven during the 2006-20010 fiscal year; the acceptance of market's tax was increased. However, in 2006 the tax reception did not reach the target, which was equal to -6.39%. This case indicates that there were some problems in the performance of the market's tax acceptance in Sleman. The purpose of this study is to analyze the effectiveness of market's acceptance tax, to analyze the performance of the markets' acceptance tax, to analyze the potential of the market's tax and to formulate some appropriate strategies to improve the performance of the market's acceptance tax in Sleman.

The data used in this study were secondary data and primary data. The sampling method used in this study was purposive sampling which includes sellers, officers, market's tax collector, and employee of Sleman Market Service, with total 51 respondents. Based on the calculation of the effectiveness level in 2006-2010, the writer found that the average of the market's tax acceptance in Sleman was not effective, that was equal to 29,45 %.

Based on the SWOT analysis, it was known that SKPD's Sleman Market Service was in quadrant I in the SWOT diagram, which was located in growth quadrant with numbers were above of the average. It was also known to the vertical axis (business opportunities) of 2.79, and the horizontal axis (strength) of 2.44. This case indicates that the strength of Sleman Market Service is much greater than its disadvantages and the business opportunities that exist are higher than the threat of the business itself. Thereby, the right strategy that should be conducted by the Officers of Sleman Market Service is an aggressive strategy, the strategy that utilizes the existing strengths to achieve the opportunities that available.

Keyword: *Market's tax, Effectiveness level, Potential Market, SWOT Analysis*

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya serta Nabi Muhammad SAW penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kinerja Penerimaan Retribusi Pasar Kabupaten Sleman Tahun 2006-2010” dapat terselesaikan sesuai pada waktunya. Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat doa, dukungan, bimbingan, semangat, masukan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Drs. H. Mohammad Nasir, Msi., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Dr. Nugroho SBM, MSP. selaku dosen pembimbing, terimakasih atas bimbingannya, masukan, kritikan, serta kesabaran hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Nenek Woyanti SE, M.Si. selaku dosen wali yang telah memberikan petunjuk dan dorongan yang diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di jurusan IESP Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
4. Para dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis duduk di bangku perkuliahan.
5. Dinas Pasar Kabupaten Sleman, Badan Pusat Statistika DIY, Badan Pusat Statistika Kabupaten Sleman, BAPPEDA Kabupaten Sleman, DPKAD Kabupaten Sleman, DIPENDA Kabupaten Sleman terimakasih atas semua bantuan dan kerjasamanya dalam perolehan data.

6. Sepasang malaikatku Bapak Abuyamin dan Mama Suyatmi. Mereka yang dalam sujud – sujud panjangnya berdoa untuk kebaikanku. Mereka yang begitu istimewa dalam hidupku. Terima kasih Bapak, terima kasih Mama. Aku mencintai Bapak dan Mama karena Allah.
7. Kakak - kakakku tersayang Arif Eko Wibowo dan Agung Pambudi yang telah memberikan semangat, doa, kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih khususnya kepada Mas gendut atas kesabaran dan ketulusannya. *I am very gratefull Allah brought us together and happy to have you as my friend in my life.* Semoga kita dapat meraih kesuksesan bersama.
9. Gembaya – Gembiyiku Vidya Dwi Anggitasari Aliandi dan Amartiwi, terimakasih untuk semangat, doa dan keceriaannya dari kalian aku merasakan ketulusan dan hangatnya bersahabat.
10. Para personil kepompong Nur Patria Nugraha, Arif Sidiq, Nurdin Yulianto, Ridwan Aldi Pratama, Harsa Tri Pradana, Ridwan Adi Putra, Angga Pramusinta, Indra Purnama, Rifandika Naufal, Ardila Nunik Oktavia terima kasih untuk semangat, doa, dukungan dan keceriaan yang kalian berikan selama ini. Generasi penolak tua kalian memang istimewa.
11. Para sahabat yang aku sayangi Gista Pramawati, Putra Purnama, Anisa Mulia Ananda, Mutiara Hati, Kiki Wijayanti, Kak Amink Terima kasih untuk hari – hari indah dan semangat yang kalian berikan.
12. Teman - teman IESP tingkat 2007 : Maulana Akbar, Bramantyo Wicaksono, Ilhamsyah Noorhadi, Habib, Bayu Prihantoro, Luthfi Priambodo, Femi Nadya, Talita. ET Family UGM 2007. Salah satu terindah dalam hidupku adalah memiliki sahabat seperti kalian. Terimakasih untuk dukungan, semangat, motivasi, doa, cinta, masukan, keceriaan kalian selama ini
13. Teman-teman IESP reguler II 2007 - 2010 yang sangat saya banggakan, terimakasih perjuangan 2 tahun ini, terimakasih atas kebersamaannya, perhatian, dan canda tawanya.

14. Teman-teman tim KKN I Desa Purwogondo Kec. Kalinyamatan Jepara.
Yusuf, Romi, Kiki, Hana, Devi, Fitri, Dita, Nindi, Budi, Thomas, Teguh.
15. Adik-adik kos yang sudah mengisi hari-hari selama di Semarang. Tami,
Tika, Dephie, Hanna, Mega.
16. Bapak Widodo yang tak lelah mengajarkan dan memberikan ilmu kepada
penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
Semoga skripsi ini bermanfaat bagi segala pihak yang berkepentingan.
Terimakasih.

Semarang, 11 Desember 2013

Octaviana Candra Dewi

NIM. 12020110151038

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1 Tinjauan Umum Keuangan Negara.....	14
2.1.2 Keuangan Daerah	15
2.1.3 Target Pendapatan Daerah	17
2.1.4 Retribusi Daerah.....	18
2.1.4.1 Ciri-ciri Retribusi Daerah.....	21
2.1.4.2 Alasan Pengenaan Retribusi Daerah	21
2.1.4.3 Faktor-faktor Penentu Tinggi Rendahnya Penerimaan Retribusi Daerah.....	22
2.1.4.4 Jenis-jenis Retribusi Daerah di Kabupaten Sleman	23
2.1.5 Retribusi Pasar	23

2.1.5.1	Klasifikasi Retribusi Pasar	24
2.1.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Retribusi Pasar	25
2.1.6	Pasar dan Bentuk Pasar	27
2.1.6.1	Pasar	27
2.1.6.2	Bentuk Pasar.....	28
2.1.7	Potensi.....	29
2.1.8	Pedagang	30
2.1.9	Petugas Pemungut	31
2.1.10	Tarif.....	32
2.1.11	Efektivitas.....	33
2.1.12	Cara Menentukan Strategi Untuk Kinerja Penerimaan Retribusi Pasar.....	34
2.1.12.1	Analisis SWOT	34
2.2	Kerangka Pemikiran	47
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	50
3.1.1	Variabel Penelitian.....	50
3.1.2	Definisi Operasional	50
3.2	Populasi dan Sampel	52
3.3	Jenis dan Sumber Data	54
3.4	Metode Pengumpulan Data	55
3.5	Metode Analisis Data	55
3.5.1	Analisis Kualitatif.....	55
3.5.1.1	Potensi Penerimaan Retribusi Pasar.....	56
3.5.1.2	Efektivitas Penerimaan Retribusi Pasar	56
3.5.2	Analisis SWOT Kinerja Penerimaan Retribusi Pasar.....	57
3.5.2.1	Penjelasan Matriks IFE dan EFE	57
3.5.2.2	Matriks TOWS / SWOT	61
3.5.2.3	Matriks Internal-Eksternal (IE).....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	66

4.1.1 Letak Geografis dan Wilayah Administratif.....	66
4.1.2 Gambaran Umum Pasar Kabupaten Sleman.....	67
4.1.2.1 Jumlah Pedagang Per-pasar di Kabupaten Sleman.....	69
4.1.3 Kriteria Tarif Menurut Kelas Pasar	70
4.1.4 Mekanisme Pemungutan Retribusi Pasar Kabupaten Sleman	71
4.1.5 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pasar Kabupaten Sleman	73
4.2 Hasil Dan Pembahasan	76
4.2.1 Analisis Potensi Pendapatan Retribusi Pasar.....	76
4.2.2 Analisis Efektivitas	80
4.2.3 Analisa SWOT Kinerja Penerimaan Retribusi Pasar Kabupaten Sleman	82
4.2.3.1 Penilaian Variabel Internal.....	83
4.2.3.2 Analisis Lingkungan Eksternal	87
4.2.4 Matriks Analisis SWOT	91
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Keterbatasan	98
5.3 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laju Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten / Kota Provinsi DIY Tahun 2007-2011 (%).....	3
Tabel 1.2 Realisasi Penerimaan PAD Daerah Kabupaten Sleman tahun 2006-2010 (000 rupiah)	4
Tabel 1.3 Sumbangan Retribusi Pasar Terhadap Retribusi Total	6
Tabel 1.4 Target dan Realisasi Penerimaan Retribusi Pasar di Kabupaten Sleman Tahun 2006 – 2010	7
Tabel 2.1 Strategi Fred R. Davis	36
Tabel 2.2 Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Jumlah Responden Petugas Pengelola Dinas Pasar Kabupaten Sleman (Orang)	52
Tabel 3.2 Tabel 3.2 Jumlah Responden Petugas Pedagang Pasar dan Petugas Pemungut Retribusi Pasar (Orang)	53
Tabel 3.3 Matriks SWOT	64
Tabel 3.4 Matriks Internal-Eksternal	64
Tabel 4.1 Banyak Desa / Kelurahan, Dusun di Kabupaten Sleman.....	67
Tabel 4.2 Profil Pasar di Kabupaten Sleman	68
Tabel 4.3 Data Jumlah Pedagang	69
Tabel 4.4 Tarif Retribusi Pasar Per m ² di Kabupaten Sleman	71
Tabel 4.5 Luas Pasar Yang Aktif (m ²)	77
Tabel 4.6 Besar Tarif / m ²	78
Tabel 4.7 Periode Pemasaran	79
Tabel 4.8 Perhitungan Potensi pendapatan Retribusi Pasar di Kabupaten Sleman Tahun 2006-2010 (rupiah)	80
Tabel 4.9 Efektivitas Penerimaan Retribusi Pasar Kabupaten Sleman Periode Tahun 2006-2010.....	81
Tabel 4.10 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE).....	84
Tabel 4.11 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	88
Tabel 4.12 Matriks SWOT IFE EFE Strengths.....	92

Tabel 4.13 Nilai Tertimbang Retribusi Pasar.....	93
Tabel 4.14 Matriks SWOT.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Klasifikasi Strategi	35
Gambar 2.2 Cara Penentuan Strategi Utama.....	40
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	49
Gambar 4.1 Mekanisme Pemungutan Retribusi Pasar Kabupaten Sleman ...	72
Gambar 4.2 Bagan Struktur Organisasi Dinas Pasar	75
Gambar 4.3 Posisi Retribusi Pasar Dalam Matriks SWOT.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Data Potensi Pasar dan Efektivitas	104
Lampiran B Hasil Jawaban Responden.....	112
Lampiran C Questionnaire	127

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi pada dasarnya dicerminkan oleh terjadinya perubahan dalam aliran-aliran baru yang menyangkut arus pendapatan dan manfaat (benefit) kepada masyarakat lokal, regional bahkan sampai tingkat nasional. Komunitas lokal harus mencari / mendapat peluang agar terjadi penyesuaian terhadap perubahan karena keadaan baru tersebut (Anwar 1995).

Pembangunan dapat dikonseptualisasikan ke dalam suatu proses perbaikan yang berkesinambungan atas suatu masyarakat atau suatu sistem sosial secara keseluruhan menuju kehidupan yang lebih baik atau manusiawi (Rustiadi et al. 2003).

Perumusan kebijakan dan pemilihan prioritas yang tajam merupakan sarana untuk mengimplementasikan apa yang tercantum dalam perencanaan program pembangunan. Sasaran dari perencanaan pembangunan dapat dikelompokkan atas tiga sasaran umum yaitu: (1) efisiensi, (2) keadilan dan akseptabilitas masyarakat, dan (3) keberlanjutan (Rustiadi et al. 2003).

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, membawa implikasi yang mendasar terhadap penyelenggaraan pemerintahan di daerah. Pada dasarnya pemberian otonomi daerah adalah dalam rangka membantu penyelenggaraan pemerintah pusat terutama dalam penyediaan pelayanan kepada

masyarakat dan pelaksanaan program-program pembangunan. Untuk merealisasikan pelaksanaan otonomi daerah, maka sumber pembiayaan pemerintah daerah tergantung pada peran Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan, Pendapatan Asli Daerah terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain PAD yang sah. Oleh karena itu, pemerintah daerah harus dapat mengupayakan pengelolaan sumber-sumber penerimaan PAD secara optimal, sehingga akan tersedianya keuangan daerah yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan pembangunan.

Mengatur upaya penyediaan pembiayaan dari sumber tersebut yang antara lain dilakukan dengan peningkatan kinerja pemungutan, penyempurnaan, dan penambahan jenis retribusi serta pemberian keleluasaan bagi daerah untuk menggali sumber-sumber penerimaan, khususnya retribusi merupakan isi dari Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000.

Retribusi daerah sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) sekarang ini lebih memungkinkan dan berpeluang besar untuk ditingkatkan dan dikembangkan, sehingga mampu memberikan kontribusi yang lebih besar kepada PAD terutama di Daerah Kabupaten / Kota yang mempunyai otonomi yang luas dan utuh sekaligus untuk meningkatkan kualitas pelayanan daerah. Sebagaimana telah disebutkan dalam penjelasan UU Nomor 34 Tahun 2000 tentang perubahan

UU Nomor 18 Tahun 1997 yaitu, Daerah Kabupaten / Kota diberi peluang dalam menggali potensi sumber-sumber keuangannya dengan menetapkan jenis pajak dan retribusi selain yang telah ditetapkan, sepanjang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dan sesuai dengan aspirasi masyarakat.

Upaya dalam peningkatan pendapatan oleh setiap pemerintah daerah pada level baik Propinsi maupun Kabupaten / kota haruslah didukung dengan berbagai kebijaksanaan sesuai dengan situasi dan kondisi daerah masing-masing. Seperti halnya dengan daerah-daerah lain, Kabupaten Sleman sebagai salah satu daerah otonom di Propinsi DIY memiliki potensi yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang.

Tabel 1.1
Laju Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten / Kota
Provinsi DIY Tahun 2007-2011 (%)

Kabupaten / Kota	2007	2008	2009	2010	2011
Kulon Progo	4,12	4,71	3,97	3,06	4,95
Bantul	4,52	4,90	4,47	4,97	5,27
Gunung Kidul	3,91	4,39	4,14	4,15	4,33
Sleman	4,61	5,13	4,48	4,49	5,19
Kota Yogyakarta	4,46	5,12	4,46	4,98	5,64

Sumber: BPS Provinsi DIY

Dilihat dalam lingkup Provinsi DIY, diantara lima kabupaten/kota, Kabupaten Sleman bersama-sama dengan Kota Yogyakarta dan Kabupaten Bantul merupakan wilayah yang tumbuh cepat. Jika dilihat dari tahun ke tahun, pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sleman cenderung berfluktuasi seperti terlihat

pada Tabel 1.1. Terjadinya gempa dipertengahan tahun 2006 ikut mempengaruhi laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sleman pada tahun tersebut. Pada periode setelah gempa, perekonomian mulai membaik, terlihat dengan menguatnya pertumbuhan ekonomi, yaitu mencapai 4,61% di tahun 2007 dan 5,13% di tahun 2008.

Namun demikian, kondisi perekonomian dunia yang tak menentu di tahun 2008 berimbas terhadap melemahnya perekonomian di tahun 2009. Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sleman melemah mencapai 4,48% di tahun 2009. Sementara pada tahun 2010 mencapai 4,49%. Pada tahun 2011, kinerja ekonomi mulai membaik. Terlihat pertumbuhan ekonomi mencapai 5,19%. Realisasi penerimaan PAD Kabupaten Sleman dari Tahun Anggaran 2006-2010 dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Realisasi Penerimaan PAD dan Sumbangan Tiap-tiap Jenis Penerimaan Terhadap PAD Daerah Kabupaten Sleman Tahun 2006-2010 (000 rupiah)

Jenis penerimaan	2006		2007		2008		2009		2010	
	Realisasi	Sum-bangan (%)	Realisasi	Sum-bangan (%)	Realisasi	Sum-bangan (%)	Realisasi	Sum-bangan (%)	Realisasi	Sum-bangan (%)
Pajak daerah	37.979.313	41,87	50.287.665	41,68	61.020.889	43,39	71.004.731	45,17	80.611.542	49,26
Retribusi daerah	34.867.832	38,44	40.965.628	33,95	52.065.472	37,02	54.719.438	34,81	59.110.503	36,12
Bagian Laba BUMD	5.048.288	5,57	5.732.297	4,75	6.676.980	4,75	9.973.164	6,34	10.169.824	6,22
Penerimaan lain-lain	12.814.662	14,13	23.670.956	19,62	20.868.008	14,84	21.493.934	13,67	13.741.113	8,40
TOTAL PAD	90.710.095	100	120.656.546	100	140.631.349	100	157.191.267	100	163.632.982	100

Sumber : DPKKD Kabupaten Sleman, 2010

Pencapaian realisasi PAD Kabupaten Sleman didukung oleh dua komponen, yaitu pajak daerah dan retribusi daerah. Berdasarkan Tabel 1.2 Realisasi Penerimaan PAD Kabupaten Sleman Tahun Anggaran 2006-2010 di atas, memperlihatkan bahwa retribusi daerah memberikan kontribusi cukup besar dan menempati urutan kedua terhadap total penerimaan PAD Kabupaten Sleman setelah kontribusi pajak daerah. Sumbangan retribusi daerah pada tahun 2006 yaitu sebesar Rp 34.867.832,00 atau berkontribusi sebesar 38,44 terhadap PAD.

Sumbangan retribusi daerah pada tahun 2007 yaitu sebesar Rp 40.965.628.000,00 atau berkontribusi sebesar 33,95 terhadap PAD. Kemudian pada tahun 2008 sumbangan retribusi daerah mengalami peningkatan sebesar Rp 52.065.472.000,00 atau berkontribusi sebesar 37,02 terhadap PAD.

Begitu juga pada tahun 2009 retribusi daerah tetap mengalami peningkatan yaitu sebesar Rp 54.719.438.000,00 akan tetapi kontribusinya mengalami penurunan sebesar 34,81 terhadap PAD, hal ini disebabkan karena sumbangan penerimaan PAD yang lain juga mengalami peningkatan. Sedangkan pada tahun 2010 sumbangan retribusi daerah masih terus meningkat yaitu sebesar 59.110.503.000,00 namun pada tahun ini kontribusinya kembali mengalami kenaikan yaitu sebesar 36,12 terhadap PAD.

Sumbangan retribusi pasar terhadap penerimaan total pendapatan retribusi diharapkan akan terus meningkat sehingga dapat menambah Pendapatan Asli Daerah dari sektor Retribusi Daerah. Adapun sumbangan Retribusi Pasar terhadap Total Retribusi di Kabupaten Sleman dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3
Sumbangan Retribusi Pasar Terhadap Retribusi Total
di Kabupaten Sleman Tahun 2006-2010

Tahun	Retribusi Pasar (rupiah) (1)	Total Pendapatan Retribusi (rupiah) (2)	Sumbangan Retribusi (1)/(2)*100%
2006	2.433.749.100,00	34.867.831.816,83	6,98%
2007	2.840.189.900,00	42.965.628.031,00	6,93%
2008	2.850.023.050,00	52.065.472.065,93	5,47%
2009	2.988.086.050,00	54.719.438.555,90	5,46%
2010	3.272.564.550,00	59.110.503.292,02	5,54%

Sumber: Kabupaten Sleman Dalam Angka

Pada tahun 2006 retribusi pasar memberikan kontribusi sebesar 6,98%. Sedangkan kontribusi retribusi pasar pada tahun 2007 yaitu sebesar 6,93%. Begitu juga pada tahun 2008 retribusi pasar memberikan kontribusi sebesar 5,47%. Sedangkan kontribusi retribusi pasar pada tahun 2009 yaitu sebesar 5,46%. Pada tahun 2010 retribusi pasar memberikan kontribusi sebesar 5,54%. Dari data diatas, kontribusi retribusi pasar terhadap total pendapatan retribusi mengalami peningkatan.

Permasalahan umum yang sering ditemukan dalam pengelolaan retribusi daerah yaitu masih terbatasnya kemampuan daerah dalam mengidentifikasi dan menentukan potensi riil obyek retribusi yang dimilikinya. Seharusnya upaya untuk meningkatkan penerimaan retribusi didasarkan pada potensi yang realistis dengan mempertimbangkan perkembangan kondisi riil dari faktor-faktor yang mempengaruhi retribusi tersebut, salah satunya retribusi pasar. Target dan

Realisasi Penerimaan Retribusi Pasar di Kabupaten Sleman dapat dilihat pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4
Target dan Realisasi Penerimaan Retribusi Pasar
di Kabupaten Sleman Tahun 2006 – 2010

Tahun	Target	Realisasi	Selisih	
			Rp	%
2006	2.600.000.000	2.433.749.100	(-116.250.900)	(- 6,39)
2007	2.300.000.000	2.745.303.900	445.303.900	19,36
2008	2.700.000.000	2.850.023.050	150.023.050	5,56
2009	2.700.000.000	2.988.086.050	288.086.050	10,67
2010	3.212.125.200	3.272.564.550	60.439.350	1,88

Sumber: Dinas Pasar Kabupaten Sleman

Pada tahun 2006 realisasi penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman tidak mencapai target yang diharapkan. Realisasi penerimaan retribusi pasar pada tahun 2006 kurang sebesar 6,39 %. Penerimaan retribusi kembali dapat memenuhi target pendapatan pada tahun 2007, 2008, 2009, dan 2010. Pada tahun 2007 penerimaan retribusi pasar melebihi target sebesar 19,36%, tahun 2008 sebesar 5,56%, tahun 2009 sebesar 10,67% dan tahun 2010 sebesar 1,88%.

Kontribusi retribusi pasar terhadap penerimaan PAD diharapkan akan terus meningkat, semakin banyak kebutuhan daerah yang bisa dibiayai dengan PAD menunjukkan kualitas otonomi daerah tersebut semakin meningkat. Kabupaten Sleman sebagai salah satu daerah otonom di DIY memiliki potensi yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang dalam menggali dan menggunakan dana dari sumber-sumber pendapatan daerah.

Peningkatan penerimaan retribusi pasar harus didukung melalui upaya perbaikan struktur dan sistem yang baik guna peningkatan efektivitas pemungutan. Jika realisasi penerimaan retribusi pasar semakin besar maka semakin mendekati target yang ditetapkan, maka hal tersebut menunjukkan efektivitasnya semakin besar. Namun demikian perlu pengkajian lebih dalam, faktor-faktor yang mempengaruhi realisasi retribusi pasar agar mampu melampaui nilai target retribusinya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sudrajat (2008) yang menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan retribusi pasar perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pada penelitiannya, Sudrajat menjelaskan bahwa retribusi pasar dipengaruhi oleh faktor jumlah pedagang, luas los, luas kios, dan jumlah petugas pemungut retribusi. Semakin banyak jumlah pedagang, luas kios, los, dan dasaran terbuka serta jumlah petugas pemungut retribusi maka peranan penerimaan retribusi pasar akan semakin besar.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Arizaldy (2009) bahwa jumlah pedagang, luas los, luas kios, dan luas dasaran terbuka, efisiensi pemungutan dan efektivitas pemungutan terbukti berpengaruh signifikan secara statistik terhadap penerimaan retribusi pasar di Kota Yogyakarta.

Menurut R. Soedargo dalam Arizaldy (2009) menyebutkan faktor yang menentukan keberhasilan penerimaan retribusi termasuk retribusi pasar adalah subyek (jumlah pedagang), obyek (luas kios, los, dan dasaran terbuka), tarif serta kinerja pemungutan (efisiensi dan efektivitas pemungutan) retribusi pasar. Setiap tahunnya Pemda Kabupaten Sleman bekerja sama dengan Dinas Pasar Kabupaten

Sleman selalu membuat target penerimaan, dimana target tersebut merupakan suatu penerapan sasaran untuk mencapai tujuan, yakni mengukur sejauh mana realisasi penerimaan dapat tercapai.

Pedagang mempunyai pengaruh terhadap efektivitas penerimaan. Sesuai dengan sifatnya, maka retribusi daerah hanya dikenakan kepada mereka yang telah memanfaatkan jasa pelayanan pemerintah daerah. Karena semakin banyak orang yang memanfaatkan jasa pelayanan pemerintah daerah, maka penerimaan daerah dari retribusi juga semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan ekonomi daerah tersebut (Arizaldi, 2009), sehingga pedagang diduga mempunyai pengaruh positif terhadap efektivitas penerimaan retribusi pasar.

Penetapan tarif mempunyai pengaruh terhadap efektivitas penerimaan. Besarnya tarif retribusi daerah yang diterapkan sangat berpengaruh terhadap penerimaan retribusi daerah. Jika tarif retribusi daerah yang dikenakan kepada masyarakat tinggi, maka penerimaan retribusi akan semakin meningkat (Arizaldy, 2009), sehingga penetapan tarif diduga mempunyai pengaruh yang positif terhadap efektivitas penerimaan retribusi pasar.

Petugas pemungut pasar mempunyai pengaruh terhadap efektivitas penerimaan. Semakin tinggi kemampuan pelaksana pungutan (SDM) maka semakin tinggi pula tingkat efektivitas pungutan yang pada akhirnya akan menaikkan jumlah penerimaan daerah (Arizaldy, 2009), sehingga petugas pemungut pasar diduga mempunyai pengaruh yang positif terhadap efektivitas penerimaan retribusi pasar.

Retribusi pasar mempunyai potensi yang tinggi dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah, yang mampu mendukung pemerintah daerah dalam rangka menciptakan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan merata. Kabupaten Sleman melalui Dinas Pasar mengelola sekitar 39 pasar tradisional yang dikelompokkan menjadi 7 kelompok pasar. Hal ini yang membuat Kabupaten Sleman mempunyai nilai PAD (Pendapatan Asli Daerah) yang tinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut Mardiasmo (dalam Arjanggi, 2011) di dalam pengelolaan anggaran daerah Kabupaten / kota haruslah berorientasi pada pencapaian hasil atau sering disebut dengan nama kinerja. Dari kinerja tersebutlah mencerminkan adanya tingkat efektifitas.

Adanya perbedaan target dengan realisasi penerimaan retribusi dari tahun ke tahun seperti yang terjadi pada tahun 2006, dimana realisasi penerimaan retribusi pasar tidak mencapai target, ini mengindikasikan terdapat permasalahan didalam kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman, oleh karena itu berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini menekankan pada **“ANALISIS KINERJA PENERIMAAN RETRIBUSI PASAR DI KABUPATEN SLEMAN TAHUN 2006-2010”** sehingga dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Berapa potensi retribusi pasar di Kabupaten Sleman.
2. Bagaimana tingkat efektivitas penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman.

3. Bagaimana kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman.
4. Bagaimana suatu strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis potensi retribusi pasar di Kabupaten Sleman.
2. Menganalisis tingkat efektivitas penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman.
3. Menganalisis kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman.
4. Merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman.

1.3.2 Kegunaan Penulisan

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Diponegoro, selain itu penulis dapat membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi di lapangan.

2. Bagi Instansi Terkait

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah bersangkutan ataupun instansi/ industri terkait

lainnya dalam rangka menentukan arah kebijakan pembangunan yang akan dilakukan bagi daerah ini di masa mendatang.

3. Bagi Dunia Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini dapat dijadikan sumbangan pemikiran atau studi banding bagi mahasiswa atau pihak yang melakukan penelitian yang sejenis. Di samping itu, guna meningkatkan keterampilan memperluas wawasan yang akan membentuk mental mahasiswa sebagai bekal memasuki lapangan kerja.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

- BAB I PENDAHULUAN, bab ini menjelaskan tentang Latar belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA, bab ini menjelaskan tentang Landasan teori yang digunakan untuk mendekati permasalahan yang akan diteliti, Penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan pada area permasalahan yang sama, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.
- BAB III METODE PENELITIAN, bab ini menjelaskan tentang Variabel Penelitian dan Definisi Operasional, Jenis dan

Sumber Data, Metode Pengumpulan Data serta Metode Analisis

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini menjelaskan tentang Deskripsi Obyek Penelitian, Analisis Data, Interpretasi Hasil dan Pembahasan

BAB V PENUTUP, bab ini menjelaskan tentang Kesimpulan dan Saran.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Tinjauan Umum Keuangan Negara

Menurut UU No. 17 Tahun 2003 yang dimaksud dengan keuangan negara adalah semua hak dan kewajiban negara yang dapat di nilai dengan uang maupun berupa barang yang dapat dijadikan milik negara berhubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajiban tersebut.

Pemerintah mempunyai peran yang sangat penting dalam perekonomian karena pemerintah merupakan penggerak utama dalam proses pembangunan. Menurut Adam Smith (Guritno Mangkoesobroto, 1991), fungsi pemerintah adalah:

1. Memelihara pertahanan dan keamanan
2. Menyelenggarakan peradilan
3. Menyediakan barang-barang yang tidak disediakan oleh pihak swasta

Menurut Deddy Supriadi (2001) pada hakikatnya pemerintah mengemban tiga fungsi utama, yaitu:

- a. Fungsi alokasi yang meliputi, antara lain, sumber-sumber ekonomi dalam bentuk barang dan jasa pelayanan masyarakat.
- b. Fungsi distribusi yang meliputi : pendapatan dan kekayaan masyarakat, pemerataan pembangunan.

- c. Fungsi stabilisasi meliputi : pertahanan-keamanan, ekonomi dan moneter.

2.1.2 Keuangan Daerah

Dalam rangka kebijakan keuangan daerah maka diperlukan peranan pemerintah daerah dalam melaksanakan pengelolaan keuangan dan diharapkan dapat terus meningkatkan pendapatan daerah. Keuangan daerah merupakan semua hak dan kewajiban daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintah daerah yang dapat dinilai dengan uang termasuk didalamnya segala bentuk kekayaan yang berhubungan dengan hak dan kewajiban daerah tersebut, dalam kerangka Anggaran Belanja Daerah (Yani,2002).

APBD merupakan pencerminan keuangan daerah yang ada di suatu pemerintah daerah dalam membiayai urusan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan di daerah. Menurut Alfians (1985) keuangan daerah pada umumnya mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Sangat minimnya porsi pendapatan daerah yang dapat dimanfaatkan guna kepentingan umum di daerah.
2. Sebagian besar pendapatan daerah berasal dari sumbangan atau subsidi serta bantuan pemerintah pusat.
3. Kontribusi pajak daerah dan pendapatan asli daerah lainnya terhadap penerimaan total sangat kecil, karena hampir semua pajak di daerah dijadikan pajak sentral yang dipungut oleh pemerintah pusat.
4. Kontrol yang luas dari pemerintah pusat terhadap keuangan daerah.

Berdasarkan UU No.33 tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dikatakan sumber penerimaan daerah terdiri atas:

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD), bersumber dari:

a. Pajak Daerah

Undang-undang nomor 32 tahun 2000 mendefinisikan pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh pribadi / badan kepala pemerintah daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang dan dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

b. Retribusi Daerah

Undang-undang nomor 32 tahun 2000 mendefinisikan retribusi daerah yaitu pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh pemerintah untuk kepentingan pribadi atau badan.

c. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan

Laba perusahaan daerah diharapkan sebagai sumber pemasukan bagi daerah. Perusahaan daerah sebagai komponen yang diharapkan dalam memberikan kontribusinya bagi pendapatan daerah, akan tetapi sifat dasar dari perusahaan daerah bukanlah berorientasi pada profit (keuntungan), akan tetapi berorientasi pada pemberian pelayanan jasa umum dan manfaat umum atau dengan kata lain perusahaan daerah tersebut menjalankan dua

fungsi ganda yang harus terjamin keseimbangannya yaitu fungsi ekonomi (Josef Riwu Kaho, 1998: 169).

d. Lain-lain PAD yang sah

Penerimaan lain-lain membuka kemungkinan bagi pemerintah daerah untuk melakukan berbagai kegiatan yang menghasilkan baik berupa materi maupun non materi. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menyediakan, melapangkan, memantapkan suatu kebijakan pemerintah daerah dan dapat bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dilain pihak lebih mengarah kepada *public service* dan bersifat penyuluhan yaitu tidak mengambil keputusan, melainkan hanya sekedar untuk menutup biaya resiko yang dikeluarkan.

2. Dana Perimbangan, terdiri atas:

Dana perimbangan adalah dana yang bersumber dari penerimaan APBN yang dialokasikan pada daerah untuk mendanai kebutuhan daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi (UU No. 33 Tahun 2004 Pasal 1: 19).

Dana perimbangan terdiri atas penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan, Bea Perolehan Hak atas tanah dan penerimaan dari sumberdaya alam, Dana Alokasi Khusus (UU No.33 Tahun 2004 Pasal 10: 1).

2.1.3 Target Pendapatan Daerah

Target Pendapatan Daerah adalah perkiraan hasil perhitungan pendapatan daerah secara minimal dicapai dalam satu tahun anggaran. Anggaran perkiraan pendapatan daerah dapat dipertanggung jawabkan didalam penyusunannya memerlukan perhitungan terhadap faktor-faktor sebagai berikut (Soelarso, 1998).

- a. Realisasi penerimaan pendapatan daerah dari tahun anggaran yang berlaku dengan memperlihatkan faktor pendukung yang menyebabkan tercapainya realisasi tersebut serta faktor-faktor yang menghambatnya.
- b. Kemungkinan pencairan jumlah tunggakan tahun-tahun sebelumnya yang diperkirakan dapat ditagih minimal 35% dari tunggakan sampai dengan tahun lalu.
- c. Data potensi objek pajak dan estimasi perkembangan dan perkiraan penerimaan dari penetapan tahun berjalan minimal 80% dari penetapan.
- d. Kemungkinan adanya perubahan / penyesuaian, keanekaragaman tarif dan penyempurnaan sistem pemungutan.
- e. Keadaan sosial ekonomi dan tingkat kesadaran masyarakat selaku wajib pajak / bayar.
- f. Kebijakan di bidang ekonomi dan moneter.
- g. Perkembangan tersedianya prasarana dan sarana serta biaya pungutan.

Prosedur dalam penyusunan target pendapatan daerah berada dalam waktu satu bulan sebelum RAPBD disusun, maka setiap Dinas / instansi penghasilan PAD harus sudah menyiapkan Rencana Target Penerimaan Pendapatan Asli Daerah kepada DIPENDA, dengan tembusan kepada: (a) Biro Keuangan, (b) BAPPEDA, (c) Inspektorat Wilayah Provinsi / Kabupaten / Kota.

2.1.4 Retribusi Daerah

Retribusi adalah pembayaran atas jasa pelayanan umum yang dipungut langsung oleh pemerintah kepada wajib retribusi yang disertai dengan

kontraprestasi langsung yang diberikan oleh pemerintah terhadap wajib retribusi. Retribusi bersifat sukarela, setiap orang memiliki pilihan untuk tidak membayar retribusi. Jika seseorang telah membayar retribusi maka Pemerintah Daerah harus memberikan semacam kontraprestasi langsung. Retribusi bertujuan untuk kepentingan dan kemanfaatan umum serta dapat dinikmati oleh pribadi atau badan.

Retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan pribadi atau badan.

Dalam UU No. 28 Tahun 2009 tentang Retribusi Daerah dan Peraturan pelaksanaan, retribusi daerah dibagi menjadi tiga golongan yaitu :

1. Retribusi jasa umum

- a. Objek retribusi jasa umum yakni pelayanan yang disediakan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk tujuan kepentingan dan kemanfaatan umum serta dapat dinikmati oleh pribadi atau badan.
- b. Jenis- jenis retribusi jasa umum yaitu pelayanan kesehatan, kebersihan, penggantian biaya cetak KTP dan akta catatan sipil, pemakaman dan pengabuan mayat, retribusi pelayanan parkir, pelayanan pasar, pengujian kendaraan bermotor, pemisahan alat pemadam kebakaran, penggantian biaya cetak peta dan pengujian kapal perikanan.
- c. Subjek retribusi jasa umum yaitu orang pribadi atau badan yang menggunakan / menikmati pelayanan jasa umum yang bersangkutan.

2. Retribusi jasa usaha

- a. Objek retribusi jasa usaha yaitu pelayanan yang disediakan oleh Pemerintah Daerah dengan menganut prinsip komersil.
- b. Jenis- Jenis usaha yaitu pemakaian kekayaan daerah, pasar grosir, pertokoan, tempat pelelangan, terminal, tempat khusus parkir, tempat penginapan, penyedotan kaskus, rumah pemotongan hewan, pelabuhan kapal, tempat rekreasi dan olahraga, penyebrangan diatas air, pengelolaan limbah cair, dan penjualan produksi usaha daerah.
- c. Subjek retribusi jasa usaha yaitu orang pribadi atau badan yang menggunakan pelayanan jasa usaha bersangkutan.

3. Retribusi perizinan tertentu

- a. Objek retribusi perizinan tertentu yaitu kegiatan tertentu yang dilakukan Pemerintah Daerah dalam rangka pemberian izin kepada orang pribadi atau badan yang dimaksudkan untuk pembinaan, pengaturan, pengendalian, dan pengawasan atas kegiatan pemanfaatan ruang, penggunaan sumberdaya alam, barang, prasarana, sarana, atau fasilitas tertentu guna melindungi kepentingan umum dan menjaga kelestarian lingkungan.
- b. Jenis- jenis retribusi perizinan tertentu yaitu izin mendirikan bangunan, izin tempat penjualan minuman beralkohol, izin gangguan, dan izin trayek.
- c. Subjek perizinan tertentu yaitu pribadi atau badan yang memperoleh izin tertentu di Pemerintah Daerah.

2.1.4.1 Ciri-ciri Retribusi Daerah

Ciri-ciri yang terdapat dalam retribusi daerah (Musgrave, 1990) adalah sebagai berikut :

- a. Retribusi dikenakan kepada siapa saja yang menggunakan jasa dari daerah.
- b. Adanya balas jasa yang langsung dapat diterima oleh pembayaran retribusi.
- c. Bagi yang telah menikmati jasa tetapi tidak membayar retribusi dapat dikenakan sanksi atau upaya memaksa.
- d. Retribusi dipungut oleh daerah berdasarkan UU dan Peraturan Pelaksanaannya.

2.1.4.2 Alasan Pengenaan Retribusi Daerah

Pungutan retribusi langsung atas konsumen dikenakan karena satu atau lebih dari pertimbangan - pertimbangan sebagai berikut (Davey, 1988) :

- a. Apakah pelayanan tersebut merupakan barang- barang umum atau pribadi, mungkin pelayanan tersebut dapat disediakan kepada setiap orang dan oleh karena itu tidak wajar untuk membebankan biaya- biaya tersebut kepada pembayar pajak yang tidak mendapatkan jasa / barang tersebut.
- b. Suatu jasa dapat melibatkan suatu sumber yang langka atau mahal dan perlunya disiplin konsumsi masyarakat.
- c. Mungkin ada bermacam-macam variasi didalam konsumsi individu, yang berkaitan sedikit- tidaknya untuk memilih daripada memerlukan.
- d. Jasa- jasa dapat digunakan untuk kegiatan- kegiatan mencari keuntungan disamping memuaskan kebutuhan individu dalam negeri.

- e. Retribusi dapat menguji arah dan skala dari permintaan masyarakat akan jasa, dimana kebutuhan pokok atau bentuk-bentuk dan standar-standar dari penyediaan tidak dapat dengan tegas ditentukan

2.1.4.3 Faktor-faktor Penentu Tinggi Rendahnya Penerimaan Retribusi Daerah

Faktor- faktor yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya penerimaan retribusi daerah, seperti yang dikemukakan oleh R. Soedargo (dalam Arjungsi, 2011) adalah sebagai berikut:

- a. Faktor jumlah orang yang memanfaatkan retribusi daerah

Sesuai dengan sifatnya maka retribusi daerah hanya dikenakan kepada mereka yang telah memanfaatkan jasa pelayanan pemerintah daerah. Semakin banyaknya orang yang memanfaatkan jasa pelayanan Pemerintah Daerah maka retribusi semakin meningkat.

- b. Faktor jumlah pelayanan yang dipungut retribusi daerah

Perkembangan ekonomi yang semakin baik dari suatu daerah akan meningkatkan kemampuan Pemerintah Daerah untuk menyediakan jasa pelayanan kepada warganya. Semakin banyaknya jasa pelayanan yang ditawarkan maka semakin besar pula pungutan yang ditarik dari warga masyarakat.

- c. Faktor tarif retribusi daerah

Besarnya tarif retribusi daerah yang diterapkan sangat berpengaruh terhadap penerimaan retribusi daerah. Apabila tarif retribusi daerah yang dikenakan tinggi, maka penerimaan retribusi akan semakin meningkat.

d. Faktor efektivitas pungutan retribusi daerah

Dalam melaksanakan pungutan retribusi daerah, tidak dapat dipisahkan dari kemampuan aparat pelaksana pungutan. Semakin tinggi kemampuan pelaksana pungutan (SDM) maka semakin tinggi pula tingkat efektivitas pungutan yang pada akhirnya akan menaikkan jumlah penerimaan daerah.

2.1.4.4 Jenis-jenis Retribusi Daerah di Kabupaten Sleman

Jenis-jenis retribusi daerah yang dipungut di Kabupaten Sleman sampai tahun anggaran 2011 adalah : tempat rekreasi dan olah raga, pemakaian kekayaan daerah, pelayanan pasar, penggantian biaya cetak KTP dan Akta Capil, ijin gangguan/ keramaian, pelayanan pelatihan kerja swadana, pelayanan persampahan/ kebersihan, pelayanan pemakaman/ pengabuan, pelayanan parkir, pengujian kendaraan bermotor, terminal, penjualan produk usaha daerah, izin mendirikan bangunan, ijin trayek, IUJK, Ijin pendirian tower, UPTD pasar hewan, jasa usaha rumah potong hewan, perindustrian, pelayanan kesehatan Dinas kesehatan, RSUD Sleman dan RSUD Prambanan, IPTT, Penggantian biaya cetak.

2.1.5 Retribusi Pasar

Retribusi pasar adalah retribusi yang dipungut dari pedagang atas penggunaan fasilitas pasar dan pemberian izin penempatan oleh Pemerintah Kabupaten Kota. Retribusi pasar terdiri dari retribusi izin penempatan, retribusi kios, retribusi los, retribusi dasaran, dan retribusi tempa.

Menurut Sunarto (2005) retribusi pasar adalah pungutan yang dikenakan pada pedagang oleh Pemerintah Daerah sebagai pembayaran atas pemakaian tempat-tempat berupa toko / kios, *counter* / los, dasaran, dan halaman pasar yang

disediakan di dalam pasar daerah atau pedagang lain yang berada di sekitar pasar daerah lainnya yang berada di sekitar pasar daerah sampai dengan radius 200 meter dari pasar tersebut.

Berdasarkan Undang-Undang nomor 18 Tahun 1997 tentang pajak dan retribusi daerah yang mengalami perubahan dengan diberlakukan Undang-Undang Nomor 34 tahun 2000, dan Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 tentang retribusi daerah, disebutkan bahwa retribusi pasar masuk ke dalam kelompok retribusi jasa umum. Retribusi jasa umum tersebut tidak bersifat komersial.

Dalam pelaksanaan pemungutan retribusi pasar sering mengalami hambatan, hal ini disebabkan kurangnya kesadaran para pedagang membayar retribusi terutama dipengaruhi oleh tingkat keramaian pasar. Bila pasar ramai, maka keuntungan penjualan akan naik, sehingga kesadaran untuk membayar retribusi lebih tinggi.

2.1.5.1 Klasifikasi Retribusi Pasar

Klasifikasi retribusi pasar menurut Goedhart (dalam Caroline, 2005) adalah sebagai berikut:

a. Menurut sifat prestasi Negara

Retribusi pasar adalah retribusi untuk penggunaan berbagai bangunan. Pedagang sebagai pembayaran retribusi pasar menerima prestasi dari pemerintah daerah berupa penggunaan bangunan pasar maupun fasilitas lain yang disediakan oleh pemerintah.

b. Menurut cara menentukan jumlah pungutan

Retribusi pasar, jumlah pungutan tersebut tergantung dari kelas pasar, luas kios, golongan dagang serta tempat berdagang.

c. Menurut cara pembayaran

Retribusi pasar termasuk retribusi kontan. Pemakai jasa bukan kios menggunakan sistem pembayaran harian / mingguan.

2.1.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Retribusi Pasar

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

a. 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.

b. 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.

c. Sistem pemungutan retribusi

Pemungutan retribusi yang baik tidak terlepas dari prinsip-prinsip pemungutan. Prinsip-prinsip pemungutan pajak / retribusi yang digunakan oleh Adam Smith (Soeparmoko, 1996) atau lebih dikenal dengan *smith's canons* yaitu :

▪ Prinsip keadilan (*equity*)

Yaitu adanya kesamaan manfaat, kesamaan rill yang diterima dan keadilan dalam kemampuan membayar retribusi.

▪ Prinsip kepastian (*certainty*)

Yaitu persyaratan administrasi / prinsip kepastian tarif, artinya pungutan hendaknya bersifat tegas, jelas dan pasti bagi pemakai jasa yang meliputi besarnya, waktu pemungutan, petugas pemungut, tempat pembayaran dan lain-lain. Hal ini akan mempermudah pembayar, petugas dan pemerintah dalam membuat laporan.

▪ Prinsip kelayakan (*convenience*)

Yaitu pungutan yang dilakukan hendaknya pada waktu yang tepat dan menyenangkan, dan yang ditetapkan hendaknya jangan terlalu menekan subjek penderita.

▪ Prinsip ekonomi (*economy*)

Yaitu perlu diperhatikan tentang efisiensi dan efektivitas dalam penarikan retribusi.

2.1.6 Pasar dan Bentuk Pasar

2.1.6.1 Pasar

Menurut Cristopher Pass (1999) pasar adalah pertukaran yang mempertemukan para penjual dan pembeli suatu produk (*product*), faktor produksi (*factor of production*) untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli secara langsung dalam waktu dan tempat tertentu.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pasar mempunyai fungsi pokok :

- a. Sebagai interaksi antara penjual dan pembeli.
- b. Sebagai pusat informasi segala sesuatu yang terjadi di pasar dan sekitarnya.
- c. Sebagai tempat informasi perkembangan di daerah lain. Dalam penyelenggaraan pasar ada kesepakatan - kesepakatan tidak tertulis antara lain : kapan dan dimana pasar diselenggarakan, menentukan hari pasaran apakah pahing, pon, kliwon, legi dan wage, menentukan putaran penyelenggaraan pasar dan sebagainya.

Rata-rata putaran penyelenggaraan pasar dua sampai lima hari dimasing-masing tempat. Ada pasar pon yang khusus menjual hewan dan ternak yang sering disebut pasar hewan dan ada juga pasar kliwon yang menjual hasil-hasil pertanian atau hasil bumi.

Proses penyelenggaraan pasar dikendalikan bersama-sama oleh masyarakat. Kesepakatan-kesepakatan yang tidak tertulis ternyata sangat dipatuhi di pasar. Hal tersebut bertujuan untuk melindungi kepentingan bersama.

2.1.6.2 Bentuk Pasar

Pasar dalam arti fisik merupakan tempat atau lokasi dimana para pembeli dan penjual barang berkumpul dan bertemu secara langsung, misalnya pasar-pasar tradisional dan swalayan. Sedangkan pasar dalam arti non fisik merupakan peristiwa atau proses interaksi antara pembeli dan penjual untuk mencapai kesepakatan tentang harga dan barang tidak secara langsung.

Dilihat dari organisasi penyelenggaraannya, pasar dibedakan menjadi dua yaitu pasar sempurna dan pasar tidak sempurna. Pasar sempurna adalah pasar dimana harga ditentukan oleh mekanisme penawaran dan pemerintah. Penjualan dan pembeli tidak dapat mempengaruhi pasar. Pasar sempurna memiliki beberapa syarat, yaitu :

1. Semua penjual dan pembeli mengetahui harga penawaran dan harga permintaan.
2. Pembeli dan penjual bebas menentukan harga atau harga ditentukan mekanisme pasar.
3. Barang yang dijual bersifat homogen.

Pasar dikatakan tidak sempurna apabila salah satu atau lebih syarat dari pasar sempurna tidak terpenuhi. Menurut sejarah perkembangannya pasar dapat dibagi dua yaitu : (1) pasar tradisional dan (2) pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai adanya transaksi secara langsung. Bangunnya berupa kios-kios, los pasar, dan dasaran terbuka.

Kondisi pasar ini umumnya agak kumuh dan tidak teratur. Pasar ini dikelola oleh Dinas Pasar dibawah Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten / Kotamadya. Kebanyakan menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, buah, ikan, telur, daging, sayuran, pakaian, barang elektronik, jasa, dan sebagainya.

Pasar modern, pembeli dan penjualan tidak berinteraksi secara langsung, dimana pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang, pelayanannya secara mandiri ataupun dilayani oleh pramuniaga. Produk yang dijual biasanya tahan lama, variatif jenisnya, dan berkualitas. Konsep penggunaannya lebih modern, megah, dan teratur. Jenis pasar ini disebut swalayan, minimarket, dan hypermarket.

Perkembangan pasar modern yang tumbuh dengan pesat sangat berpengaruh negatif terhadap perkembangan pasar tradisional. Dimana konsumen dan pelanggan pasar tradisional dapat beralih ke pasar modern. Untuk menghadapi persaingan kehadiran pasar modern maka suatu keharusan pasar tradisional harus membenahi diri.

2.1.7 Potensi

Menurut Soenarto (2005) potensi adalah daya, kekuatan, atau kesanggupan untuk menghasilkan penerimaan daerah atau kemampuan yang pantas diterima dalam keadaan 100% . Potensi penerimaan daerah dapat diukur dengan dua pendekatan yaitu : (1) Berdasarkan fungsi penerimaan, (2) Berdasarkan atas indikator sosial ekonomi. Sebagai contoh digunakan pajak daerah sebagai sarana

pengukuran potensi menurut fungsi perpajakan dilakukan melalui pengamatan atas pelaksanaan pemungutan pajak yang bersangkutan dengan mengalihkan pengenaan pajak (*Tax_base*).

2.1.8 Pedagang

Menurut Soenarto (2005) pedagang adalah mereka yang memakai tempat untuk berjualan barang dan jasa secara tepat maupun tidak tepat di pasar daerah atau di daerah sekitar pasar sampai radius 200m.

Untuk menjaga ketertiban pasar telah diatur dalam peraturan daerah Nomor 2 Tahun 1999 tentang Retribusi Pasar, khususnya Pasal 23 yaitu semua pedagang dilarang :

- a. Mendirikan, menambah atau merubah bangunan kios atau los tanpa izin Walikota.
- b. Pedoman pelaksanaan pendirian, penambahan atau perubahan bangunan los / kios sebagaimana dimaksudkan diatas ditetapkan oleh Walikota setelah rekomendasi dari Dinas Teknis.
- c. Menempati jalan masuk dan keluar atau jalan penghubung di dalam pasar untuk kegiatan jual beli.
- d. Membawa kendaraan bermotor kedalam pasar.
- e. Memasukkan atau mengeluarkan barang dasarnya diluar jam pasar.
- f. Memberikan atau meminjamkan kartu izin sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (3) kepada orang lain yang tidak berhak.

- g. Menempati tempat dasaran yang bukan haknya atau lebih luas dari tempat dasarannya yang telah ditentukan.
- h. Menjual barang yang mudah menimbulkan bahaya kebakaran atau bahaya lain termasuk barang yang dilarang diperjual belikan sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
- I. Pedagang pasar insidentil dilarang mendirikan bangunan yang bersifat permanen.

2.1.9 Petugas Pemungut

Memberdayakan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan etos kerja yang sangat mendasar yang harus dipegang teguh oleh semua organisasi (Sondang,2002). Hal ini erat dengan upaya melakukan perbaikan secara terus menerus terhadap mutu hasil pekerjaan. Salah satu Sumber Daya Manusia yang terdapat dalam pengelolaan pasar pada khususnya Pasar kota adalah petugas pemungut.

Petugas pemungut mempunyai kontribusi yang sangat besar untuk mewujudkan realisasi penerimaan retribusi pasar. Adapun yang dimaksud dengan petugas pemungut retribusi pasar merupakan orang atau petugas pemungut dari Dinas Pasar yang mndapat tugas memungut retribusi pasar kepada pedagang pada tiap-tiap pasar yang menggunakan fasilitas pasar untuk berdagang (dalam satuan orang).

2.1.10 Tarif

Tarif retribusi adalah nilai rupiah atau persentase tertentu yang ditetapkan untuk menghitung besarnya retribusi yang terhutang. Tarif dapat ditentukan seragam atau dapat diadakan pembedaan melalui golongan tarif sesuai dengan prinsip dan sasaran tarif tertentu, misalnya :

1. Pembedaan retribusi tempat rekreasi antara anak dan dewasa.
2. Retribusi parkir antara sepeda motor dan mobil.
3. Retribusi pasar antara kios dan los.
4. Retribusi sampah antara rumah tangga dan industri.

Besarnya tarif dapat dinyatakan dalam rupiah per unit tingkat penggunaan jasa. Sedangkan tarif pasar merupakan besarnya biaya retribusi pasar yang dipungut oleh pemerintah Daerah atas penggunaan jasa / fasilitas yang disediakan oleh Pemerintah Daerah dalam satuan rupiah (Gesit Purnamasari, 2006). Tarif retribusi ditinjau kembali secara berkala dengan memperhatikan prinsip dan sasaran penetapan tarif.

Kewenangan daerah untuk meninjau kembali tarif secara berkala dan berkala dan jangka waktunya, dimaksudkan untuk mengantisipasi perkembangan perekonomian daerah dari obyek retribusi yang bersangkutan. Tarif retribusi ditinjau kembali paling lama 5 (lima) tahun sekali. Adapun prinsip dan sasaran dalam penetapan tarif ditentukan sebagai berikut :

1. Untuk retribusi jasa umum, berdasarkan kebijakan daerah dengan mempertimbangkan penyediaan jasa yang bersangkutan, kemampuan masyarakat, dan aspek keadilan.

2. Penetapan tarif retribusi jasa umum pada dasarnya disesuaikan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku mengenai jenis-jenis retribusi yang berhubungan dengan kepentingan nasional. Di samping itu, tetap memperhatikan aspek keadilan dan kemampuan mereka.
3. Untuk retribusi jasa usaha, berdasarkan pada tujuan untuk memperoleh keuntungan yang layak. Tarif retribusi jasa usaha ditetapkan oleh daerah sehingga dapat tercapai keuntungan yang layak, yaitu keuntungan yang pantas diterima oleh pengusaha swasta sejenis yang beroperasi secara efisien dan berorientasi pada harga pasar.
4. Untuk retribusi perizinan tertentu, berdasarkan pada tujuan untuk menutup sebagian atau seluruh biaya penyelenggaraan pemberian izin yang bersangkutan. Tarif retribusi perizinan tertentu ditetapkan sedemikian rupa, sehingga hasil retribusi dapat menutup sebagian atau seluruh perkiraan biaya yang diperlukan untuk menyediakan jasa yang bersangkutan. Untuk pemberian izin bangunan, misalnya dapat diperhitungkan biaya pengecekan dan pengukuran lokasi, biaya pemetaan, dan biaya pengawasan.

2.1.11 Efektivitas

Menurut Devas CN (1989) kinerja administrasi penerimaan daerah ada tiga yaitu : upaya pajak, efisiensi dan efektivitas. Devinisi efektivitas adalah mengukur hubungan antara hasil pungut retribusi dan potensi hasil retribusi, dengan anggapan semua wajib retribusi membayar retribusi masing- masing, dan membayar seluruh retribusi terhutang masing-masing.

Efektivitas menggambarkan kemampuan untuk mencapai tujuan dalam bentuk menggali, dan merealisasikan pungutan sumber pendapatan daerah berdasarkan potensi yang ada melalui tiga pendekatan yaitu : (1) sisi penerimaan pemungutan, (2) sisi subjek pemungutan, (3) objek pemungutan. Sisi penerimaan pemungutan efektivitas menggambarkan presentase kemampuan memungut terhadap potensi, sehingga efektivitas dapat diperoleh melalui perbandingan antara realisasi penerimaan dengan potensi yang dimiliki. Semakin besar angka efektivitas yang diperoleh, maka semakin tinggi tingkat efektivitas yaitu diatas 60% (Devas CN, 1989). Jadi angka efektivitas menunjukkan kemampuan memungut dan mengukur apakah tujuan aktifitas pemungutan dapat dicapai.

Menurut Devas CV (1989) efektivitas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi penerimaan retribusi pasar}}{\text{Potensi retribusi pasar}} \times 100\%$$

2.1.12 Cara Menentukan Strategi Untuk Kinerja Penerimaan Retribusi Pasar

2.1.12.1 Analisis SWOT

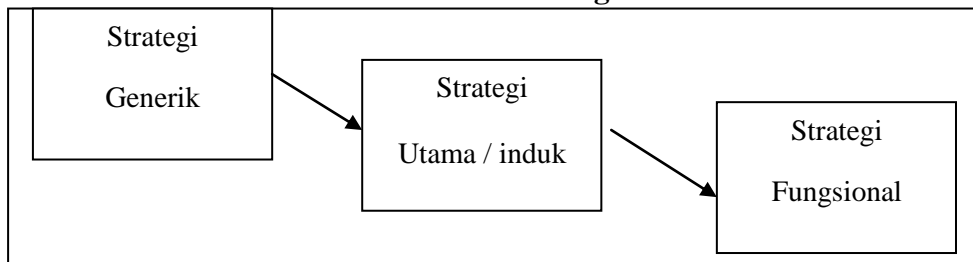
a. Pengertian strategi

Hameldan Prahalad (1995) dalam Husein Umar (2003) mendefinisikan strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan di masa depan.

b. Klasifikasi strategi

Menurut Husein Umar (2003) strategi generik akan dijabarkan menjadi strategi utama / induk, selanjutnya akan dijabarkan ke dalam strategi fungsional seperti terlihat dalam gambar 2.1.

Gambar 2.1
Klasifikasi Strategi



Sumber: Husein Umar, 2001

c. Strategi generik

Menurut Fred R. Davis dalam Husein Umar (2003) pada prinsipnya strategi generik dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi yaitu :

1. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Strategi ini menghendaki agar melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok atau pesaing.

2. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan yang ada.

3. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru.

4. Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*)

Strategi ini bermaksud untuk melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar (kebangkrutan).

d. Strategi Utama Fred R. David

1. Macam- macam strategi utama

Jabaran strategi utama dari strategi Fred R. Davis dapat dijelaskan dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1
Strategi Fred R. Davis

Strategi Generik	Strategi Utama
Strategi Integrasi Vertikal (<i>Vertical Integration Strategy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Integrasi ke Depan (<i>Forward Integration Strategy</i>) • Strategi Integrasi ke Belakang (<i>Backward Integration Strategy</i>) • Strategi Integrasi Horisontal (<i>Horizontal Integration Strategy</i>)
Strategi Intensif (<i>Intensive Strategy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Pengembangan Pasar (<i>Market Development Strategy</i>) • Strategi Pengembangan Produk (<i>Product Development Strategy</i>) • Strategi Penetrasi Pasar (<i>Market Penetration Strategy</i>)
Strategi Diversifikasi (<i>Diversification Strategy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Diversifikasi Konsentrik (<i>Concentric Divers. Strategy</i>) • Strategi Diversifikasi Konglomerat (<i>Conglomerate Divers. Strategy</i>) • Strategi Diversifikasi Horisontal (<i>Horizontal Divers. Strategy</i>)
Strategi Bertahan (<i>Defensive Strategy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Usaha Patungan (<i>Joint Venture Strategy</i>) • Strategi Penciutan Biaya (<i>Retrenchment Strategy</i>) • Strategi Penciutan Usaha (<i>Divestiture Strategy</i>) • Strategi Likuidasi (<i>Liquidation strategy</i>)

Sumber : Husein Umar, 2003

Penjelasan :**a) Kelompok Strategi Integrasi Vertikal**1. *Forward Integration Strategy*

Strategi ini menghendaki agar mempunyai kemampuan yang besar terhadap para distributor atau pengecer.

2. *Backward Integration Strategy*

Strategi ini merupakan strategi terhadap pengawasan bahan baku.

3. *Horizontal Integration Strategy*

Strategi ini dimaksudkan untuk meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing.

b) Strategi Intensif Kelompok

Strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk adalah tiga strategi yang dikelompokkan ke dalam strategi *intensive*. Disebut demikian karena strategi-strategi ini dalam implementasinya memerlukan usaha-usaha intensif untuk meningkatkan posisi persaingan melalui produk yang ada. Ketiga strategi intensif ini dipaparkan sebagai berikut :

1. *Market Development Strategy*

Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada sekarang di daerah yang secara geografis merupakan daerah baru bertujuan untuk mencari pangsa pasar.

2. *Product Development Strategy*

Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada sekarang di daerah yang secara geografis merupakan daerah yang baru.

3. *Market Penetration Strategy*

Strategi ini berusaha untuk meningkatkan *market share* suatu produk atau jasa melalui usaha pemasaran yang lebih besar. Jadi tujuan strategi ini adalah meningkatkan pangsa pasar dengan usaha pemasaran maksimal.

c) Kelompok Strategi Diversifikasi

Ada tiga tipe untuk strategi diversifikasi, yaitu *Concentric Divers. Strategy*, *Conglomerate Divers. Strategy*, dan *Horizontal Divers. Strategy*. Ketiga macam strategi akan dipaparkan sebagai berikut :

1. *Concentric Divers. Strategy*

Strategi ini dapat dilaksanakan dengan cara menambah produk atau jasa yang baru tetapi masih saling berhubungan.

2. *Conglomerate Divers. Strategy*

Strategi dengan menambah produk atau jasa yang tidak saling berhubungan.

3. *Horizontal Divers. Strategy*

Strategi ini dilakukan dengan cara menambah produk barang dan jasa pelayanan yang baru tetapi tidak saling berhubungan untuk ditawarkan pada para konsumen yang ada sekarang.

d) Kelompok Strategi Bertahan

Strategi bertahan terdiri atas *Join Venture Strategy*, *Retrenchment Strategy*, dan *Divestiture Strategy* atau *Likuidation Strategy*. Ketiga macam strategi akan dipaparkan sebagai berikut :

1. *Joint Venture Strategy*

Strategi dengan membentuk suatu badan usaha untuk tujuan kapitalisasi modal.

2. *Retrenchment Strategy*

Tujuan strategi ini adalah menghemat biaya agar keuntungan dapat dipertahankan.

3. *Divestiture Strategy*

Strategi ini dilakukan dengan cara menjual satu divisi dalam rangka penambahan modal dari satu rencana investasi atau menindak lanjuti strategi akuisisi yang telah diputuskan proses selanjutnya.

4. *Likuidation strategy*

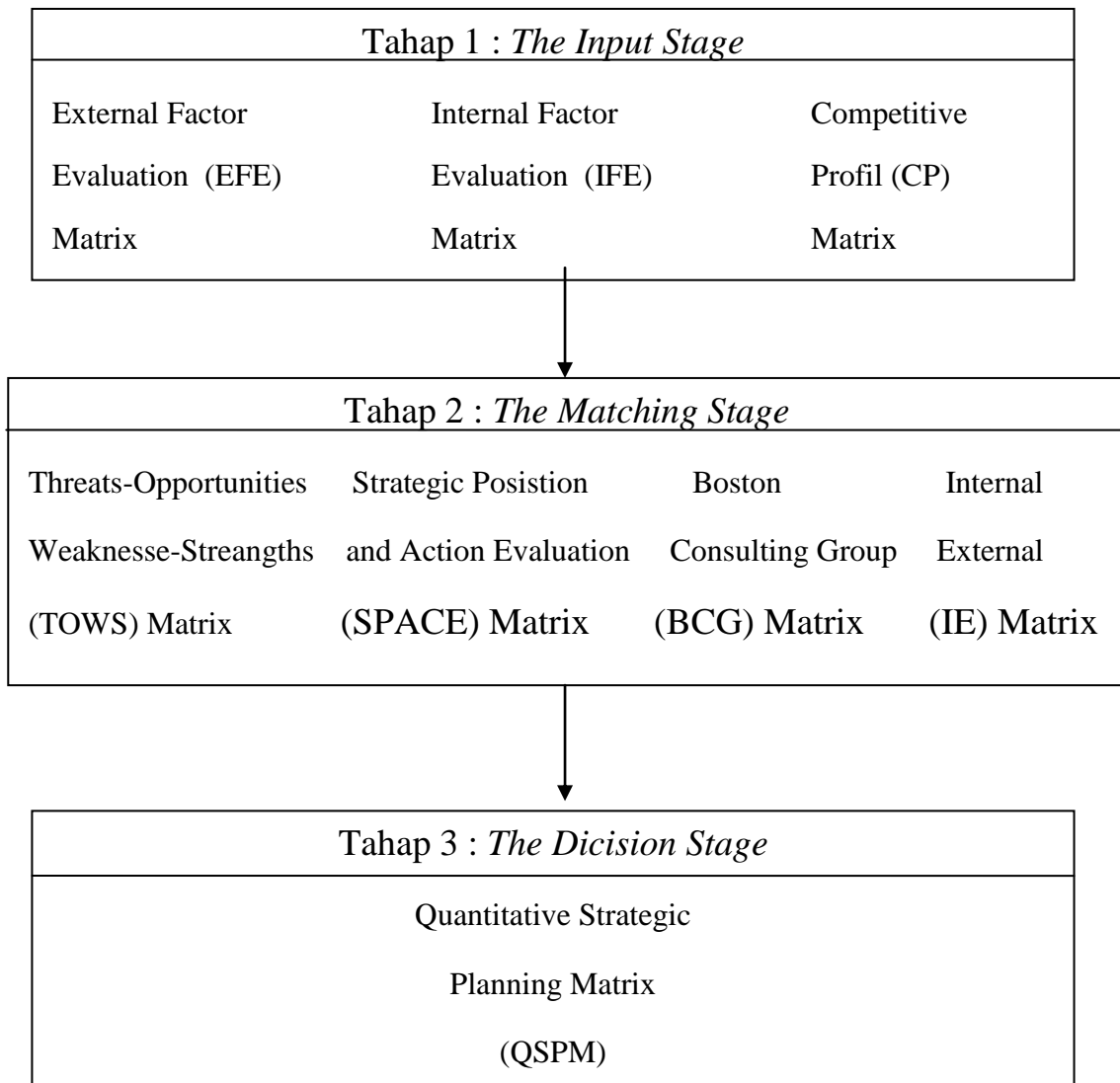
Menjual seluruh aset yang dapat dihitung disebut *Liquidation*. Strategi *Liquidation* merupakan pengakuan suatu kegagalan. Strategi ini bertujuan untuk menutup kegiatan usaha.

2. Cara Menentukan Strategi Utama

Menurut Fred R. David dalam Husein Umar (2003), cara menentukan strategi yang utama adalah dengan melakukan tiga tahapan kerangka kerja dengan matriks sebagai alat analisisnya. Perangkat atau alat yang berbentuk

matriks itu telah disesuaikan dengan segala ukuran tipe organisasi badan usaha / instansi, sehingga alat tersebut dapat dipakai untuk membentuk strategi dalam mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih strategi yang paling tepat, (seperti gambar berikut).

Gambar 2.2
Cara Penentuan Strategi Utama



Sumber : Husein Umar, 2003

Penjelasan :

Tahap 1, dari kerangka kerja perumusan strategi ini terdapat tiga macam matriks, yaitu **EFE Matrix, IFE Matrix, dan CP Matrix**. Ketiga matriks ini disebut juga sebagai *Input Stage* karena bertugas menyimpulkan informasi dasar yang dapat diperlukan untuk merumuskan strategi.

Tahap 2, disebut sebagai *Matching Stage*, berfokus pada pembangkitan strategi- strategi alternatif yang dapat dilakukan melalui penggabungan faktor eksternal dan internal. Teknik pada **Tahap 2** ini mencakup **TOWS / SWOT Matrix, Space Matrix, BCG Matrix, dan Grand Strategy Matrix**.

Tahap 3, disebut sebagai *Decision Stage*, hanya terdiri dari satu teknik yaitu **Quantitative Strategic Planning Matrix**. **QSPM** ini menggunakan input informasi dari tahap 1 untuk mengevaluasi secara obyektif strategi alternatif hasil tahap 2 yang dapat diimplementasikan, sehingga dapat memberikan suatu basis obyektif bagi pemilihan strategi- strategi yang paling tepat.

Tabel 2.2

Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL	METODE PENELITIAN	HASIL
1	<p>Analisis Efektivitas Pemungutan Retribusi Pasar di Kabupaten Purbalingga (Atik Yuliningsih, 2002)</p>	<p>Variabel yang digunakan : Luas pasar, tarif pasar, periode pemungutan, realisasi penerimaan retribusi pasar, potensi retribusi pasar, PDRB. Analisis yang digunakan : - Analisis Efektivitas <u>Realisasi Penerimaan Retribusi Pasar X 100%</u> Potensi Retribusi Pasar - Analisis Elastisitas <u>Persentase Perubahan Penerimaan Retribusi Pasar</u> <u>Persentase Perubahan PDRB</u></p>	<p>- Penerimaan retribusi pasar Kabupaten Purbalingga selama tahun 1997/ 1998 – 2000 belum efektif, ini terlihat dari angka efektivitas pungutan retribusi pasar yang masih dibawah angka 60% setiap tahunnya. - Elastisitas penerimaan pasar terhadap PDRB Tahun 1998/ 1999 - 2000 menunjukkan hubungan yang inelastis dimana laju pertumbuhan PDRB yaitu sebesar 0,53% dan 0,24%, Tahun 2001 mempunyai sifat Elastisitas dimana laju pertumbuhan penerimaan retribusi lebih besar dibandingkan dengan laju pertumbuhan PDRB yaitu sebesar 1,34% dan 6,73%.</p>
2	<p>Analisis Kinerja Penerimaan Retribusi Pasar di Kota Salatiga (Caroline, 2005)</p>	<p>Variabel yang digunakan : Target dan realisasi penerimaan retribusi pasar pada periode tertentu, biaya pemungutan retribusi, jumlah pedagang kios, los dan PKL, tarif, potensi. Analisis yang digunakan : - SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, threats) - Analisis Efektivitas <u>Realisasi Penerimaan Retribusi Pasar X 100%</u></p>	<p>- Pada Tahun 2001 dan di Tahun 2004 elastisitas penerimaan retribusi Kios, Los, dan PKL terdapat jumlah pedagang Kios, Los, dan PKL adalah bersifat elastis yaitu 1,47% (Tahun2001) dan 1,81% (Tahun 2004) sedangkan pada Tahun 2002 dan 2003 bersifat Inelastis yaitu 0,13% (Tahun 2002) dan 0,24% (Tahun 2003).</p>

		<p>Potensi Retribusi Pasar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisis Efisiensi <u>Biaya Pemungutan Retribusi X 100%</u> Realisasi Penerimaan Retribusi Pasar - Analisis Elastisitas <u>Persentase Perubahan Penerimaan Retribusi Pasar</u> Persentase Perubahan PDRB 	<ul style="list-style-type: none"> - Pada Tahun 2001 elastisitas penerimaan retribusi Kios, Los, dan PKL terhadap luas Kios, Los, PKL bersifat elastis yaitu 1,24% (Tahun 2001) sedangkan pada tahun 2002- 2004 bersifat inelastis yaitu 0,22% (Tahun 2002), 0,25% (Tahun 2003) dan 0,90% (Tahun 2004). - Hasil Analisis SWOT diperoleh kesimpulan bahwa prioritas pertama adalah peningkatan kualitas aparat/ SDM yang profesional, kedua menata kawasan perdagangan, ketiga menciptakan Kota Satelit Salatiga sebagai kota perdagangan. Ketiganya adalah strategi dari S-O. Strategi W-O adalah menciptakan Kota Salatiga sebagai kawasan yang menarik untuk aktivitas regional, strategi S-T adalah meningkatkan investasi perdagangan.
--	--	--	--

3	<p>Rencana Kerja Peningkatan Kinerja Penerimaan Retribusi Pasar oleh Kantor Penfelolaan Pasar Daerah Kabupaten Demak (Susanto, 2006)</p>	<p>Variabel yang digunakan : Target dan realisasi penerimaan retribusi pasar pada periode tertentu, jumlah pedagang Kios, los, PKL, Tarif. Analisis yang digunakan : - SWOT (Streangth, Weakness, Opportunity, threats).</p>	<p>Ada dua faktor yang mempengaruhi kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Demak yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal dan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, kekuatan dan kelemahan adapun <i>critical success factor</i> peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan sebagai berikut :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peluang : Adanya paguyuban pedagang pasar yang mendukung kegiatan pasar, adanya pedagang yang berjualan setiap hari, dan adanya koordinasi yang baik antara instansi terkait. - Ancaman : Kurangnya kesadaran pedagang membayar retribusi sesuai tarif Perda, banyaknya kios/ los yang tidak digunakan sebagaimana fungsinya, adanya supermarket di sekitar pasar. - Kekuatan : Adanya dukungan dari pimpinan, adanya petugas pemungut, adanya kewenangan mengelola pasar. - Kelemahan : Rendahnya motifasi petugas pemungut, kurangnya pengawasan terhadap petugas pemungut retribusi, kurang akuratnya data pedagang pasar.
---	--	---	--

4	<p>Analisis Penerimaan Retribusi Pasar Dalam Upaya Meningkatkan PAD di Kabupaten Temanggung (Gesit Purnamasari, 2006)</p>	<p>Variabel yang digunakan : Luas pasar, tarif pasar, periode pemungutan, realisasi penerimaan retribusi pasar, potensi retribusi pasar. Alat analisis : - Analisis Potensi : $P_t = \sum_{I=1}^n \{(L_s K_x Tr K_x W_t) + (L_s L_x Tr L_x W_t) + (L_s D_x Tr D_x W_t) + (L_s T_x Tr T_x W_t)\}$ - Analisis Efektivitas <u>Realisasi penerimaan retribusi pasar X 100%</u> Potensi retribusi pasar</p>	<p>Penerimaan retribusi pasar Kota Yogyakarta selama tahun anggaran 2000-2004 belum efektif. Ini terlihat dari angka efektivitas pemungutan retribusi pasar yang masih dibawah angka 60 persen setiap tahunnya.</p>
5	<p>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Penerimaan Retribusi Pasar Di Kota Yogyakarta (Arizaldy Ferdinan, 2009)</p>	<p>Variabel yang digunakan : Luas pasar, tarif pasar, periode pemungutan, realisasi penerimaan retribusi pasar, potensi retribusi pasar. Alat analisis : - Analisis Potensi : $P_t = \sum_{I=1}^n \{(L_s K_x Tr K_x W_t) + (L_s L_x Tr L_x W_t) + (L_s D_x Tr D_x W_t) + (L_s T_x Tr T_x W_t)\}$ - Analisis Efektivitas <u>Realisasi penerimaan retribusi pasar X 100%</u> Potensi retribusi pasar</p>	<p>Penerimaan retribusi pasar Kota Yogyakarta selama tahun anggaran 2000-2004 belum efektif. Ini terlihat dari angka efektivitas pemungutan retribusi pasar yang masih di bawah angka 60 persen setiap tahunnya.</p>

6	<p>Analisa Kinerja Pemerintahan Retribusi Pasar di Kabupaten Demak tahun 2006-2009.</p>	<p>Variabel yang digunakan : Target dan realisasi penerimaan retribusi pasar pada periode tertentu, biaya pemungutan retribusi, jumlah pedagang kios, los dan PKL, tarif, potensi.</p> <p>Analisis yang digunakan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, threats) - Analisis Efektivitas <p><u>Realisasi Penerimaan Retribusi Pasar X 100%</u></p> <p style="padding-left: 40px;">Potensi Retribusi Pasar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisis Efisiensi <p style="padding-left: 40px;"><u>Biaya Pemungutan Retribusi X 100%</u></p> <p style="padding-left: 40px;">Realisasi Penerimaan Retribusi Pasar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisis Elastisitas <p><u>Persentasi Perubahan Penerimaan Retribusi Pasar</u></p> <p style="padding-left: 40px;">Persentasi Perubahan PDRB</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil perhitungan tingkat efisiensi dan efektifitas pada tahun 2006-2009 diperoleh gambaran rata-rata kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Demak tidak efektif (0,59%) tetapi efisien (0,05%). - Hasil Analisis SWOT diperoleh empat strategi yaitu, strategi S-O adalah memanfaatkan unsur-unsur kekuatan yang dimiliki untuk sebesar-besarnya menangkap peluang yang ada. Strategi S-T adalah memanfaatkan unsur-unsur kekuatan yang dimiliki untuk memperkecil dan bila perlu menghilangkan ancaman yang akan dihadapi. Strategi W-O adalah strategi yang disusun dalam upaya menyusun perencanaan untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang akan datang. - Kinerja penerimaan retribusi pasar Kabupaten Demak memiliki skor total rata-rata tertimbang IFE 2,52 artinya posisi internal DINPERINDAGKOP UMKM Kabupaten Demak memiliki posisi rata-rata terhadap kekuatan dan kelemahan yang ada, sedangkan skor total rata-rata tertimbang EFE sebesar 2,49 yang menunjukkan bahwa faktor eksternal yang mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung terhadap peluang dan ancaman yaitu memiliki posisi yang sedang.
---	---	---	---

2.2 Kerangka Pemikiran

Otonomi daerah merupakan langkah yang strategis bagi bangsa Indonesia untuk menyongsong era globalisasi. Pemberian otonomi daerah diharapkan dapat memberikan keleluasaan kepada daerah dalam membangun daerah melalui usaha-usaha yang sejauh mungkin mampu meningkatkan partisipasi aktif masyarakat.

Pemerintah daerah merupakan pihak yang paling berwenang dalam mengatur daerahnya. Untuk melaksanakan otonomi daerah, pemerintah daerah harus dapat cepat mengidentifikasi sektor-sektor potensial sebagai motor penggerak pembangunan daerah, terutama melalui upaya pengembangan potensi Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pendapatan Asli daerah (PAD) juga sebagai salah satu penerimaan daerah merupakan salah satu indikator yang menunjukkan tingkat kemandirian suatu daerah dibidang pengelolaan keuangan daerah. Kemandirian daerah dapat diukur dari kemampuan daerah dalam memenuhi kebutuhan daerahnya dengan PAD sendiri. Oleh karena itu, penerimaan PAD tersebut harus dioptimalkan oleh pemerintah daerah.

Retribusi daerah sebagaimana halnya pajak daerah merupakan salah satu Pendapatan Asli Daerah diharapkan menjadi salah satu sumber pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah, untuk meningkatkan dan pemeratakan kesejahteraan masyarakat.

Retribusi dapat diartikan sebagai pungutan yang dilakukan oleh pemerintah sebagai akibat adanya kontra prestasi atau pelayanan yang diberikan

oleh pemerintah daerah yang langsung dinikmati secara perorangan oleh warga masyarakat dan pelaksanaannya didasarkan atas peraturan yang berlaku.

Retribusi dapat dipungut dengan sistem yang sifatnya progresif atau regresif berdasarkan potensi kemampuan pembayaran retribusi. Dalam hal progresif retribusi tidak dapat dilihat dari segi kemampuan atau tingkat pendapatan si pembayar retribusi, melainkan hanya didasarkan pada jenis pelayanan yang dikehendaki oleh pembayar retribusi dalam mengkonsumsi barang atau jasa yang disediakan pemerintah.

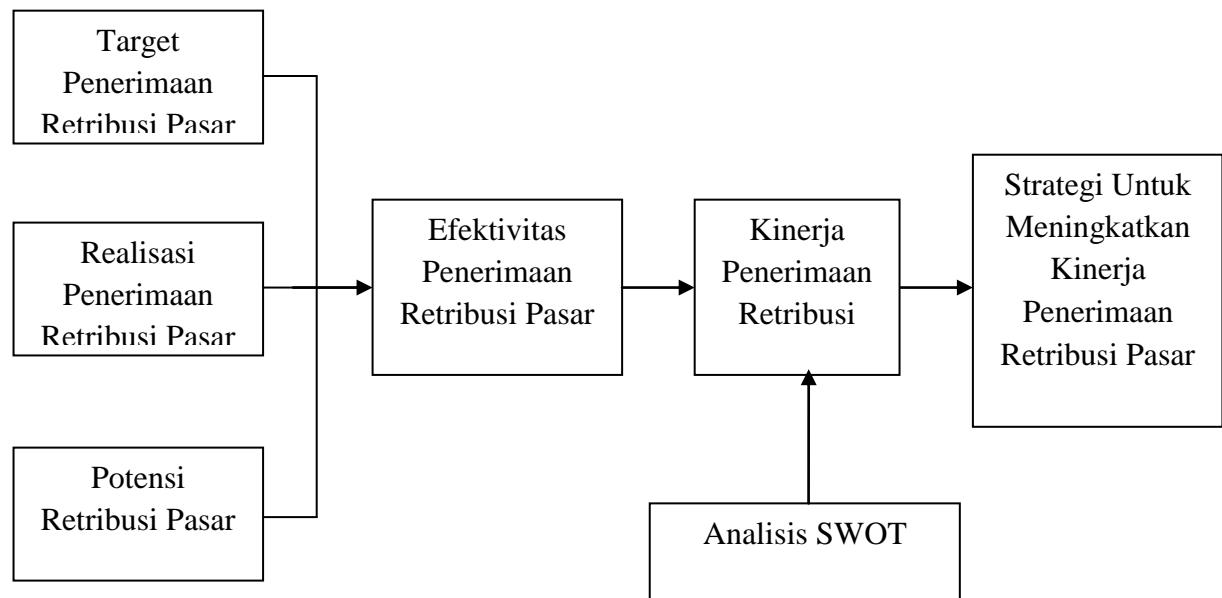
Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa retribusi daerah merupakan salah satu bentuk pungutan yang diterima oleh pemerintah daerah dan pihak-pihak yang berkepentingan atau mengenakan atau memperoleh jasa pelayanan barang milik daerah sesuai dengan ketentuan dan perundang-undangan yang berlaku.

Salah satu komponen Retribusi daerah adalah Retribusi Pasar. Retribusi Pasar sama seperti halnya Retribusi daerah dapat dikaji berdasarkan beberapa indikator, yaitu Potensi Retribusi Pasar, laju pertumbuhan, tingkat elastisitas, tingkat efektivitas dan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan-permasalahan yang ada adalah analisis kualitatif dan analisis SWOT guna mengetahui kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman.

Dengan melihat landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran Teoritis



Berdasarkan gambar 2.3 dapat dijelaskan bahwa besarnya target, realisasi dan potensi penerimaan retribusi pasar merupakan gambaran keberhasilan penerimaan retribusi pasar secara efektif, hal ini dipengaruhi oleh kinerja penerimaan retribusi pasar yang baik sehingga hasil yang diharapkan menjadi efektif. Untuk mendapatkan kinerja penerimaan yang efektif dan berdasarkan pada potensi yang riil dapat diidentifikasi dengan analisis SWOT, dimana analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Dengan analisis ini diharapkan dapat membantu untuk menentukan strategi dan kebijakan untuk meningkatkan penerimaan retribusi pasar secara efektif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep yang mempunyai variasi nilai atau suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel atau dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

3.1.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan pengubahan konsep yang masih berupa abstrak dan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain berdasarkan variabel yang digunakan.

Sebagai panduan untuk melakukan penelitian dan dalam rangka pengujian hipotesis yang diajukan, maka dalam penelitian ini yang dijadikan variabel penelitian dan definisi operasional yang diteliti adalah sebagai berikut:

- a. Realisasi penerimaan retribusi kios, los, dan dasaran terbuka adalah penerimaan retribusi pasar yang diperoleh dari kios, los, dan dasaran terbuka. Yang terealisasi tahun tertentu dan diukur dalam rupiah.

- b. Target penerimaan retribusi kios, los, dan dasaran terbuka adalah perkiraan hasil perhitungan pendapatan daerah yang diperoleh dari kios, los, dan dasaran terbuka. Yang terealisasi tahun tertentu dan diukur dalam rupiah.
- c. Potensi penerimaan retribusi kios, los, dan dasaran terbuka adalah keseluruhan pendapatan yang memungkinkan dapat dicapai berdasarkan kondisi dan perkembangan obyek sumber pendapatan yang di maksud.
- d. Jumlah pedagang adalah jumlah pedagang yang menempati kios, los, dan dasaran terbuka di pasar Kabupaten Sleman. Diukur dalam orang.
- e. Luas pasar adalah luas pasar yang digunakan oleh pedagang yang menempati kios, los, dan dasaran terbuka di Kabupaten Sleman. Diukur dalam m².
- f. SWOT kinerja penerimaan retribusi pasar Kabupaten Sleman terdiri dari faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal. Faktor strategi internal meliputi kekuatan dan kelemahan. Sedangkan faktor strategi eksternal terdiri dari peluang dan ancaman.
- g. Kekuatan adalah merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya, Robinson (2008).
- h. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap

pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan peanggan secara efektif, Robinson (2008).

- i. Peluang adalah merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan, Robinson (2008).
- j. Ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam suatu lingkungan, Robinson (2008).

3.2 Populasi dan Sampel

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan sample yang diambil adalah *stake holder* yaitu para pedagang, petugas pemungut retribusi pasar, Dinas Pasar selaku instansi yang mengelola penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman.

Jumlah responden yang akan diambil berjumlah 51 orang yaitu terdiri dari 39 pedagang setiap pasar, 7 orang petugas pemungut retribusi pasar, dan 5 orang pengelola pasar Kabupaten Sleman, dalam hal ini Dinas Pasar Kabupaten Sleman, seperti terlihat pada Tabel 3.1 dan Tabel 3.2.

Tabel 3.1
Jumlah Responden Petugas Pengelola Dinas Pasar
Kabupaten Sleman (Orang)

No	Jabatan	Jumlah (Orang)
1	Kepala Dinas Pasar	1
2	Subbagian Umum dan Kepegawaian	1
3	Subbagian Keuangan, Perencanaan, dan Evaluasi	1
4	Seksi Retribusi Pasar	1
5	Seksi Keamanan dan Kebersihan	0
6	Seksi Sarana dan Prasarana Pasar	1
Jumlah		5

Tabel 3.2
Jumlah Responden Pedagang Pasar dan Petugas Pemungut
Retribusi Pasar (Orang)

No	Unit Pelaksana Teknis	Nama Pasar	Pedagang	Petugas Pemungut Pasar
1	UPT Pelayanan Pasar Kelompok I	Godean	1	1
2		Ngijon	1	
3		Kebonagung	1	
4	UPT Pelayanan Pasar Kelompok II	Gamping	1	1
5		Cebongan	1	
6		Ngino	1	
7		Balangan	1	
8	UPT Pelayanan Pasar Kelompok III	Tempel	1	1
9		Hewan Tempel	1	
10		Turi	1	
11		Gendol	1	
12		Kemloko	1	
13		Srowolan	1	
14		Ngablak	1	
15	Medari	1		
16	UPT Pelayanan Pasar Kelompok IV	Pakem	1	1
17		Pasar Hewan Pakem	1	
18		Jangkang	1	
19		Kejambon	1	
20		Pucung	1	
21		Bronggang	1	
22	Salakan	1		
23	UPT Pelayanan Pasar Kelompok V	Sleman	1	1
24		Denggung	1	
25		Condongcatur	1	
26		Sambilegi	1	
27		Gentan	1	
28		Wonosari	1	
29	Setum	1		
30	UPT Pelayanan Pasar Kelompok VI	Prambanan	1	1
31		Hewan Prambanan	1	
32		Kalasan	1	
33		Potrojayan	1	
34		Tegalsari	1	
35	Kenaran	1		
36	UPT Pelayanan Pasar Kelompok VII	Jombor	1	1
37		Sardjito	1	
38		Monjali	1	
39		Manggung	1	

Sumber: Dinas Pasar Kabupaten Sleman

Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan yang menentukan mode pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan pada kelompoknya, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian (Indriantoro dan Supomo, 1999). Dalam penelitian ini, data primer yang dikumpulkan adalah data yang diperoleh dari responden melalui daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden guna memperoleh data tanggapan responden.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain (Indrianto dan Supomo, 1999). Data sekunder yang dikumpulkan adalah data yang berasal dari berbagai penerbitan pemerintah pusat dan daerah seperti BPS Kabupaten Sleman, Bappeda Kabupaten Sleman, Dinas Pasar Kabupaten Sleman dan data lainnya yang dianggap dapat mendukung penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pelaksanaan metode pengumpulan data dimaksudkan untuk mendapatkan bahan-bahan yang relevan terkait dengan permasalahan yang diangkat dan akurat kualitasnya. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Metode Dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data dengan membaca literatur, jurnal-jurnal, maupun sumber lain yang terkait baik yang bersumber dari perpustakaan maupun dari instansi yang terkait dengan permasalahan penelitian.
- b. Teknik wawancara yang dipandu dengan kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh koresponden kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam usaha mencapai tujuan penelitian dan menguji hipotesis, maka di dalam penelitian ini digunakan dua analisis yaitu analisis kualitatif dan analisis SWOT. Adapun masing- masing dari pengertian tersebut adalah sebagai berikut :

3.5.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif merupakan analisis data yang tidak memerlukan pengujian hipotesis dan statistik tetapi berdasarkan pendapat dan pikiran yang diperoleh dari hasil jawaban-jawaban responden atas beberapa pertanyaan yang diberikan dan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi sebagai pendukung hasil dari

analisis kuantitatif. Dalam analisis kualitatif di sini disajikan perhitungan Potensi Penerimaan Retribusi Pasar dan Efektivitas Penerimaan Retribusi Pasar.

3.5.1.1 Potensi Penerimaan Retribusi Pasar

Permasalahan yang sering terjadi dalam menggali potensi pasar adalah kurang optimalnya penanganan di dalam pengolahan data guna mendapatkan potensi yang optimal. Di dalam perhitungan akurasi nilai potensi yang sesuai dengan kondisi lapangan sangat terkait dengan kelengkapan atau terjadinya variabel-variabel untuk menghitung potensi retribusi yang optimal. Untuk mendapatkan potensi yang maksimal dan realistis perlu diadakan pendataan, pemantauan lapangan, dan pengkajian yang cermat.

Untuk menghitung potensi retribusi pasar perlu mengetahui komponen yang berbentuk potensi dari pada pasar itu sendiri. Komponen potensi pasar yaitu luas pasar (kios, los, dasaran, tenda), tarif yang dipungut, dan periode pemungutan. Potensi penerimaan retribusi pasar dihitung dengan rumus:

Potensi Pendapatan Retribusi =

$$\Sigma(\text{luas bangunan (kios, los, bamgo, dasaran)} \times \text{tarif} \times 360)$$

3.5.1.2 Efektivitas Penerimaan Retribusi Pasar

Efektivitas retribusi mengukur hubungan antara hasil pungutan retribusi dan potensi hasil retribusi, dengan anggapan semua wajib retribusi membayar retribusi masing- masing, dan membayar seluruh retribusi terhutang masing-

masing. Efektivitas yang tinggi akan tampak juga hasil dari penerimaan retribusi daerah berkisar di atas 60% dari seluruh potensinya, Devas CN (1989). Semakin besar nilai efektivitasnya menggambarkan semakin baiknya administrasi dan sistem pungutan retribusi. Rumus efektivitas menggunakan formula perhitungan menurut Devas CN (1989), efektivitas dihitung dengan rumus :

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Retribusi Pasar}}{\text{Potensi Retribusi Pasar}} \times 100\%$$

3.5.2 Analisis SWOT Kinerja Penerimaan Retribusi Pasar

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang dan Ancaman dengan faktor internal Kekuatan dan kelemahan (Freddy Rangkuti, 1997).

3.5.2.1 Penjelasan Matriks IFE dan EFE

1. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Matriks IFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal Dinas Pasar Kabupaten Sleman yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang

dianggap penting. Data informasi aspek internal Dinas Pasar Kabupaten Sleman dapat digali dari beberapa fungsional kegiatan usaha, misalnya dari aspek manajemen, keuangan,SDM, pemasaran, sistem informasi, dan aspek operasi.

Tahapan Kerja

Pada prinsipnya tahapan kerja matriks IFE sama dengan matriks EFE.

- a. Membuat daftar *critical success factor* untuk aspek internal yang mencakup perihal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).
- b. Menentukan bobot (*weight*) dari *critical success factor* tadi dengan skala yang lebih tinggi bagi prestasi tinggi dan begitu pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0. Nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan rata-rata kondisi pasar yang bersangkutan. Nilai bobot adalah:
 - 0,20 atau 20% : Kuat atau tinggi
 - 0,15 atau 15% : Diatas rata-rata
 - 0,10 atau 10% : Rata-rata
 - 0,05 atau 5% : Dibawah rata-rata
- c. Menentukan rating setiap *critical success factor* antara 1 sampai 4, dimana:
 - 1 = sangat lemah,
 - 2 = tidak begitu lemah,
 - 3 = cukup kuat,
 - 4 = sangat kuat.

Jadi, rating mengacu pada kondisi Dinas Pasar Kabupaten Sleman, sedangkan bobot mengacu pada masing-masing pasar dimana berada.

- d. Mengalikan nilai bobot dengan nilai ratingnya dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya.

Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total Dinas Pasar Kabupaten Sleman yang dinilai. Nilai rata-rata 2,5. Jika nilai dibawah 2,5 menandakan secara internal, Dinas Pasar Kabupaten Sleman adalah lemah, sedangkan nilai diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Sedangkan untuk pembobotan efektivitas penerimaan retribusi pasar adalah sebagai berikut:

0,20 atau 20% : Sangat efektif.

0,15 atau 15% : Cukup efektif.

0,10 atau 10% : Kurang efektif.

0,05 atau 5% : Sangat tidak efektif.

Untuk pemberian rating pada penerimaan retribusi adalah sebagai berikut:

1 = sangat lemah,

2 = tidak begitu lemah,

3 = cukup kuat,

4 = sangat kuat.

2. Matriks External Factor Evaluation (EFE)

Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisa hal-hal menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan politik, pemerintahan, hukum,

teknologi. Hal ini penting karena faktor eksternal berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan usaha.

Tahapan Kerja

- a. Membuat daftar *critical success factor* (faktor-faktor yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan usaha) untuk aspek eksternal yang mencakup perihal *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman).
- b. Menentukan bobot (*weight*) dari *critical success factor* tadi dengan skala yang lebih tinggi bagi prestasi tinggi dan begitu pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0. Nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan rata-rata kondisi pasar yang bersangkutan.
- c. Menentukan rating setiap *critical success factor* antara 1 sampai 4, dimana:
 - 1 = di bawah rata-rata.
 - 2 = rata-rata.
 - 3 = di atas rata-rata.
 - 4 = sangat bagus.
- d. Rating ditentukan berdasarkan efektifitas strategi Dinas Pasar Kabupaten Sleman
- e. Mengkalikan nilai bobot dengan nilai ratingnya untuk mendapatkan skor semua *critical success factor*.

f. Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total Dinas Pasar Kabupaten Sleman yang dinilai. Skor total 4,0 mengindikasikan bahwa stake holder merespon dengan cara yang luar biasa terhadap peluang-peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman. Sementara itu, total skor sebesar 1,0 menunjukkan stake holder tidak dapat memanfaatkan peluang yang ada atau tidak dapat menghindari ancaman-ancaman eksternal.

3.5.2.2 Matriks TOWS / SWOT

Matriks Threats-Opportunity-Weaknesses-Strengths (SWOT) merupakan *matching tool* yang penting untuk membantu para Kepala Dinas Pasar Kabupaten Sleman untuk mengembangkan empat tipe strategi. Keempat tipe strategi yang dimaksud adalah:

- Strategi SO (Strength-Opportunity)
- Strategi WO (Weaknesses-Opportunity)
- Strategi ST (Strength-Threats)
- Strategi WT (Weaknesses-Threats)

Pada matriks SWOT menentukan *key success factors* untuk lingkungan eksternal dan internal merupakan bagian yang sulit sehingga dibutuhkan judgement yang baik. Sementara itu, tidak ada satupun *matching tool* yang dianggap paling baik.

- Strategi SO (Strength-Opportunity)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar Dinas Pasar Kabupaten Sleman. Jika Dinas Pasar Kabupaten Sleman memiliki banyak kelemahan, mau tidak mau harus mengatasi kelemahannya agar menjadi kuat. Sedangkan jika banyak menghadapi banyak ancaman maka harus berusaha menghindarinya dan berusaha berkonsentrasi pada peluang-peluang yang ada.

- Strategi WO (*Weaknesses-Opportunity*)

Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal Dinas Pasar Kabupaten Sleman dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.

- Strategi ST (*Strength-Threats*)

Melalui strategi ini diharapkan dapat menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal.

- Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi ini merupakan taktik bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman.

Kerangka Kerja

Matriks TOWS terdiri dari sembilan sel. Ada empat sel untuk *key success factors*, empat sel untuk strategi dan satu sel yang selalu kosong (terletak disebelah kiri atas). Keempat sel strategi berlabelkan SO, WO, ST, dan WT yang

dikembangkan melalui *key success factors* pada label yang berlabelkan S, W, O, dan T.

Secara lebih jelas, berikut ini adalah delapan tahap bagaimana penentuan strategi dibangun melalui matriks TOWS / SWOT. Tahapan yang dimaksud adalah :

1. Membuat daftar peluang eksternal.
2. Membuat daftar ancaman eksternal.
3. Membuat daftar kekuatan kunci internal.
4. Membuat daftar kelemahan kunci internal.
5. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang- peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi SO.
6. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WO.
7. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman- ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi ST.
8. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WT.

Tabel 3.3
Matriks SWOT

<p>IFE →</p> <p>↓ EFE</p>		S-(Strength)			W-(Weaknesses)		
		1	2	3	1	2	3
		Catatlah kekuatan-kekuatan internal			Catatlah kekuatan-kekuatan internal		
		4	5		4	5	
O-(Opportunity)		Strategi SO			Strategi WO		
1		1			1		
2		2			2		
3		3			3		
Catatlah peluang-peluang eksternal yang ada		Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada			Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada		
4		4			4		
5		5			5		
T-(Threats)		Strategi ST			Strategi WT		
1		1			1		
2		2			2		
3		3			3		
Catatlah Ancaman-ancaman eksternal yang ada		Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman			Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman		
4		4			4		
5		5			5		

Sumber: Husein Umar, 2001

3.5.2.3 Matriks Internal-Eksternal (IE)

IE matriks bermanfaat memposisikan suatu SBU (Sentral Bisnis Unit) kedalam matriks yang terdiri dari 9 sel.

Tabel 3.4
Matriks Internal-Eksternal

	Kuat	Rata-rata	Lemah	
	3,0-4,0	2,0-2,99	1,0-1,99	
4,0	I	II	III	Tinggi (3,0-4,0)
3,0	IV	V	VI	Sedang (2,0-2,99)
2,0	VII	VIII	IX	Rendah (1,0-1,99)
1,0				

Sumber : Arjanggi Wisnu, 2011

↓
Hold and Maintain

↓
Horvest or Divest

IE matriks terdiri dari dua dimensi yaitu total skor dari matriks IFE pada sumbu X dan total skor dari EFE pada sumbu Y. Pada sumbu X dari matriks IE, skornya ada tiga, yaitu: 1,0-1,99 menyatakan posisi internal adalah lemah, skor 2,00- 2,99 posisinya adalah rata-rata, dan skor 3,0-4,0 adalah kuat. Dengan cara yang sama, pada sumbu Y yang dipakai untuk matriks EFE, skor 1,0-1,99 adalah rendah, skor 2,0-2,99 adalah sedang, dan skor 3,0-4,0 adalah tinggi.

Matriks IE memiliki tiga implikasi strategi yang berbeda, yaitu:

1. SBU yang berada pada sel I, II, dan IV dapat digambarkan sebagai Grow dan Build. Strategi-strategi yang cocok bagi SBU ini adalah Strategi Intensif seperti *Market Penetration*, *Market Development*, dan *Product Development* atau strategi terintegrasi seperti *Backward Integration*, *Forward Integration* dan *Horizontal Integration*.
2. SBU yang berada pada sel III, V, dan VII paling baik dikendalikan dengan strategi-strategi Hold dan Maintain. Strategi-strategi yang cocok bagi SBU ini adalah *Market Penetration* dan *Product Development*.
3. SBU yang berada pada sel VI, VIII, dan IX dapat menggunakan strategi *Harvest* atau *Divestiture*.