

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor terpenting bagi setiap manusia di dunia ini, pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup suatu usaha. Kemampuan suatu usaha untuk membiayai semua kegiatan yang mendukung berkelanjutan suatu usaha sangat berpengaruh dengan seberapa besar pendapatan usaha tersebut diperoleh.

Pendapatan merupakan uang bagi sejumlah pelaku usaha yang telah diterima oleh suatu usaha dari pembeli sebagai hasil dari proses penjualan barang ataupun jasa. Pendapatan atau dapat disebut dengan keuntungan ekonomi merupakan pendapatan total yang diperoleh pemilik usaha setelah dikurangi biaya produksi (Sukirno, 2005:37). Pendapatan dapat juga disebut dengan *income* dari seseorang yang diperoleh dari hasil transaksi jual-beli dan pendapatan diperoleh apabila terjadi transaksi antara pedagang dengan pembeli dalam suatu kesepakatan harga bersama.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang

Didalam suatu usaha, selalu diikuti dengan pendapatan yang akan diperoleh. Sehingga faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap pendapatan pedagang adalah :

a. Modal Awal

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah pendapatan. Modal terdiri dari uang atau barang yang bersama faktor produksi tanah dan tenaga kerja yang menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru. Modal merupakan faktor produksi yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan, namun bukan merupakan faktor satu-satunya yang dapat meningkatkan pendapatan (Suparmoko, 1986 dalam Firdausa, 2012). Didalam usaha, modal memiliki hubungan yang sangat kuat dengan berhasil tidaknya suatu usaha yang telah didirikan. Modal dapat di bagi menjadi :

1. Modal Tetap

Modal tetap adalah modal yang memberikan jasa untuk proses produksi dan tidak terpengaruh oleh besar kecilnya jumlah produksi.

2. Modal Lancar

Modal lancar adalah modal yang hanya memberikan jasa sekali saja dalam proses produksi, bisa dalam bentuk bahan baku dan kebutuhan lainnya sebagai penunjang usaha tersebut.

Modal merupakan nyawa dalam berbisnis tanpa modal bisnispun sangat susah untuk maju dan berkembang lebih pesat lagi. Inilah yang

menjadi permasalahan bagi para pedagang dengan modal awal sangat minim sangat bisa dipastikan bila usahanya akan susah berkembang berbeda dengan usaha yang memiliki modal awal sangat besar pasti usahanya sangat cepat berkembang karena modal sangat mempengaruhi pendapatan pedagang.

Modal dapat diperoleh melalui berbagai cara seperti dengan

1) Modal sendiri

Menurut Mardiyatmo (2008) mengatakan bahwa modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal itu sendiri diperoleh dari hasil menabung, sumbangan, hibah ataupun warisan.

Kelebihan menggunakan modal sendiri adalah :

- a. Tidak ada tanggungan membayar bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban dalam berdagang.
- b. Tidak bergantung pada pihak manapun artinya perolehan dana diperoleh dari setoran pemilik modal.
- c. Tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan memakan waktu yang relative lama.
- d. Tidak ada tanggung jawab harus mengembalikan modal.

2) Modal Asing

Modal asing merupakan modal pinjaman yang diperoleh dari pihak luar perusahaan. Keuntungan dari modal asing ini kita akan mendapatkan modal pinjaman dalam jumlah banyak, dan

dengan menggunakan modal pinjaman biasanya timbul motivasi dari pihak manajemen untuk mengerjakan usaha dengan sungguh-sungguh agar usahanya tidak mengalami kebangkrutan dan dapat bertanggung jawab mengembalikan uang yang sudah dipinjam.

Dana asing dapat diperoleh dengan :

- a) Pinjaman dari perbankan, baik dari bank konvensional maupun bank syariah. Ataupun bank swasta maupun pemerintah atau bank asing.
- b) Pinjaman dari lembaga keuangan seperti pegadaian, modal venture, asuransi dan lain- lain.
- c) Pinjaman dari perusahaan non keuangan

Peminjaman perusahaan non perbankan memiliki kelebihan yaitu jumlahnya tidak terbatas artinya perusahaan dapat mengajukan modal pinjaman ke berbagai sumber. Motivasi usaha tinggi karena kebalikan dari menggunakan modal sendiri.

3) Modal Patungan

Modal patungan merupakan modal yang didapat dengan cara membagi modal yang diperlukan kepada orang yang mau bekerjasama dengan cara mengabung modal sendiri dengan modal satu orang teman atau beberapa orang.

Pada umumnya sumber pemodal dalam usaha kecil berasal dari :

(Buchari, 2006: 112)

1. Uang tabungan sendiri
2. Dari teman atau relasi
3. Pinjaman barang dagangan
4. Kredit bank
5. Laba yang diperoleh

b. Lama Usaha

Lama usaha menimbulkan suatu pengalaman berusaha, pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Poniwati, 2008). Seseorang yang bekerja lebih lama akan memiliki strategi khusus ataupun cara tersendiri dalam berdagang karena memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam menekuni usahanya.

Lama usaha merupakan ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas suatu pekerjaan dan melaksanakannya dengan baik. Lamanya seorang pelaku usaha menekuni bidang usahanya akan memberi pengaruh terhadap kemampuan profesionalnya. Semakin lama seseorang menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Ketrampilan dalam berdagang yang semakin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang dijaring. Semakin lama usaha seseorang dalam membuka usaha maka semakin terampil melakukan

pekerjaan dan semakin sempurna pola berpikir dan sikap dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu lama usaha yang dijalani seseorang akan meningkatkan kemampuan dalam melaksanakan usaha tersebut sehingga akan dapat meningkatkan produktivitas usaha tersebut.

c. Jam Kerja

Jam kerja merupakan jangka waktu yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha. Yang dimaksud jam kerja didalam penelitian ini adalah waktu yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional dalam menjajarkan barang dagangannya setiap harinya. Jam kerja tergantung pada jenis dagangan yang dijual belikan, kecepatan habis terjual suatu barang dagangan, cuaca dan lainnya yang mempengaruhi jam kerja pedagang.

Jones G dan Bondan Supratilah membagi lama jam kerja seseorang dalam satu minggu menjadi tiga kategori yakni : (Ananta dan Hatmaji, 1985 : 75)

- 1) Seseorang yang bekerja kurang dari 35 jam perminggu, maka dia dikategorikan bekerja dibawah jam normal.
- 2) Seseorang yang bekerja antara 35 sampai 44 jam perminggu, maka dikategorikan bekerja pada jam kerja normal.
- 3) Seseorang yang bekerja diatas 45 jam perminggu maka ia dikategorikan bekerja dengan jam kerja panjang.

Jam kerja erat kaitannya dengan pendapatan seseorang, pada pedagang sektor informal ditentukan dengan kualitas barang atau jasa dagangan yang terjual. Hubungan jam kerja dengan pendapatan juga didasari oleh teori alokasi waktu kerja didasarkan pada teori *utilitas* yaitu bekerja atau tidak bekerja untuk menikmati waktu luangnya. Bekerja berarti akan menghasilkan upah yang selanjutnya akan meningkatkan pendapatan. Dalam pendekatan mikro, tingkat upah memiliki peran langsung dengan jam kerja yang ditawarkan, pada kebanyakan pekerja, upah merupakan suatu motivasi dasar yang mendorong seseorang untuk bekerja, sehingga hubungan antara upah dengan jam kerja adalah positif, dimana pada saat jam kerja yang ditawarkan semakin tinggi, maka upah yang diterima juga semakin tinggi.

d. Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat meningkatkan pendapatan (Citra,2013). Jenis kelamin didalam usaha berkaitan dengan ketahanan fisik, komunikasi. Laki-laki yang telah menikah produktifitasnya terhadap suatu pekerjaan lebih meningkat sementara perempuan yang telah menikah kebanyakan sebagian waktunya dicurahkan untuk mengurus keluarganya dirumah.

Jenis kelamin dalam usaha juga berkaitan dengan kelincahan dalam menawarkan maupun berkomunikasi kepada konsumen laki-laki

cenderung pasif dari pada perempuan dalam berkomunikasi dengan konsumen.

3. Sektor Informal

Didalam negara berkembang dualisme wilayah perdesaan dengan perkotaan yang terdapat di Indonesia telah memiliki dampak munculnya sektor formal dan sektor informal dalam proses kegiatan perekonomian suatu negara. Sektor informal menjadi perhatian pemerintah karena sektor informal dianggap sebagai salah satu alternatif yang sangat penting didalam memecahkan suatu masalah ekonomi seperti pada sektor ketenagakerjaan dan kemiskinan yang melanda kebanyakan negara berkembang seperti Indonesia. Saat ini sektor informal mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, hal ini terjadi karena menurunnya kemampuan sektor formal dalam penyerapan tenaga kerja yang semakin meningkat. Bertambah tahun semakin meningkatnya jumlah angkatan kerja di Indonesia dan disertai dengan bertambahnya jumlah kesempatan kerja sehingga akan menyebabkan jumlah pengangguran bertambah.

Sektor informal merupakan usaha berskala kecil yang memiliki tujuan pokok memperoleh pendapatan bagi dirisendiri dan dapat menciptakan peluang kerja bagi yang membutuhkan. Para pekerja yang menciptakan lapangan pekerjaan disektor informal biasanya berpendidikan rendah dan memiliki modal yang terbatas, pada umumnya mereka yang berada disektor informal tidak memiliki ketrampilan khusus

sehingga produktifitas dan pendapatannya cenderung lebih rendah daripada mereka yang bekerja disektor formal.

Sektor informal dalam bidang perdagangan yang bersifat kompleks ini keterbalikan dari sektor formal yang menggunakan teknologi maju, bersifat padat modal, dan mendapat perlindungan dari pemerintah, sedangkan sektor informal lebih banyak ditangani oleh masyarakat golongan menengah kebawah dan umumnya berupa usaha berskala kecil dengan modal dan ruang lingkup yang terbatas, dan pengembangan yang terbatas (Harsiwi, 2002 :2). Namun meskipun demikian sektor informal sangat membantu perekonomian suatu negara yaitu dapat menurunkan angka pengangguran, kemiskinan dan juga menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat golongan menengah kebawah dengan harga yang relatif murah.

Menurut *Commite For Economic Development*, sektor informal memiliki ciri-ciri :

- 1) Memiliki manajemen yang dilakukan secara bebas dan biasanya pemilik langsung menjadi manajer.
- 2) Daerah operasionalnya bersifat lokal dan sipemilik bertempat tinggal tidak jauh dari lokasi usaha.
- 3) Modal berasal dari diri sendiri maupun kelompok usaha.
- 4) Dalam hal usaha industri ukuran besar dan kecil itu sangat relatif.

Menurut Todaro sektor informal pada umumnya ditandai oleh beberapa karakteristik khas sebagai berikut (2000 :351) :

- 1) Berskala kecil
- 2) Sangat bervariasinya bidang kegiatan produksi barang dan jasa
- 3) Unit produksinya dimiliki secara perorangan keluarga
- 4) Teknologi yang terbatas
- 5) Banyak menggunakan tenaga kerja (padat karya)

Ciri-ciri sektor informal memiliki modal yang kecil yang berasal dari diri sendiri ataupun kelompok usahanya, teknologi yang digunakan sederhana atau seadanya saja, memiliki karyawan yang merupakan keluarga atau saudara sendiri dan memiliki bidang usaha yang bervariasi dan mudah untuk keluar masuk usaha.

Tabel 2.1

Perbedaan Karakteristik Sektor Informal dan Sektor Formal

No	Sektor Informal	Sektor Formal
1	Mudah untuk dimasuki	Sulit untuk dimasuki
2	Bersandar pada sumber daya lokal	Sering bergantung pada sumber daya luar negeri
3	Usaha milik sendiri	Pemiliknya patungan
4	Operasinya dalam skala kecil	Operasi berskala luas
5	Padat karya dan teknologinya bersifat adaptif	Padat modal dan seringkali menggunakan teknologi import
6	Ketrampilan dapat diperoleh diluar sekolah formal	Mebutuhkan ketrampilan yang berasal dari sekolah formal bahkan sering kali berasal dari luar negeri
7	Tidak terkena langsung oleh regulasi dan pasarnya bersifat kompetitif	Pasar diproteksi (melalui tarif, kuota dan tarif dagang)

Sumber : Laporan ILO 1976

4. Pasar dan Pasar Tradisional

Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar memiliki arti yang luas, pasar bukan hanya tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk bertransaksi jual beli. Pengertian pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa (Hanafie, 2010:176).

Dalam kamus Ekonomi & Bisnis “pasar merupakan tempat terjadinya penawaran dan permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang-barangnya dengan uang dan pembeli yang ingin menukarkan uangnya dengan barang ataupun jasa” (Hadi dan Hastuti, 2011: 364-365).

Menurut teori makro ekonomi (Ensiklopedia Ekonomi Bisnis dan Manajemen, 1992:44), pasar adalah wujud abstrak dari mekanisme ketika pihak pembeli dan penjual saling bertransaksi. Pasar dapat berupa tempat konkrit ataupun terpusat seperti pasar obligasi, saham atau pasar sayur yang gedung atau tempatnya khusus dan mudah dilihat.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar, terdapat penjelasan mengenai definisi pasar, pasar tradisional dan pasar modern/toko modern. Penjelasan tersebut tertera pada pasal, sebagai berikut :

- 1) Pasal 1 Ayat 1 : Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat

perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

- 2) Pasal 1 Ayat 2 : Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.
- 3) Pasal 1 Ayat 5 : Toko Modern (Pasar Modern) adalah toko dengan system pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, departemen store, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

Dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 juga mengatur tentang pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern yang harus memperhitungkan kondisi social ekonomi masyarakat, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan dan keberadaan pasar tradisional. Walaupun tidak tertulis dengan jelas peraturan zonasi yang memisahkan antara pasar tradisional dengan pasar modern , hal ini dikarenakan peraturan zonasi pendirian pasar tradisional dan pasar modern diserahkan pada rencana tata ruang pemerintah daerah ataupun pemerintah kota.

Pasar tradisional merupakan soko guru perekonomian nasional di Indonesia yang memberdayakan dan mensejahterakan rakyat secara keseluruhan (Djojohadikusumo, 1981 : 56 dalam Jati, 2012). Pasar tradisional yang kerap kali diidentifikasi sebagai kekuatan ekonomi kerakyatan merupakan bentuk dwitunggal antara pasar tradisional dengan rakyat timbulnya pasar tradisional tidak lepas dari kebutuhan ekonomi masyarakat setempat. Kelebihan produksi setelah kebutuhan sendiri terpenuhi memerlukan tempat pengaliran yang dijual (Nastiti, 2003 : 23 dalam Jati, 2012). Perlunya untuk memenuhi kebutuhan pokok sehingga perlu adanya tempat praktis untuk mendapatkan barang-barang baik dengan menukar ataupun membeli, adanya kebutuhan inilah sehingga muncul tempat dagang bernama pasar.

Lahirnya pasar tradisional di Indonesia membawa model ekonomi dan model sosial. Dalam konteks pasar tradisional di Indonesia mengajarkan bahwa kegiatan bertransaksi ekonomi tidaklah selalu memikirkan profit semata namun juga membangun hubungan kekeluargaan dan persaudaraan.

Didalam pasar tradisional harga barang sangat bersahabat, pembeli dapat menawar sendiri harganya, sehingga konsep perdagangan dipasar tradisional tidak bisa dibandingkan dengan sistem perdagangan di pasar moderen seperti di swalayan ataupun mall kebanyakan. Pola perdagangan di pasar tradisional sendiri pada dasarnya hanya intermezzo

saja, artinya memutar roda ekonominya sebatas kegiatan selingan untuk mengisi waktu (Nugroho, 2011 : 58 dalam Jati 2012).

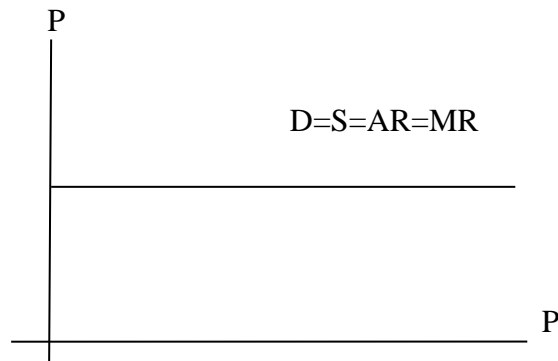
Dilihat dari strukturnya, bentuk pasar dibedakan menjadi dua macam yaitu :

1. Pasar Persaingan Sempurna (*Perfect Competition Market*)

Merupakan pasar dengan kondisi penjual dan pembeli yang banyak dan produk yang dijual bersifat homogen, sehingga penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga jual beli. Pasar persaingan sempurna memiliki ciri yaitu produk bersifat homogen, penjual dan pembeli memiliki pengetahuan yang sempurna, produsen mudah masuk dan keluar pasar, dan harga murni hasil penawaran dan permintaan (*Supply and Demand*). Contoh pasar persaingan sempurna di Indonesia itu seperti pasar tradisional yang menjual bahan pangan.

Pada sistem harga paasar persaingan sempurna, dijelaskan bahwa produsen dan konsumen tidak sapat mempengaruhi harga. Harga pada pasar persaingan sempurna cenderung stabil, sehingga bentuk kurva permintaan dan penawaran padapasar persaingan sempurna berupa garis lurus mendatar sejajar dengan sumbu jumlah barang (OQ). Berapapun jumlah barang yang dibeli atau yang ditawarkan tidak akan menaikkan atau menurunkan harga barang. Sehingga kurva tersebut merupakan kurva pendapatan rata-rata AR

(*Average Revenue*) dan pendapatan marginal atau MR (*Marginal Revenue*).



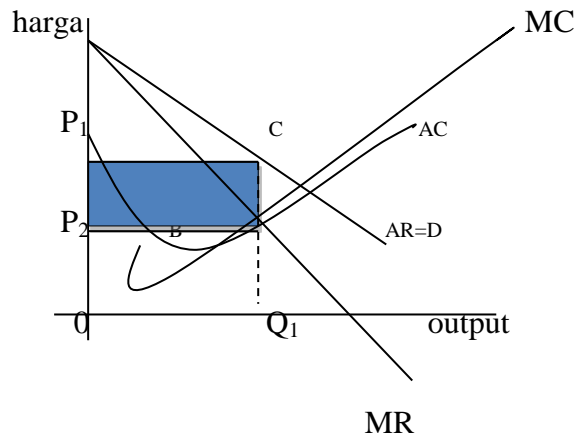
Gambar 2.1.

Kurva permintaan dan penawaran pasar persaingan sempurna

2. Pasar Persangan Tidak Sempurna (*Imperfect Competition Market*)

Merupakan pasar yang tidak terorganisasi secara sempurna, pasar persaingan tidak sempurna terdiri dari pasar monopoli, oligopoli, dan pasar persaingan monopolistik.

Pasar monopoli merupakan suatu keadaan pasar dimana hanya ada satu kekuatan atau satu penjual yang dapat menguasai seluruh penawaran, sehingga tidak ada pihak lain yang menyaingi. Contoh : perusahaan negara dan perusahaan minyak bumi serta gas alam. Pada pasar monopoli keuntungan maksimum dapat digambarkan sebagai berikut :



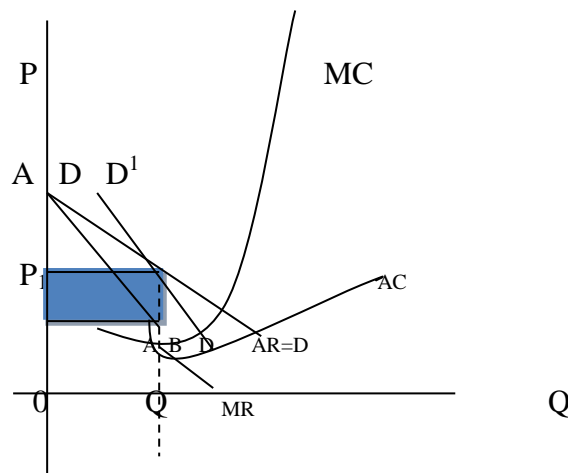
Gambar 2.2.

Kurva keuntungan maksimum pada pasar monopoli

Dari grafik keuntungan maksimum dapat diperoleh bahwa harga pembentuk saat kurva MC memotong kurva MR, harga pasar setinggi OP_1 , kurva MC selalu memotong kurva AC pada titik yang terendah sehingga besarnya penerimaan total ($TR = OP_1CQ_1$) sedangkan biaya total ($TC = OP_2BQ_1$) sehingga akan diperoleh keuntungan sebesar P_1P_2BC .

Pasar oligopoli merupakan keadaan pasar dimana terdapat beberapa produsen atau penjual menguasai penawaran, baik secara independen maupun secara diam-diam bekerja sama. Contoh pasar oligopoly adalah perusahaan industri mobil atau motor, industri baja dan industri rokok. Seorang ahli ekonomi P.Sweezy memperkenalkan kurva permintaan patah (*Kinked Demand*). Menurutnya kurva permintaan yang dihadapi oleh perusahaan

oligopoli patah pada satu titik harga tertentu untuk mencerminkan perilaku produsen oligopoli.



Gambar 2.3.

Kurva permintaan patah (*kinked demand*)

Kurva Keuntungan pada Pasar Monopoli

Dari teori kurva permintaan patah diatas dapat disimpulkan bahwa industry telah dewasa, baik dengan difrensiasi produk maupun tanpa difrensiasi produk, jika suatu perusahaan menurunkan harga maka perusahaan lain akan mengikuti dan menandingi penurunan harga tersebut, dan jika perusahaan menaikkan harga maka perusahaan lainnya dalam industri tidak akan mengikutinya.

Pasar monopolistic merupakan pasar yang terjadi bila dalam suatu pasar terdapat banyak produsen namun ada perbedaan produk diantara produk yang dihasilkan oleh masing-masing

produsen, sehingga pada dasarnya pasar persaingan monopolistic sama dengan model pasar persaingan sempurna hanya saja dalam pasar monoposlistik diperkenalkan adanya perbedaan produk. Contoh dari pasar persaingan monopolistik adalah seperti rumah makan, tukang cukur dan perusahaan angkutan.

B. Penelitian yang Relevan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang pernah mengkaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang.

Adapun penelitian- penelitian tersebut adalah :

1. Menurut penelitian Artaman (2015), dalam penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Di Kabupaten Gianyar”. Dalam penelitian ini menguji lima variabel independen yaitu modal usaha, lama usaha, jam kerja, parkir, dan lokasi dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu pendapatan pedagang pasar tradisional. Populasi yang diambil didalam penelitian ini adalah pedagang pasar tradisional. Sampel yang digunakan didalam penelitian ini adalah sebanyak 89 responden dengan metode slovin. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini adalah modal usaha, lama usaha dan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang Pasar Seni Sukawati, sedangkan variabel jam kerja dan

parkir tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang pasar seni sukowati.

2. Menurut penelitian Nabela (2016) dalam penelitian yang berjudul “Studi Eksplorasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Di Pasar Tumenggungan Kabupaten Kebumen”. Dalam penelitian ini terdapat enam variabel independen yaitu modal, lama usaha, lokasi usaha, tingkat pendidikan, produk yang dijual berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu pendapatan pedagang pasar tumenggungan. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis crosstab (tabel silang). Hasil penelitian ini adalah modal dan lokasi usaha mempengaruhi besarnya pendapatan sedangkan lama usaha, jam kerja, tingkat pendidikan dan produk yang dijual tidak mempengaruhi besarnya pendapatan pedagang .
3. Menurut penelitian Damariyah (2015) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha Dan Jam Kerja, Lokasi Usaha dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Pedagang (studi kasus di pasar Desa Pandansari Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang)”. Dalam penelitian ini terdapat lima variabel independen yaitu modal awal, lama usaha, jam kerja lokasi dan tingkat pendidikan yang berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu pendapatan pedagang. Penelitian ini menggunakan alat analisis Regresi Linier Berganda yang mendapatkan hasil bahwa modal kerja berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang dan lama usaha,

lokasi, jam kerja dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang.

4. Menurut penelitian Damayanti (2011) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Gede Kota Surakarta” dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu modal, jam kerja dan jenis dagangan dan satu variabel dependen yaitu pendapatan pedagang di pasar gede kota Surakarta. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian ini variabel modal, jam kerja dan jenis dagangan berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar gede.
5. Menurut penelitian Chintya dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pendapatan Pedagang Di Pasar Jimbaran, Kelurahan Jimbaran”. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel independen yaitu modal kerja, jam kerja, lokasi usaha dan jenis produk yang dan satu variabel dependen yaitu pendapatan pedagang di pasar jimbaran. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis Regresi inier Berganda. Hasil dari penelitian ini adalah variabel jam kerja, modal kerja, lokasi dan jenis produk berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar jimbaran.
6. Menurut penelitian Singgih dalam penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan pada Usaha Mikro (Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Besuki Kabupaten

Situbondo)''dalam penelitian ini terdapat lima variabel yaitu pengalaman berdagang, jam kerja, jenis kelamin, status perkawinan, dan status usaha dengan variabel dependen yaitu pendapatan. Dalam penelitian ini analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, dan pengalaman berdagang, jenis kelamin, status perkawinan dan status usaha tidak berpengaruh.

C. Kerangka Pemikiran Teoritis

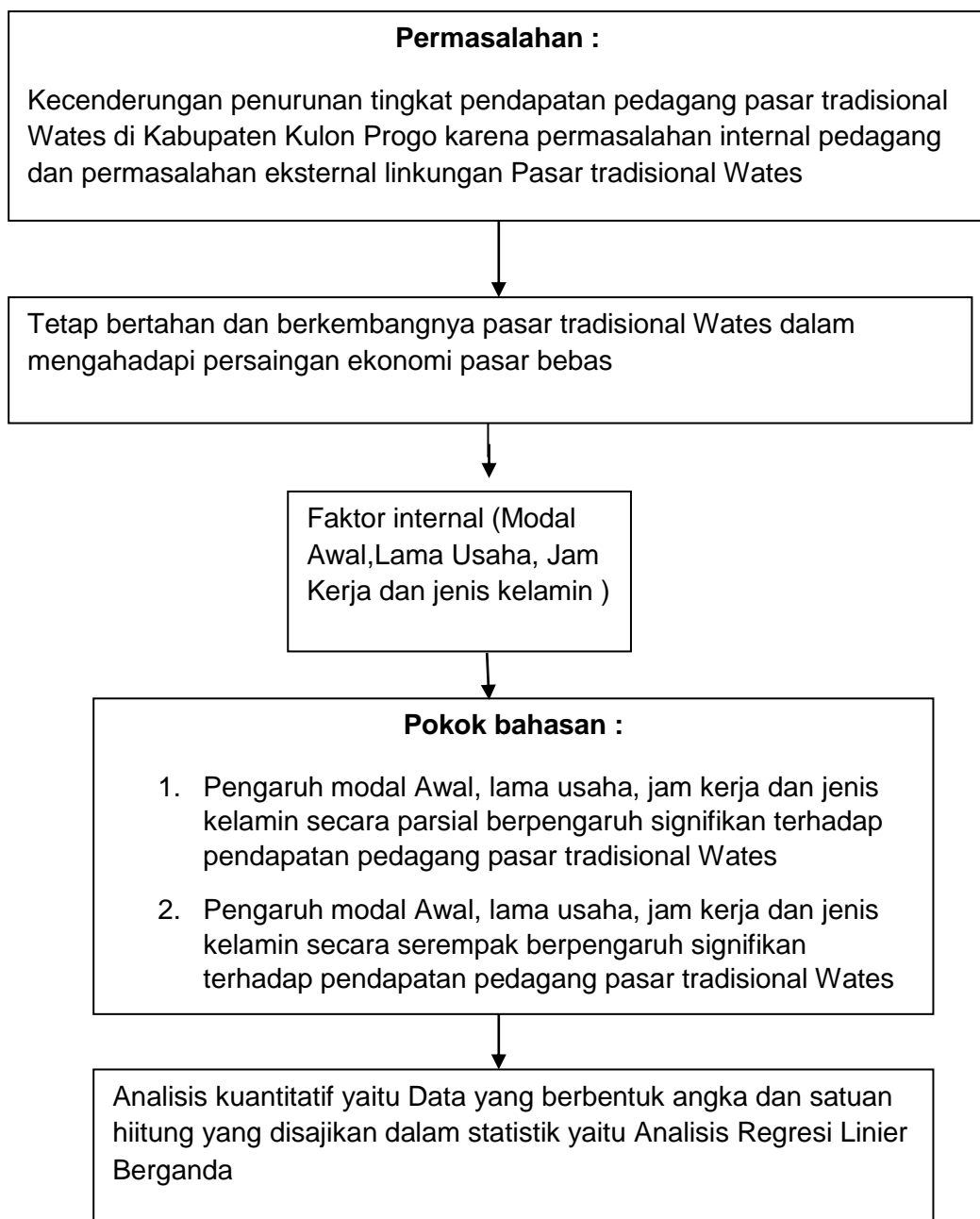
Pesatnya pembangunan pasar modern atau toko modern di Kabupaten Kulon Progo dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional Wates yang berdiri lebih lama dari pada pada modern yang saat ini semakin banyak. Pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang mendukung dan lengkap berbanding terbalik dengan pasar tradisional Wates yang masih berkuat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan untuk belanja. Pasar modern dan pasar tradisional bersaing dalam hal yang sama, hampir semua produk yang dijual dipasar tradisional seluruhnya dapat ditemui di pasar modern.

Akibat dari hal tersebut maka secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional Wates sebagai dampak berkembangnya pasar modern di kabupaten Kulon Progo yang di dukung dengan lokasi usaha yang berdekatan.

Pendapatan pedagang pasar tradisional Wates dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal dan internal dilapangan sehingga diperlukan suatu kajian yang matang untuk kedepannya dapat diantisipasi dalam rangka mendapatkan hasil yang terbaik. Berkaitan dengan hal tersebut kerangka pemikiran dalam penelitian ini disajikan pada tabel 2.2.

Tabel 2.2.

Kerangka Berpikir Penelitian



D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1: Modal awal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional.

H2: Lama Usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional.

H3: Jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional.

H4: Jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional

H5: Modal awal, lama usaha, jam kerja, jenis kelamin secara serempak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional.