

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Pendapatan

###### a. Definisi Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan (Sukirno, 2006). Rahardja dan Manurung (2001) mengemukakan pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu. Berdasarkan kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh masyarakat berdasarkan kinerjanya, baik pendapatan uang maupun bukan uang selama periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan.

Mankiw (2011) menyebutkan bahwa pendapatan dirumuskan sebagai hasil perkalian antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit. Apabila dirumuskan secara matematis maka hasilnya adalah:

$$TR = P \times Q$$

Dimana:

$TR = total\ revenue$

$P = price$

$Q = quantity$

Dengan demikian pendapatan penjual diperoleh dari seberapa banyak jumlah barang yang terjual dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang pasar adalah pendapatan yang diterima atas jumlah barang yang terjual dikalikan dengan harga per unit barang tersebut menurut jenis-jenis dagangannya.

b. Jenis-Jenis Pendapatan

Rahardja dan Manurung (2001) membagi pendapatan menjadi tiga bentuk, yaitu:

1) Pendapatan ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.

2) Pendapatan uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain sebagainya.

### 3) Pendapatan personal

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian, yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.

Menurut cara perolehannya, pendapatan dibedakan menjadi 2 (Tohar, 2003):

- 1) Pendapatan kotor, yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.
- 2) Pendapatan bersih, yaitu pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

#### c. Sumber-Sumber Pendapatan

Rahardja dan manurung (2001) menyebutkan bahwa terdapat tiga sumber pendapatan keluarga, yaitu:

##### 1) Gaji dan upah

Pendapatan dari gaji dan upah merupakan pendapatan sebagai balas jasa yang diterima seseorang atas kesediaannya menjadi tenaga kerja pada suatu organisasi.

##### 2) Asset produktif

Pendapatan dari asset produktif adalah pendapatan yang diterima oleh seseorang atas asset yang memberikan pemasukan sebagai balas jasa atas penggunaannya.

### 3) Pendapatan dari pemerintah

Pendapatan dari pemerintah merupakan penghasilan yang diperoleh seseorang bukan sebagai balas jasa atas input yang diberikan.

#### d. Tingkat Pendapatan

Ariyani dan Purwantini (2006) menyebutkan bahwa tingkat pendapatan seseorang digolongkan menjadi 4 golongan yaitu:

- 1) Golongan yang berpenghasilan rendah (*low income group*), yaitu pendapatan rata-rata Rp 150.000
- 2) Golongan yang berpenghasilan sedang (*moderate income group*), yaitu pendapatan rata-rata antara Rp. 150.000 – Rp 450.000 per bulan.
- 3) Golongan berpenghasilan menengah (*middle income group*), yaitu pendapatan rata-rata antara Rp 450.000 – 900.000
- 4) Golongan yang berpenghasilan tinggi (*high income group*), yaitu rata-rata pendapatan perbulan lebih dari Rp. 900.000

Tingkatan penghasilan menurut Badan Pusat Statistik tahun 2012 adalah:

- 1) Golongan atas, yaitu pendapatan rata-rata antara Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 per bulan.
- 2) Golongan menengah, yaitu pendapatan rata-rata antara Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000

- 3) Golongan bawah, yaitu pendapatan rata-rata kurang dari Rp 1.500.000 per bulan

e. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Swastha (2008) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan penjual, yaitu:

- 1) Kemampuan pedagang, yaitu mampu tidaknya seorang pedagang dalam mempengaruhi pembeli untuk membeli barang dagangannya dan mendapatkan penghasilan yang diharapkan.
- 2) Kondisi pasar. Kondisi pasar berhubungan dengan keadaan pasar, jenis pasar, kelompok pembeli di pasar tersebut, lokasi berdagang, frekuensi pembeli dan selera pembeli dalam pasar tersebut.
- 3) Modal. Setiap usaha memerlukan modal yang digunakan untuk operasional usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan, semakin banyak jumlah barang yang dijual maka keuntungan akan semakin tinggi. Apabila ingin meningkatkan jumlah barang yang dijual maka pedagang harus membeli barang dalam jumlah yang besar. Oleh karena itu diperlukan tambahan modal untuk membeli barang dagangan tersebut sehingga dapat meningkatkan pendapatan.
- 4) Kondisi organisasi usaha. Semakin besar usaha dagang akan memiliki frekuensi penjualan yang juga semakin tinggi, sehingga keuntungan akan semakin besar.

- 5) Faktor lain, misalnya periklanan dan kemasan produk yang dapat mempengaruhi pendapatan penjual.

Artaman (2015) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang antara lain:

1) Lama usaha

Lama usaha memegang peranan penting dalam usaha penjualan. Lama usaha berkaitan dengan banyak sedikitnya pengalaman yang diperoleh pedagang dalam berjualan. Semakin lama pedagang menjalani usahanya akan meningkatkan produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan. Selain itu, semakin lama usaha seseorang dalam berdagang akan meningkatkan pengetahuan pedagang mengenai selera atau minat pembeli dan menambah relasi bisnis serta pelanggan sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

2) Lokasi berdagang

Lokasi berdagang merupakan salah satu strategi dalam perdagangan. Lokasi berdagang yang saling berdekatan dengan pesaing, mendorong pedagang untuk melakukan strategi kompetisi.

3) Jam kerja

Jam kerja berkaitan dengan teori penawaran tenaga kerja, yaitu tentang kesediaan individu dalam bekerja dengan harapan akan

memperoleh pendapatan atau tidak bekerja dengan konsekuensi tidak memperoleh penghasilan yang seharusnya diperoleh.

Berdasarkan faktor-faktor di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan penjual pasar adalah kemampuan pedagang, kondisi pasar, modal usaha, kondisi organisasi, lama usaha, lokasi berdagang dan jam kerja.

## **2. Pedagang**

Sudirmansyah (2011) menyebutkan bahwa pedagang adalah orang yang melakukan usaha jualan, usaha kerajinan maupun usaha pertukangan kecil. Pedagang dikategorikan menjadi:

- a. Pedagang grosir, yaitu pedagang yang beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dengan pedagang eceran.
- b. Pedagang eceran, yaitu pedagang yang menjual produk secara langsung kepada konsumen.

Pedagang di pasar tradisional dibedakan menjadi dua yaitu:

- a. Pedagang kios, yaitu pedagang yang mempunyai dan menempati bangunan kios di pasar.
- b. Pedagang non kios, yaitu pedagang yang menempati tempat selain kios, seperti dalam los, luar los, dasaran dan palyon (Hentiani, 2011).

## **3. Pasar**

- a. Definisi Pasar

Sudirmansyah (2011) mendefinisikan pasar sebagai suatu tempat dimana orang-orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi

kebutuhan, uang untuk berbelanja dan kesediaan untuk membelanjakannya. Federico (2006) menyebutkan pasar sebagai tempat untuk memperoleh informasi mengenai produk dan mencari keuntungan secara efisien.

Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 menyebutkan pasar adalah tempat bertemunya penjual yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang/jasa dan pembeli yang mempunyai uang untuk membeli barang dengan harga tertentu. Pasar dapat terjadi dimana saja, yang penting memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- 1) Ada tempat untuk berdagang
- 2) Terdapat barang atau jasa untuk diperdagangkan
- 3) Terdapat pedagang
- 4) Terdapat pembeli
- 5) Adanya hubungan antara penjual dengan pembeli dalam suatu transaksi jual beli

#### b. Jenis-Jenis Pasar

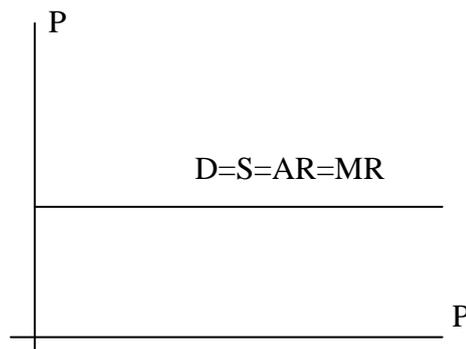
Bangun (2007) membagi pasar menurut strukturnya menjadi dua, yaitu:

- 1) Pasar persaingan sempurna (*perfect competition market*)

Pasar persaingan sempurna adalah pasar dengan kondisi penjual dan pembeli yang banyak dan produk yang dijual bersifat homogeny, sehingga penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga jual beli. Ciri-ciri pasar persaingan sempurna

adalah produk bersifat homogen, penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna, produsen mudah masuk dan keluar pasar dan harga murni hasil penawaran dan permintaan (*supply and demand*). Contoh pasar persaingan sempurna adalah pasar tradisional yang menjual bahan pangan.

Sistem harga di pasar persaingan sempurna tidak dipengaruhi oleh produsen dan konsumen. Harga di pasar persaingan sempurna cenderung stabil, sehingga bentuk kurva permintaan dan penawaran pada pasar 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*).



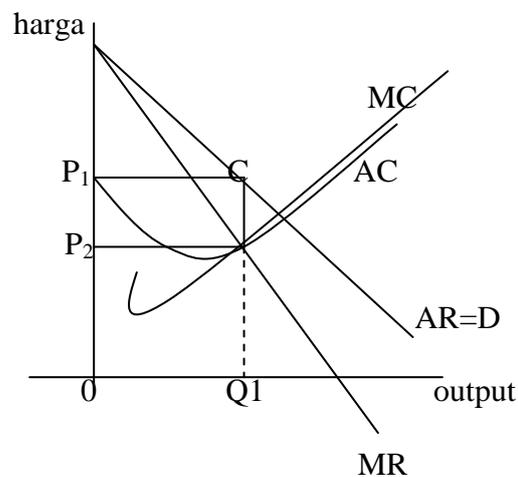
Gambar 2.1  
Kurva Permintaan dan Penawaran Pasar Persaingan Sempurna

## 2) Pasar persaingan tidak sempurna (*imperfect competition market*)

Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar yang tidak terorganisasi secara sempurna. Pasar persaingan tidak sempurna terdiri dari pasar monopoli, oligopoly dan pasar persaingan monopolistik.

Pasar monopoli adalah pasar dimana hanya ada satu pedagang yang menguasai seluruh penawaran, sehingga tidak ada pihak lain yang menyaingi. Contohnya perusahaan negara dan perusahaan minyak bumi serta gas alam.

Keuntungan maksimum pada pasar monopoli dapat digambar sebagai berikut:

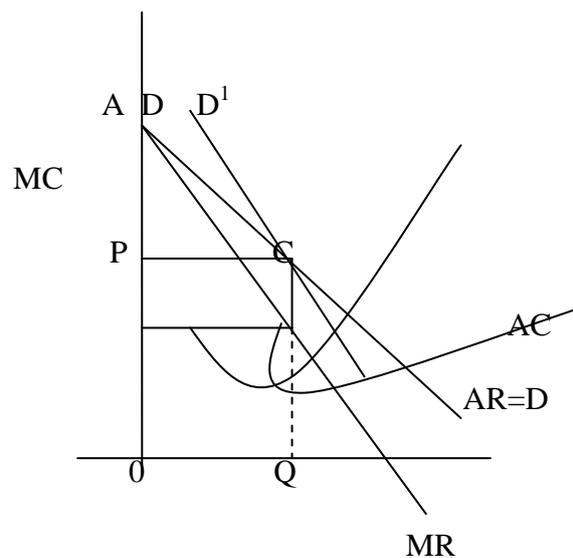


Gambar 2.2  
Kurva Keuntungan Maksimum pada Pasar Monopoli

Gambar di atas menunjukkan bahwa harga pembentuk saat kurva MV memotong kurva MR, harga pasar setinggi  $OP_1$ , kurva MC selalu 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 oligopoly merupakan keadaan pasar dimana terdapat beberapa penjual atau produsen yang menguasai penawaran, baik secara independen maupun secara diam-diam bekerja sama. Contohnya adalah industri mobil atau motor, industri baja dan industri rokok. Kurva permintaan pada bentuk pasar ini patah pada satu titik harga tertentu untuk mencerminkan perilaku produsen oligopoly.



Gambar 2.3  
Kurva Permintaan Patah  
Kurva Keuntungan pada Pasar Monopoli

Berdasarkan teori kurva permintaan patah di atas dapat disimpulkan bahwa industri telah dewasa, baik dengan diferensiasi produk maupun tanpa diferensiasi produk, apabila perusahaan

menurunkan harga maka perusahaan lain juga akan menurunkan harga dan menandingi penurunan harga tersebut. Sebaliknya, jika perusahaan menaikkan harga maka perusahaan lain dalam industri yang sama juga akan menaikkan harga.

Pasar monopolistik adalah pasar yang terjadi apabila dalam suatu pasar terdapat banyak produsen namun ada perbedaan produk diantara produk yang dihasilkan oleh masing-masing produsen, sehingga pada dasarnya pasar persaingan monopolistik sama dengan model pasar persaingan sempurna hanya saja dalam pasar monopolistik diperkenalkan adanya perbedaan produk. Contohnya adalah rumah makan, dan perusahaan angkutan.

Hentiani (2011) menyebutkan bahwa jenis pasar menurut transaksinya dibedakan menjadi dua, yaitu:

1) Pasar tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang didirikan dan dikelola oleh Pemerintah termasuk kerjasama dengan swasta. Kerjasama yang dimaksud dalam bentuk tempat usaha yang berbentuk toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang melalui proses jual beli barang dagangan dengan tawar menawar.

Pada umumnya, pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Pasar tradisional umumnya

mempunyai letak yang berdekatan dengan pemukiman penduduk. Pasar tradisional mempunyai sisi negatif yaitu keadaannya yang cenderung kotor dan kumuh sehingga banyak orang yang segan berbelanja di pasar tradisional (Artaman, 2015). Untuk menghilangkan kesan kotor dan kumuh diperlukan kerjasama antara pemerintah, pengelola dan masyarakat dalam mengelola kebersihan, sehingga pasar tradisional menjadi nyaman untuk proses transaksi jual beli barang dan jasa (Artaman, 2015).

## 2) Pasar modern

Pasar modern adalah pasar atau toko yang mempunyai sistem pembayaran secara mandiri, serta penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melakukan pelayanan secara mandiri (swalayan) atau terkadang dilayani oleh pramuniaga (Atun, 2016). Pada umumnya pasar modern menjual barang-barang kebutuhan pokok. Selain itu juga menjual barang-barang tahan lama seperti barang pecah belah, barang elektronik (Artaman, 2015). Pasar modern cenderung mempunyai kesan yang bersih, wangi, dan rapi, berbeda dengan kesan pasar tradisional. Pasar modern meliputi pasar swalayan, hypermarket, supermarket dan minimarket (Artaman, 2015).

Hentiani (2011) menyebutkan bahwa pasar terdiri dari berbagai jenis, yaitu:

1) Pasar menurut jenis barang

Jenis pasar ini hanya menjual satu jenis produk tertentu, misalnya pasar hewan, pasar sayur, pasar ikan dan daging, pasar loak dan pasar seni.

2) Pasar menurut bentuk kegiatannya

Menurut bentuk kegiatannya, pasar terbagi menjadi dua yaitu pasar nyata dan pasar tidak nyata. Pasar nyata adalah pasar dimana produk yang akan diperjualbelikan dapat dilihat dan dipegang secara langsung serta dapat dibeli oleh pembeli. Misalnya pasar tradisional dan pasar swalayan. Pasar tidak nyata (abstrak) adalah pasar dimana para pedagangnya tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak dibeli secara langsung, tetapi hanya melalui surat dagangnya saja. Misalnya pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.

3) Pasar menurut keleluasaan distribusi

Pasar jenis ini terbagi menjadi empat, yaitu pasar lokal, pasar daerah, pasar nasional dan pasar internasional.

c. Fungsi Pasar

Soeratno (2003) menyebutkan bahwa terdapat lima fungsi utama pasar, yaitu :

- 1) Pasar menentukan harga barang
- 2) Pasar dapat mengorganisasi produksi
- 3) Pasar mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.
- 4) Pasar melakukan penjatahan
- 5) Pasar menyediakan barang dan jasa untuk masa yang akan datang.

4. Tata Kelola Pasar Tradisional

a. Definisi Tata Kelola

Tata kelola atau pengelolaan merupakan sebuah yang meliputi pengelolaan uang, waktu, orang, sumber daya dan terutama pengelolaan informasi (Anderson, 2004). Nitisemito (2008) dalam Tambunan (2017), menyebutkan pengelolaan sebagai urutan pekerjaan yang melibatkan orang banyak dalam satu bagian atau lebih, dibuat untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi yang terjadi dalam suatu organisasi. Jadi, yang dimaksud dengan tata kelola pasar tradisional adalah mengatur dan menggerakkan pedagang pasar tradisional untuk menciptakan pasar yang nyaman, agar mampu bersaing dengan pasar modern.

b. Langkah-Langkah Pengelolaan Pasar Tradisional

Sutiyanto (2008) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kemajuan pasar tradisional, yaitu:

- 1) Lingkungan sosial sekitar pasar yang mulai mengalami perubahan.
- 2) Gaya hidup konsumen perkotaan yang berubah, dimana mereka menginginkan pelayanan yang lebih bukan hanya sebatas membeli barang.
- 3) Perubahan kompetisi, dimana pasar tradisional saat ini bukan lagi satu-satunya pusat perdagangan.
- 4) Globalisasi
- 5) Tantangan yang memberikan peluang dan usaha untuk maju

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, maka langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam mengelola pasar tradisional agar tetap menjadi pilihan konsumen adalah:

- 1) Pengelolaan pasar harus lebih professional
- 2) Merubah pola pikir pedagang
- 3) Mampu memenuhi keinginan konsumen dengan baik
- 4) Sarana dan prasarana yang nyaman, seperti tempat parkir yang luas, penerangan, sirkulasi udara, keamanan dan kebersihan
- 5) Memperbaiki citra pasar tradisional
- 6) Secara fisik, pasar tradisional harus mampu menarik konsumen untuk berbelanja

- 7) Harus mampu meningkatkan laba usaha yang berada di pasar tradisional
- 8) Kemampuan untuk memuaskan semua pihak yang terkait dengan pasar tradisional

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian Artaman (2015) yang meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar Seni Sukawati di kabupaten Gianyar. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha, lama usaha dan lokasi usaha mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang pasar, sedangkan jam kerja dan parkir tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel independen, subyek penelitian, dan teknik pengambilan sampel.

Penelitian Atun (2016) yang meneliti tentang pengaruh modal, lokasi dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang pasar prambanan kabupaten Sleman. Jenis penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto* bersifat asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, angket dan dokumentasi. Metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif modal, lokasi dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang

pasar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel independen, subyek penelitian, dan teknik pengumpulan data.

Penelitian Ma'arif (2013) yang meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar Bandarjo Ungaran kabupaten Semarang. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket. Teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal, lokasi berdagang, dan kondisi tempat berdagang secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Faktor yang paling dominan mempengaruhi pendapatan pedagang sayur adalah modal berdagang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel independen, dan subyek penelitian.

Firdausa dan Fitri (2013) yang meneliti tentang pengaruh modal awal, lama usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang kios di pasar Bintoro Demak. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dengan metode *random sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal usaha, lama usaha dan jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang baik secara simultan maupun parsial. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel independen dan subyek penelitian.

Hentiani (2011) yang meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang informal di pasar Sentral Medan. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode penelitian menggunakan Ordinary Least Squared (OLS) dengan menggunakan Eviews 5.1. Hasil analisis menunjukkan bahwa modal usaha dan jumlah tanggungan keluarga mempunyai pengaruh yang positif terhadap pendapatan pedagang, sedangkan pengalaman usaha dan jam kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen. Perbedaannya pada variabel independen, subyek penelitian, dan teknik analisis data.

### **C. Pengembangan Hipotesis**

#### **1. Pengaruh Modal Berdagang terhadap Pendapatan Pedagang**

Modal merupakan sesuatu yang sangat penting. Keberadaan modal dalam suatu usaha menjadi kunci pokok kelangsungan hidup dari usaha tersebut. Hal ini disebabkan karena besar kecilnya modal akan berdampak pada jumlah barang atau jasa yang diperdagangkan. Semakin besar modal yang digunakan maka akan semakin banyak jumlah barang atau produk yang dijual. Sebaliknya, semakin sedikit modal yang digunakan maka jumlah barang atau produk yang diperdagangkan juga sedikit. Dengan semakin banyaknya barang atau produk yang diperdagangkan akan meningkatkan pendapatan pedagang. Sebaliknya apabila modal yang digunakan sedikit, maka jumlah barang yang diperdagangkan juga sedikit yang pada akhirnya jumlah pendapatan yang diterima pedagang juga

sedikit. Dengan demikian semakin banyak modal yang dimiliki pedagang maka akan semakin besar juga pendapatan pedagang. Penelitian Artaman (2015) menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

Ha 1 : Modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang

## 2. Pengaruh Lokasi Berdagang terhadap Pendapatan Pedagang

Lokasi usaha menunjukkan tempat dimana pedagang menjual barang dagangannya di pasar, apakah dekat dengan pintu masuk pasar, atau jauh masuk ke dalam pasar. Selain itu, berkaitan dengan seberapa jauh lokasi berdagang dengan tempat parkir dan mudah tidaknya dijangkau oleh pembeli. Lokasi usaha pedagang di pasar yang strategis akan menentukan banyak sedikitnya jumlah keuntungan yang diterima pedagang. Semakin strategis lokasi berdagang maka pendapatan yang diterima pedagang akan semakin tinggi. Penelitian Artaman (2015) menunjukkan bahwa lokasi berdagang berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

Ha 2 : Lokasi berdagang berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang

## 3. Pengaruh Kondisi Tempat Berdagang terhadap Pendapatan Pedagang

Kondisi tempat berdagang berkaitan dengan keadaan dimana pedagang menjual dagangannya. Misalnya luas tempatnya berjualan, dekat tidaknya pedagang dengan pedagang pesaing di sampingnya dan jumlah

pedagang yang menjual barang-barang yang sejenis. Tempat berdagang luas akan memudahkan pedagang menata dagangannya dengan baik dan memperbesar jumlah jenis produk yang diperdagangkan, sehingga kesempatan pedagang untuk memperoleh pendapatan yang besar akan semakin luas. Tempat berdagang yang dekat dengan lokasi parkir, menjadikan pedagang mempunyai kesempatan pertama untuk menawarkan barang dagangannya kepada pembeli sehingga dapat memungkinkan pedagang memperoleh keuntungan apabila transaksi jual beli terjadi. Jumlah pedagang pesaing juga dapat mempengaruhi besar kecilnya pendapatan yang diperoleh pedagang. Semakin sedikit pedagang pesaing akan semakin banyak keuntungan yang diperoleh, karena sedikitnya persaingan. Dengan demikian semakin baik kondisi tempat berdagang maka akan semakin tinggi pula pendapatan yang diterima pedagang. berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Penelitian Ma'arif (2013) menunjukkan bahwa kondisi tempat berdagang berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

Ha3 : Kondisi tempat berdagang berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang

#### 4. Pengaruh Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang

Faktor lama usaha juga mempunyai peran penting dalam perdagangan. Lama usaha berkaitan dengan pengalaman yang diperoleh pedagang. Semakin lama pedagang menjalankan usahanya, maka semakin

banyak pengalaman yang diperolehnya. Dalam hal ini pengalaman yang diperoleh tersebut tentang bagaimana menekan biaya produksi agar lebih kecil daripada penjualan. Selain itu, semakin lama pedagang menjalani usaha dagangnya maka pengetahuan pedagang tentang minat dan perilaku pembeli juga akan meningkat, serta akan menambah relasi bisnis dan pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Dengan demikian semakin lama usaha berdagang maka semakin tinggi pendapatan pedagang. Penelitian Artaman (2015) menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

Ha4 : Lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang

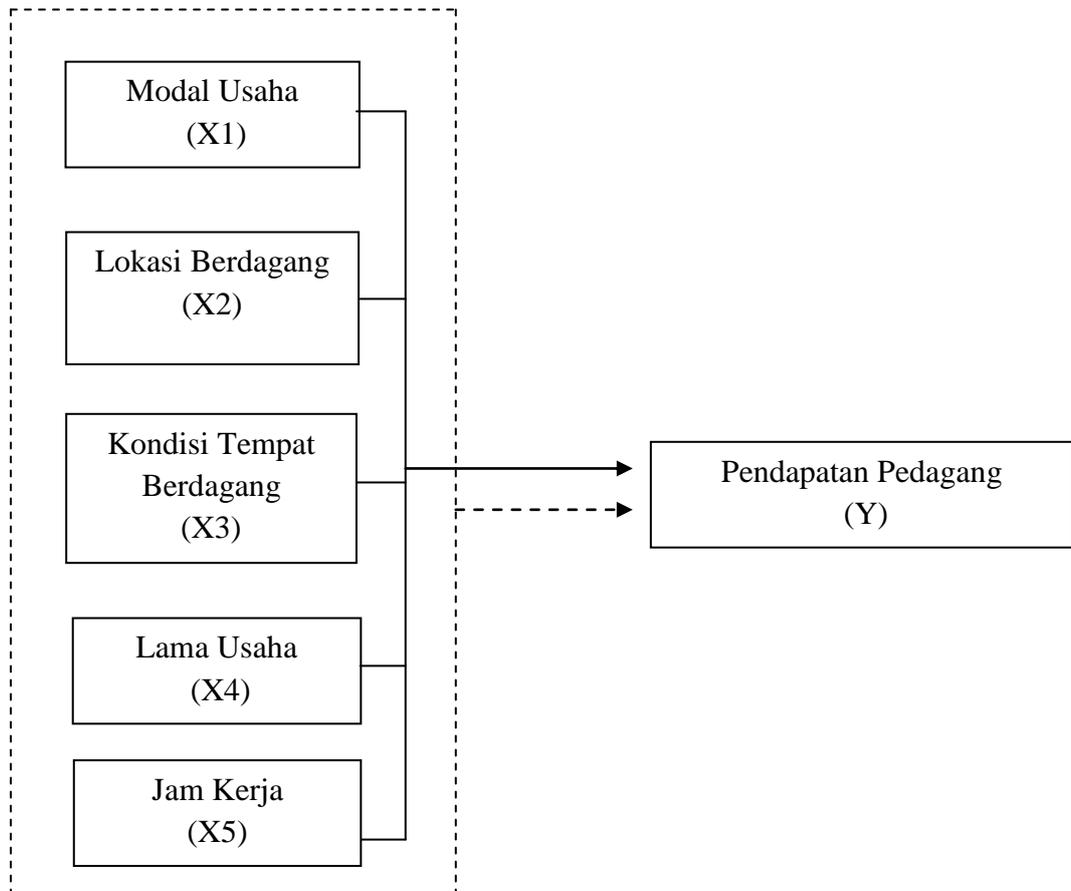
#### 5. Pengaruh Jam Kerja terhadap Pendapatan Pedagang

Jam kerja berkaitan dengan berapa lama waktu pedagang dalam membuka kiosnya. Pedagang yang membuka kiosnya dalam waktu yang lama akan memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada pedagang yang hanya membuka kiosnya sebentar. Karena waktu membuka kios yang lama akan memperbesar kesempatan pedagang dalam memperoleh pembeli yang pada akhirnya mempengaruhi meningkatkan pendapatan pedagang. Semakin lama waktu yang digunakan pedagang untuk bekerja atau membuka kiosnya maka akan meningkatkan pendapatan yang diterima pedagang. Demikian juga sebaliknya. Penelitian Firdausa dan Fitri (2013) menunjukkan bahwa jam kerja berpengaruh positif terhadap

pendapatan pedagang. Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

Ha5 : Jam kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang

#### D. Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian