



**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG
SENTRA DAN PEDAGANG NON SENTRA PASAR
PETISAH DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Penyelesaian Studi Pada Program Study
Ekonomi Pembangunan Fakultas Sosial Sains Universitas
Pembangunan Pancabudi
Medan*

Oleh :

DINDA NUR HASANAH
1715210025

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2022**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

JUDUL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG SENTRA DAN PEDAGANG NON SENTRA PASAR PETISAH DI KOTA MEDAN

NAMA : DINDA NUR HASANAH
N.P.M : 1715210025
FAKULTAS : SOSIAL SAINS
PROGRAM STUDI : Ekonomi Pembangunan
TANGGAL KELULUSAN : 21 Desember 2022



DEKAN

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. E. Rusiadi, SE., M.Si.

Dr.E Bakhtiar Efendi, S.E., M.Si.

DISETUJUI
KOMISI PEMBIMBING

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II



Dr Annisa Ilmi Faried, S.Sos., M.SP.

Dr. E Diwayana Putri Nasution, S.E., M.Si.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : DINDA NUR HASANAH
NPM : 1715210025
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG
SENTRA DAN PEDAGANG NON SENTRA PASAR
PETISAH DI KOTA MEDAN.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberi izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, 21 Desember 2022



DINDA NUR HASANAH
NPM : 1715210025

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DINDA NUR HASANAH
Tempat / Tanggal Lahir : Medan / 09-09-1999
NPM : 1715210025
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Alamat : JL MERAK

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal ini tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 18 Januari 2023



DINDA NUR HASANAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor modal usaha, lokasi usaha, jam kerja, jumlah karyawan, harga barang, lama usaha, jarak tempuh dan minat pembeli yang relevan dalam mempengaruhi pendapatan pedagang sentra dan pedagang non sentra di pasar petisah medan. Hal yang diteliti faktor manakah (modal usaha, lokasi usaha, jam kerja, jumlah karyawan, harga barang, lama usaha, jarak tempuh dan minat pembeli) yang relevan dalam mempengaruhi pendapatan pedagang sentra dan pedagang non sentra di pasar petisah medan. Dengan jumlah sampel yang digunakan 200 kk data yang dikumpulkan dengan menyebarkan angket dan pengolahan data menggunakan metode analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dan metode analisis regresi linear berganda. Penelitian ini dilatar belakangi tingkat pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentradi pasar petisah kota medan, yang memiliki perbedaan tempat, biaya awal pembukaan usaha dan penghasilan setiap bulannya. Dan di tambah lagi pendapatan yang sangat turun drastis pada masa pandemic covid-19. Berdasarkan hasil pengujian *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) pada tabel KMO and *Bartlett's test* menunjukkan lokasi usaha, jarak tempuh dan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentradi Pasar Petisah Kota Medan, sedangkan jam kerja, pendapatan, jumlah karyawan, harga, lama usaha, dan minat beli berpengaruh negative atau tidak signifikan terhadap pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra di pasar petisah kota medan. Dan hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan hasil uji hipotesis parsial menunjukkan lokasi usaha, jarak tempuh dan modal usaha signifikan terhadap pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentradi Pasar Petisah Kota Medan.

Kata Kunci: Pendapatan Pedagang, Lokasi Usaha, Jarak Tempuh, Modal Usaha.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the factors of business capital, business location, working hours, number of employees, price of goods, length of business, distance traveled and relevant buyer interests in influencing the income of central traders and non-central traders in the Medan Petisah market. What factors are investigated (business capital, business location, working hours, number of employees, price of goods, length of business, distance traveled and buyer's interest) that are relevant in influencing the income of central traders and non-central traders in the Medan Petisah market. With the number of samples used 200 KK data collected by distributing questionnaires and data processing using Confirmatory Factor Analysis (CFA) and multiple linear regression analysis methods. This research is motivated by the level of income of central and non-central traders in the Medan City Petisah market, which has different places, initial costs of opening a business and monthly income. And in addition, income has fallen drastically during the COVID-19 pandemic. Based on the results of the Confirmatory Factor Analysis (CFA) test in the KMO and Bartlett's test table, it shows that business location, distance traveled and business capital have a positive and significant effect on the income of central and non-setra traders in the Medan City Petisah market, while working hours, income, number of employees, price, length of business, and buying interest have a negative or insignificant effect on the income of central and non-setra traders in the Medan city division market. And the results of multiple linear regression testing show that the partial hypothesis test results show that business location, distance traveled and business capital are significant to the income of central and non-central traders in the Petisah Market, Medan City.

Keywords: Trader's Income, Business Location, Mileage, Business Capital.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sentra Dan Pedagang Non Sentra Pasar Petisah Di Kota Medan”**. Tidak lupa juga kita panjatkan shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah jadi suri tauladan yang baik untuk umatnya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Fakultas Sosial Sains di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Penulis menyadari masih ada banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini yang di sebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis mengharapkan masukan dan saran dari para pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Dalam mempersiapkan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan berupa bimbingan dan petunjuk. Untuk itu, izinkan penulis untuk berterimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, SE., MM selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi.
2. Kepada Kedua orang tua Ayahanda dan Ibunda Nur Aini, S.pd yang selalu memberikan dorongan, nasehat, kasih sayang, doa, dan dukungan material maupun spiritual
3. Bapak Dr. E. Rusiadi, SE., M.Si., CIQaR., CIQnR., selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
4. Bapak Dr. E. Bakhtiar Efendi, SE.,M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
5. Ibu Dr. Annisa Ilmi Faried, S.Sos., M.SP selaku Dosen Pembimbing I yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi ini.

6. Ibu Dr. E. Diwayana Putri Nasution, SE., M.Si selaku Pembimbing II yang juga sudah banyak membantu memberikan masukan terhadap perbaikan skripsi ini.
7. Kepada seluruh Dosen dari Prodi Ekonomi Pembangunan, Terimakasih tak terhingga atas segala ilmu yang baik lagi bermanfaat bagi penulis.
8. Kepada seluruh sahabat, teman dan rekan, Dicky syafriyanza, Ahmad Jumadin, Indra Lesmana dan Erliyani terimakasih atas motivasi yang selalu mengalir, semangat, dan kebersamaan yang tidak terlupakan serta doa-doa yang di berikan.
9. Kepada seluruh pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Kota Medan yang memberi pelajaran hidup dan kebahagiaan yang tidak terlupakan selama masa penyebaran angket.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan – rekan mahasiswa dan para pembaca. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan taufik dan hidayah-Nya kepada kita semua serta memberikan keselamatan dunia dan akhirat.

Amin Ya Rabbal Alamin

Medan, 21 Desember 2022
Penulis,

Dinda Nur Hasanah
1715210025

DAFTAR ISI

Halaman

PENGESAHAN	i
PERSETUJUAN UJIAN	ii
SURAT PERNATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Dan Batasan Masalah	9
1. Identifikasi Masalah	9
2. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Manfaat Penelitian	11
E. Keaslian Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Pengertian Pasar	16
2. Pendapatan Pedagang	17
3. Modal Usaha	20
4. Lokasi Usaha	22
5. Jam Kerja	25
6. Jumlah Karyawan	26
7. Harga Barang	27
8. Lama Usaha	29
9. Jarak Tempuh	30
10. Minat Pembeli	31
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Konseptual	37

D. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan Penelitian.....	39
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	39
C. Populasi Dan Sampel/Jenis Sumber Data.....	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel	40
D. Definisi Operasional Variabel	41
E. Jenis Sumber Data	43
F. Teknik Pengumpulan Data	43
G. Teknik Analisis Data	44
1. Analisis Faktor <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	45
2. Uji Asumsi Klasik.....	46
3. Uji Hipotesis (Kesesuaian)	47
a. Uji t (Parsial).....	48
b. Uji F (Serempak/simultan).....	49
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil Penelitian.....	51
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian Pasar Petisah Kota Medan...51	
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4. Hasil Analisis Data <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	73
5. Hasil Analisis Data Regresi Linear Berganda.....	82
B. Pembahasan	88
1. Analisis Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	88
a. Lokasi Usaha Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang	89
b. Jarak Tempuh Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang	90
c. Modal Usaha Berpengaruh Signifikan terhadap Pendapatan Pedagang	92
d. Jam Kerja Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang	93
e. Jumlah Karyawan Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang	95
f. Harga Barang Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang	96
g. Lama Usaha Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang	98
h. Minat Pembeli Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang	99
2. Analisis Hasil Regresi Linear Berganda	101
a. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang	101
b. Pengaruh Jarak Tempuh Terhadap Pendapatan Pedagang	101
c. Pengaruh Modal Usaha Terhadap pendapatan Pedagang.....	102

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN103
 A. Kesimpulan.....103
 B. Saran104
DAFTAR PUSTAKA106
LAMPIRAN.....110



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Jenis Pedagang di Pasar Sentra dan Non Sentra Tahun 2021	3
Tabel 1.2 Rata-Rata Pendapatan Pedagang di Pasar Sentra dan Non Sentra di Petisah	6
Tabel 1.3 Rata-Rata Biaya Usaha Pedagang di Pasar Sentra dan Non Sentra di Petisah	8
Tabel 1.4 Perkiraan Penerimaan Perbulan Pedagang di Pasar Sentra dan Non Sentra di Petisah	10
Tabel 1.5 Perkiraan Keuntungan Pendapatan Pedagang Perbulan di Pasar Sentra dan Non Sentra di Petisah.....	11
Tabel 1.6 Keaslian Penelitian.....	15
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Data Pengunjung di Pasar Petisah Tahun 2021.....	41
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	55
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	56
Tabel 4.5 Jumlah Karakteristik Berdasarkan Tanggungan.....	56
Tabel 4.6 Tabulasi Jawaban Tentang Menggunakan Modal Sendiri Untuk Membuka Usaha.....	57
Tabel 4.7 Tabulasi Jawaban Tentang Memiliki Pinjaman Untuk Menambah Modal Untuk Membuka Usaha.....	58
Tabel 4.8 Tabulasi Jawaban Tentang Modal Yang Ada Dapat Mencukupi Untuk Membuka Usaha.....	59
Tabel 4.9 Tabulasi Jawaban Tentang Lokasi Usaha Bapak/Ibu Dapat Dijangkau Oleh Masyarakat Sekitar.....	60
Tabel 4.10 Tabulasi Jawaban Tentang Lokasi Usaha Strategi Untuk Memasarkan Produk-Produk/ Dagangannya.....	60
Tabel 4.11 Tabulasi Jawaban Tentang Lokasi Usaha Dapat Meningkatkan Pendapatan.....	61
Tabel 4.12 Tabulasi Jawaban Tentang Ada Jam Kerja Yang Di Tentukan Setiap Harinya Dalam Menjual Produk-Produk/ Dagangan.....	62
Tabel 4.13 Tabulasi Jawaban Tentang Setiap Harinya Jam Kerja Dalam Berjualan.....	62
Tabel 4.14 Tabulasi Jawaban Tentang Jam Kerja Yang Sudah Ditentukan Dapat Meningkatkan Hasil Pendapatan.....	63
Tabel 4.15 Tabulasi Jawaban Tentang Memiliki Karyawan Dalam Membantu Usaha.....	63
Tabel 4.16 Tabulasi Jawaban Tentang Jumlah Karyawan Yang Dimiliki.....	64
Tabel 4.17 Tabulasi Jawaban Tentang Adanya Karyawan Membantu Meningkatkan Pendapatan.....	64
Tabel 4.18 Tabulasi Jawaban Tentang Harga Barang Yang Dijual Berpengaruh Pada Kualitas Barang.....	65

Tabel 4.19	Tabulasi Jawaban Tentang Masih Ada Persaingan Antar Penjual Eceran Dan Penjual Grosiran	66
Tabel 4.20	Tabulasi Jawaban Tentang Persaingan Harga Antar Agen Memberikan Perubahan Dari Hasil Pendapatan Pedagang Sekitar	66
Tabel 4.21	Tabulasi Jawaban Tentang Usaha Yang Dimiliki Sudah Lama.....	67
Tabel 4.22	Tabulasi Jawaban Tentang Lama Usaha.....	68
Tabel 4.23	Tabulasi Jawaban Tentang Lamanya Usaha Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Sehari-Harinya	68
Tabel 4.24	Tabulasi Jawaban Tentang Jarak Tempuh Lokasi Usaha Dekat Dengan Masyarakat.....	69
Tabel 4.25	Tabulasi Jawaban Tentang Jarak Tempuh Usaha Berpengaruh Pada Minat Pembeli	70
Tabel 4.26	Tabulasi Jawaban Tentang Jarak Tempuh Berpengaruh Terhadap Peningkatan Pendapatan.....	70
Tabel 4.27	Tabulasi Jawaban Tentang Kualitas Dan Bahan Berpengaruh Pada Minat Beli Masyarakat	71
Tabel 4.28	Tabulasi Jawaban Tentang Minat Pembeli Berpengaruh Pada Kondisi Pandemi Covid-19 Saat Ini.....	72
Tabel 4.29	Tabulasi Jawaban Tentang Minat Pembeli Berpengaruh Pada Tingkat Pendapatan	73
Tabel 4.30	KMO And Bartlett's Test	75
Tabel 4.31	Anti-Image Matrices	76
Tabel 4.32	Communalities	77
Tabel 4.33	Total Variance Explained.....	77
Tabel 4.34	Component Matrix	79
Tabel 4.35	Rotated Component Matrix.....	80
Tabel 4.36	Uji Multikolinearitas Coefficients.....	84
Tabel 4.37	Regresi Linier Berganda Coefficients.....	85
Tabel 4.38	Uji -t (Uji Hipotesis Parsial) Coefficients	86
Tabel 4.39	Uji - F (Uji Hipotesis Simultan) ANOVA.....	87
Tabel 4.40	Koefisien Determinasi Model Summary.....	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual CFA	37
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Regresi Linier Berganda	38
Gambar 4.1 Lokasi Penelitian Pasar Petisah	53
Gambar 4.2 Kerangka Confirmatory Factor Analysis (CFA)	74
Gambar 4.3 Scree plot Component Number	78
Gambar 4.4 Kerangka Konsep Regresi Linear Berganda	81
Gambar 4.5 Histogram Uji Normalitas	82
Gambar 4.6 Normal P-P Plot <i>Regression Standarized Residual</i>	83
Gambar 4.7 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	84



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Angket/Kusioner Penelitian.....	110
Lampiran 2 : Tabulasi Data Karakteristik Responden	116
Lampiran 3 : Tabulasi Data responden	121
Lampiran 3 : Hasil Pengolahan Data <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	131
Lampiran 4 : Hasil Pengolahan Data Regresi Linear Berganda	135
Lampiran 5 : Foto Dukumentasi Penelitian.....	138



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar memegang peranan penting dalam kegiatan ekonomi dan pembangunan perekonomian suatu negara. Melalui pasarlah kegiatan perdagangan itu dapat berjalan. Keberadaan pasar juga membantu rumah tangga (rumah tangga konsumen, rumah tangga produsen dan pemerintah) memperoleh kebutuhan dan juga pendapatan. Disamping itu, pasar juga mampu menciptakan kesempatan kerja. Banyak masyarakat menggantungkan hidupnya dari kegiatan ekonomi di pasar, baik untuk mencari pendapatan maupun memenuhi kebutuhan. Pasar merupakan fasilitas pelayanan umum untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan merupakan pusat ekonomi masyarakat. Tidak hanya itu, pasar juga berfungsi sebagai stabilitas harga, dimana harga pasar dijadikan salah satu tolak ukur pengukuran inflasi dan juga penentu kebijakan oleh pemerintah.

Perkembangan perekonomian suatu daerah tidak terlepas dari aktivitas perekonomian masyarakat yang terbentuk dari beberapa sektor usaha baik sektor formal maupun sektor informal dengan tujuan untuk mendapatkan penghasilan yang layak dalam memenuhi kebutuhan hidup serta untuk mensejahterakan anggota keluarganya.

Kebutuhan dan keinginan masyarakat sekarang ini semakin kompleks seiring dengan kemajuan suatu negara yang di sertai dengan perkembangan teknologi. Oleh karena itu masyarakat berupaya seoptimal mungkin mengejar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam mencapai kebutuhan dan keinginan tersebut dilakukan dengan berbagai usaha, seperti bekerja menjadi

pedagang di pasar modern atau tradisional. Setiap orang berusaha menjual barang dagangannya lebih banyak hal ini dilakukan untuk mendapatkan keuntungan, semakin tinggi keuntungan seseorang maka semakin meningkat pendapatan dan semakin tinggi minat untuk memperluas usaha. Dengan demikian pedagang dewasa ini berlomba-lomba dalam meningkatkan tingkat penjualannya.

Pasar modern yang pada umumnya dimiliki oleh pengusaha yang memiliki modal besar dan keahlian manajerial tinggi tentunya memiliki keunggulan dibandingkan dengan pasar tradisional. Kekalahan pasar tradisional dapat dikarenakan pasar modern memiliki beberapa keunggulan diantaranya; bisa menjual produk dengan harga yang lebih murah, kualitas produk terjamin, kenyamanan berbelanja, dan banyaknya pilihan cara pembayaran. Disamping itu, waktu operasional kerja yang hampir 14 jam/harinya dalam berdagang tentunya akan menambah daya tarik bagi konsumen yang nantinya tentu akan menambah penghasilan. Berbeda dengan keadaan di pasar tradisional, misalnya saja masalah lamanya jam kerja. Menjelang siang, kebanyakan para konsumen sudah berangsur-angsur surut dan jumlah pedagang semakin sedikit. Hal tersebut disamping karena keadaan tempat yang semakin tidak nyaman, juga dikarenakan barang dagangan penjual yang sudah tidak lengkap (habis terjual). Selain itu, ada pula pedagang yang pulang lebih awal untuk mencari barang dagangan untuk esok hari. (Susilo 2017)

Pasar sentra sering juga disebut sebagai pasar terminal (*terminal market/primary market*) merupakan pusat-pusat perdagangan. Pasar ini umumnya menerima barang dari pasar lokal, namun adapula yang langsung dari petani, biasanya pasar ini dijumpai di kota-kota besar atau di tempat-tempat pengumpulan

lainnya. Sedangkan pasar non sentra adalah Pasar yang lokasinya berada dipinggiran pasar sentra. (Susilo 2017)

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, peneliti mengambil sampel dari pasar sentra dan non sentra di Pajak Petisah. Adapun jenis pedagang di pasar sentra dan pedagang di pasar non sentra ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 Jenis Pedagang Di Pasar Sentra Dan Non Sentra Tahun 2022

No	Jenis Pedagang di Pasar Sentra		Jenis Pedagang di Pasar Non Sentra	
	Pedagang	Jumlah	Pedagang	Jumlah
1	Emas	98	Nasi Goreng	8
2	Kain/Pakaian	159	Bakso	2
3	Sepatu	9	Nasi Soto	5
4	Tas	8	Keripik/Kerupuk	2
5	Kelontong	15	Minuman	11
6	Mainan Anak-anak	22	Somay	4
7	Hijab/Mukena	55	Lontong	2
Total		366	Total	34
Total Pedagang sebanyak 400 Toko				

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jenis pedagang sentra di pajak Petisah lebih banyak di bandingkan pedagang non sentra, Total keseluruhan dari pedagang sentra yaitu 480 orang pedagang sedangkan untuk pedagang non sentra hanya sebesar 34 orang pedagang. Hal ini diakibatkan masyarakat lebih banyak membutuhkan atau berbelanja kebutuhan mereka di pasar sentra. Karena pasar sentra merupakan pasar yang didalamnya terdapat berbagai macam kebutuhan pokok yang diperlukan oleh masyarakat. Sedangkan pasar non sentra hanya menyediakan bebagai makanan ataupun minuman siap saji.

Berdasarkan hasil survei tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari 8 jenis pedagang di pasar sentra dan pasar non sentra yang ada di pasar Petisah, 3 teratas jenis pedagang yang ada di pasar sentra yaitu Kain/Pakaina, Emas dan hijab/mukena. Sedangkan di pasar non sentra yaitu minuman, nasi goreng dan nasi soto.

Pedagang yang ada di pasar sentra maupun non sentra umumnya mereka membuka usahanya dengan modal mereka sendiri tanpa ada bantuan dari pemerintah atau lembaga keuangan, misalnya bank atau perkreditan. Selain dari modal sendiri biasanya mereka juga meminjam uang dari orang-orang yang memiliki uang dengan sistem pinjam, pedagang rela meminjam uang dengan sistem seperti itu karena pedagang umumnya sangat membutuhkan dana cepat dan tanpa jaminan meskipun dengan bunga yang tinggi. Pedagang-pedagang ini sangat sulit mengakses modal dari bank karena bank mengharuskan pedagang mempersiapkan kelengkapan administrasi seperti surat-surat yang akan menjadi jaminan. Sedangkan kebanyakan dari pedagang merupakan masyarakat golongan bawah yang tidak memiliki barang-barang yang bisa dijaminkan. Sehingga pedagang hanya bisa menjalankan usahanya dengan modal sendiri, cukup dengan membeli meja atau terpal kemudian langsung membuka jualannya di dalam atau di luar pasar.

Kebanyakan yang ada di pasar sentra maupun non sentra umumnya juga tidak memiliki pendidikan yang tinggi. Rata-rata pendidikan mereka hanya sampai sekolah menengah atas atau bahkan ada yang tidak tamat sekolah dasar. Mereka terpaksa menjadi pedagang pasar karena mencari penghasilan untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Dengan kondisi seperti inilah sehingga banyak orang yang

mau berprofesi sebagai pedagang karena tidak membutuhkan pendidikan dan skill yang begitu tinggi.

Selain modal dan tingkat pendidikan, pengalaman berdagang juga merupakan hal yang penting dan berpengaruh terhadap kinerja berdagang sehingga para pedagang mampu menghasilkan pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan dapat melanjutkan aktivitasnya sebagai pedagang. Pedagang juga umumnya memiliki jam kerja atau jam berdagang setiap harinya, biasanya tiap pedagang memiliki jam kerja/berdagang yang berbeda-beda ada yang mulai berdagang dari subuh hingga sore ada juga yang dari pagi hingga malam hari. Perbedaan jam berdagang ini pula yang membedakan tingkat pendapatan yang didapatkan oleh masing-masing pedagang dan tingkat kesejahteraan hidup masing-masing pedagang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang adalah modal, lama usaha, jam kerja dan tingkat pendidikan. Dimana Tinggi rendahnya pendapatan seseorang sangat tergantung pada ketrampilan, keahlian, luasnya kesempatan kerja dan besarnya modal yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan tersebut dalam suatu periode tertentu yang juga sering disebut dengan investasi, jadi jika investasi besar maka pendapatan mereka juga akan bertambah (Kusuma, 2019).

Pendapatan adalah suatu penambahan harta masyarakat melalui penjualan barang atau jasa kepada pihak lain. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor produksi yang telah disumbangkan. (Wahyono, 2017)

Pendapatan pedagang akan dipengaruhi juga faktor lama usaha dikarenakan usaha yang telah lama berdiri akan banyak pelanggan yang sudah kenal dibandingkan dengan usaha yang baru dibuka, ini juga berlaku dengan jam kerja yang lama akan mempengaruhi kesempatan menjual barang lebih awal dan lebih lama (Nurhayati, 2017).

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, peneliti mengambil sampel rata-rata pendapatan pedagang di pasar sentra dan pedagang non sentra di pasar Petisah yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2 Rata-Rata Pendapatan Pedagang Di Pasar Sentra Dan Non Sentra Di Petisah

No	Jenis Pedagang	Pendapatan Pedagang Sentra/Bulan	Pendapatan Pedagang Non Sentra/Bulan
1	Emas	50.000.000	-
2	Kain/Pakaian	30.000.000	-
3	Sepatu	25.000.000	-
4	Tas	35.000.000	-
5	Kelontong	53.000.000	-
6	Mainan Anak-anak	15.000.000	-
7	Hijab/Mukena	18.000.000	-
8	Lain-lain	11.000.000	-
9	Nasi Goreng	-	15.000.000
10	Bakso	-	15.000.000
11	Nasi Soto	-	12.000.000
12	Keripik/Kerupuk	-	5.000.000
13	Minuman	-	17.000.000
14	Somay	-	7.000.000
15	Lontong	-	6.000.000
16	Lain-lain	-	5.000.000

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata pendapatan perbulan pedagang di pasar sentra lebih tinggi dibandingkan pendapatan pedagang di pasar non sentra. Pendapatan pedagang di pasar sentra yaitu, pedagang emas sebesar Rp 50.000.000/bulan, pedagang kain/pakaian sebesar Rp 30.000.000/bulan, pedagang sepatu sebesar Rp 25.000.000/bulan, pedagang tas sebesar Rp 35.000.000/bulan, pedagang kelotong sebesar 53.000.000/bulan, pedagang mainan anak-anak sebesar Rp 15.000.000/bulan, pedagang hijab/mukena sebesar Rp 18.000.000/bulan dan pedagang lain-lain sebesar Rp 11.000.000/bulan.

Sedangkan pendapatan pedagang di pasar non sentra seperti pedagang nasi goreng dan bakso sebesar Rp 15.000.000/bulan, pedagang nasi soto sebesar Rp 12.000.000/bulan, pedagang keripik/kerupuk sebesar 5.000.000/bulan, pedagang minuman sebesar Rp 17.000.000/bulan, pedagang somay sebesar Rp 7.000.000/bulan, pedagang lontong sebesar Rp 6.000.000/bulan dan pedagang lain-lain sebesar 5.000.0000/bulan.

Dari tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa pemilihan tempat berdagang sangat mempengaruhi pendapatan yang akan didapat. Seperti teori Lokasi Losch dan Weber, dari Losch yang melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar), dan Weber yang melihat persoalan dari sisi penawaran (produksi). Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Losch cenderung menyarankan agar lokasi produksi berada di pasar atau di dekat pasar. Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha memiliki

kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Disaat pemilik usaha memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, peneliti mengambil sampel rata-rata biaya usaha pedagang di pasar sentra dan pedagang non sentra di pasar Petisah yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.3 Rata-Rata Biaya Usaha Pedagang Di Pasar Sentra Dan Non Sentra Di Petisah

No	Keterangan	Pasar Sentra (Rp/Bulan)	Pasar Non Sentra (Rp/Bulan)
1	Biaya Tetap		
	a. Sewa	2.085.000	1.250.000
	b. Pajak	10.000	10.000
	c. Retribusi	5.000	5.000
	d. Penyusutan	25.000	15.000
	Jumlah	2.128.000	1.280.000
2	Biaya Variabel		
	a. Trasportasi	500.000	500.000
	b. TK dalam keluarga	1.500.000	1.000.000
	c. TK luar keluarga	1.500.000	1.000.000
	d. Membeli barang dagangan	5.000.000	2.000.000
	Jumlah	8.500.000	4.500.000
Total Biaya		10.628.000	5.780.000

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan data dalam Tabel 1.3 rata-rata biaya tetap yang dibayarkan pedagang di pasar sentra sebanyak Rp 2.128.000/bulan, sedangkan pedagang di pasar non sentra sejumlah Rp 1.280.000/bulan. Rata-rata pedagang menyewa kios atau lahan untuk berjualan. Hal ini dapat dilihat dari biaya sewa yang lebih besar dari biaya pajak. Biaya sewa pada pedagang di pasar sentra ialah Rp

2.085.000/bulan sedangkan pada pedagang di pasar non sentra sebesar Rp 1.250.000/bulan. Biaya pajak pada pedagang di pasar sentra dan pedagang non sentra adalah Rp 10.000/bulan. Biaya retribusi pada pedagang di pasar sentra dan non sentra sebanyak Rp 5.000/bulan. Biaya penyusutan dikenakan pada peralatan yang digunakan pedagang dalam usahanya. Biaya penyusutan pedagang tersebut kecil hanya sebesar Rp 25.000/bulan untuk pedagang di pasar sentra dan Rp 15.000/bulan untuk pedagang di pasar non sentra.

Sedangkan rata-rata biaya variabel pada pedagang di pasar sentra sebesar Rp 8.500.000/bulan, dan Rp 4.500.000/ bulan untuk pedagang di pasar non sentra. Biaya transportasi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang untuk keperluan jasa transportasi. Pedagang di pasar sentra dan non sentra mengeluarkan biaya transportasi sebesar Rp 500.000/bulan. Rata-rata total biaya pedagang di pasar sentra sebesar Rp 10.628.000/bulan, sedangkan pedagang di pasar non sentra sebesar Rp 5.780.000/bulan. Rata-rata biaya usaha tersebut terdiri dari biaya tetap dan variabel.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, peneliti mengambil sampel penerimaan perbulan pedagang di pasar sentra dan pedagang non sentra di pasar Petisah yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.4 Perkiraan Penerimaan Perbulan Pedagang Di Pasar Sentra Dan Non Sentra Di Petisah

No	Jenis Pedagang	Penerimaan Penjualan Pasar Sentra / bulan	Penerimaan Penjualan Pasar non Sentra / bulan	Jumlah Pembelian Pasar Sentra / bulan	Jumlah Pembelian Pasar non Sentra / bulan	Total Pendapatan / bulan
1	Emas	50.000.000	-	36.000.000	-	14.000.000
2	Kain/ Pakaian	30.000.000	-	19.000.000	-	11.000.000
3	Sepatu	25.000.000	-	17.000.000	-	8.000.000
4	Tas	35.000.000	-	20.000.000	-	15.000.000
5	Kelontong	53.000.000	-	40.000.000	-	13.000.000
6	Mainan Anak-anak	15.000.000	-	8.000.000	-	7.000.000
7	Hijab/ Mukena	18.000.000	-	7.000.000	-	11.000.000
8	Lain-lain	11.000.000	-	5.000.000	-	6.000.000
9	Nasi Goreng	-	15.000.000	-	7.000.000	8.000.000
10	Bakso	-	15.000.000	-	6.500.000	8.500.000
11	Nasi Soto	-	12.000.000	-	7.000.000	5.000.000
12	Keripik/ Kerupuk	-	5.000.000	-	3.000.000	2.000.000
13	Minuman	-	17.000.000	-	7.000.000	10.000.000
14	Somay	-	7.000.000	-	3.000.000	4.000.000
15	Lontong	-	6.000.000	-	3.000.000	3.000.000
16	Lain-lain	-	5.000.000	-	2.500.000	2.500.000

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, dapat dilihat bahwa perkiraan penerimaan perbulan pedagang di pasar sentra yaitu, pedagang emas sebesar Rp 14.000.000/bulan, pedagang kain/pakaian sebesar Rp 11.000.000/bulan, pedagang sepatu sebesar Rp 8.000.000/bulan, pedagang tas sebesar Rp 15.000.000/bulan, pedagang kelontong sebesar 13.000.000/bulan, pedagang mainan anak-anak sebesar Rp 7.000.000/bulan, pedagang hijab/mukena sebesar Rp 11.000.000/bulan dan pedagang lain-lain sebesar Rp 6.000.000/bulan.

Sedangkan perkiraan penerimaan perbulan pedagang di pasar non sentra seperti pedagang nasi goreng sebesar Rp 8.000.0000/bulan dan bakso sebesar Rp 8.500.000/bulan, pedagang nasi soto sebesar Rp 5.000.000/bulan, pedagang keripik/kerupuk sebesar 2.000.000/bulan, pedagang minuman sebesar Rp 10.000.000/bulan, pedagang somay sebesar Rp 4.000.000/bulan, pedagang lontong sebesar Rp 3.000.000/bulan dan pedagang lain-lain sebesar 2.500.0000/bulan.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, peneliti mengambil sampel penerimaan perbulan pedagang di pasar sentra dan pedagang non sentra di pasar Petisah yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.5 Perkiraan Keuntungan Pendapatan Pedagang Perbulan Di Pasar Sentra Dan Non Sentra Di Petisah

No	Jenis Pedagang	Total Pendapatan (TR)	Total Biaya (TC)	Keuntungan (TR-TC)
1	Emas	50.000.000	42.000.000	8.000.000
2	Kain/ Pakaian	30.000.000	22.000.000	8.000.000
3	Sepatu	25.000.000	20.000.000	5.000.000
4	Tas	35.000.000	28.000.000	7.000.000
5	Kelontong	53.000.000	45.000.000	8.000.000
6	Mainan Anak-anak	15.000.000	10.000.000	5.000.000
7	Hijab/ Mukena	18.000.000	11.000.000	7.000.000
8	Lain-lain	11.000.000	7.500.000	3.500.000
9	Nasi Goreng	15.000.000	10.000.000	5.000.000
10	Bakso	15.000.000	10.500.000	4.500.000
11	Nasi Soto	12.000.000	8.500.000	3.500.000
12	Keripik/ Kerupuk	5.000.000	3.000.000	2.000.000
13	Minuman	17.000.000	10.000.000	7.000.000
14	Somay	7.000.000	4.000.000	3.000.000
15	Lontong	6.000.000	3.000.000	3.000.000
16	Lain-lain	5.000.000	2.500.000	2.500.000

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 1.5 diatas, dapat dilihat bahwa perkiraan penerimaan perbulan pedagang di pasar sentra yaitu, pedagang emas sebesar Rp 8.000.000/bulan, pedagang kain/pakaian sebesar Rp 8.000.000/bulan, pedagang

sepatu sebesar Rp 5.000.000/bulan, pedagang tas sebesar Rp 7.000.000/bulan, pedagang kelotong sebesar 8.000.000/bulan, pedagang mainan anak-anak sebesar Rp 5.000.000/bulan, pedagang hijab/mukena sebesar Rp 7.000.000/bulan dan pedagang lain-lain sebesar Rp 3.500.000/bulan.

Sedangkan perkiraan penerimaan perbulan pedagang di pasar non sentra seperti pedagang nasi goreng sebesar Rp 5.000.0000/bulan dan bakso sebesar Rp 4.500.000/bulan, pedagang nasi soto sebesar Rp 3.500.000/bulan, pedagang keripik/kerupuk sebesar 2.000.000/bulan, pedagang minuman sebesar Rp 7.000.000/bulan, pedagang somay sebesar Rp 3.000.000/bulan, pedagang lontong sebesar Rp 3.000.000/bulan dan pedagang lain-lain sebesar 2.500.0000/bulan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas serta untuk memperoleh kejelasan terhadap masalah yang akan dibahas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perbedaan jumlah pedagang di pasar sentra dan non sentra yang sangat jauh berbeda, dimana jumlah pedagang di pasar sentra sebanyak 480 orang pedagang sedangkan di pasar non sentra sebanyak 34 orang pedagang.
2. Perbedaan pendapatan juga sangat terlihat, dimana pendapatan pedagang di pasar sentra 10 juta keatas per bulannya, sedangkan pendapatan pedagang di pasar non sentra rata-rata masih dibawah 10 juta perbulanya.

3. Untuk rata-rata biaya usaha pedagang di pasar sentra lebih besar dibandingkan pedagang di pasar non sentra, yaitu sebesar 10.628.000 untuk pasar sentra dan 5.780.000 untuk pasar non sentra.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini dibatasi agar pembahasannya lebih fokus dan terarah serta tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan. Dengan demikian penulis membatasi masalah hanya pada pengaruh modal usaha, lokasi usaha, jam kerja, jumlah karyawan, harga barang, lama usaha, jarak tempuh dan minat pembeli terhadap pendapatan pedagang sentra dan pedagang non sentra di pasar Petisah Medan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Faktor manakah (modal usaha, lokasi usaha, jam kerja, jumlah karyawan, harga barang, lama usaha, jarak tempuh dan minat pembeli) yang relevan dalam mempengaruhi pendapatan pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Medan?
2. Bagaimana faktor-faktor yang relevan tersebut mempengaruhi pendapatan pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Medan?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yang diambil berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis faktor modal usaha, lokasi usaha, jam kerja, jumlah karyawan, harga barang, lama usaha, jarak tempuh dan minat pembeli yang relevan dalam mempengaruhi pendapatan pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Medan.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana faktor-faktor yang relevan tersebut mempengaruhi pendapatan pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Medan.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah:

1. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentradi Kota Medan.
2. Menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi Pemerintah dalam upaya meningkatkan daya beli masyarakat di pasar sentra dan non sentra di Kota Medan.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentradi Kota Medan.
4. Sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian lebih jauh terutama yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra di Kota Medan.

G. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Suhartika (2018), yang berjudul: "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar Antang Kelurahan Bitoa Kecamatan Manggala Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan".

Sedangkan penelitian ini berjudul: "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sentra Dan Pedagang Non Sentra Di Kota Medan".

Tabel 1.6 Keaslian Penelitian

No	Perbedaan	Terdahulu	Sekarang
1	Variabel	Variabel Y : Pendapatan Pedagang Variabel X : ➤ Minat Pembeli ➤ Modal ➤ Tingkat Pendidikan ➤ Jam Kerja	Variabel Y : Pendapatan Pedagang Variabel X : ➤ Modal Usaha ➤ Lokasi Usaha ➤ Jam Kerja ➤ Jumlah Karyawan ➤ Harga Barang ➤ Lama Usaha ➤ Jarak Tempuh ➤ Minat Pembeli
2	Model	Regresi Linier Berganda	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> dan Regresi Linier Berganda
	Sampel	100 kk	200 Responden
3	Lokasi	Kecamatan Manggala Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan	Pasar Petisah Kota Medan Sumatera Utara
4	Waktu Penelitian	2018	2022

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pasar

Dalam arti ekonomi, pasar sering kali diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli (permintaan dan penawaran) untuk melakukan transaksi jual beli. Konsep tradisional, pasar diartikan sebagai “tempat” bertemunya kekuatan penjual (*supply*) dan kekuatan pembeli (*demand*) sehingga menimbulkan transaksi (Winar didalam Firdausa, 2013).

Menurut Boediono (2000) dalam Ilmu Ekonomi pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Suatu pasar dalam ilmu ekonomi adalah dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Barang yang ditransaksikan bisa berupa barang apapun, mulai dari beras dan sayur-mayur, sampai jasa angkutan, uang dan tenaga kerja. Setiap barang ekonomi mempunyai pasarnya sendiri-sendiri. Sedangkan menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, pasar adalah tempat bertemunya penjual yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang/jasa dan pembeli yang mempunyai uang untuk membeli barang dengan harga tertentu.

Jadi, pasar adalah wadah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dengan kesepakatan jumlah dan harga pada tingkat tertentu. Dari definisi ini, ada empat poin penting yang menonjol yang menandai terbentuknya pasar: pertama, ada penjual dan pembeli; kedua, mereka bertemu

disebut tempat tertentu; ketiga, terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli sehingga terjadi jual beli atau tukar-menukar; dan keempat, antara penjual dan pembeli kedudukannya sederajat.

a. Pasar sentra

Pasar sentral ini sering juga disebut sebagai pasar terminal (*terminal market/ primary market*) merupakan pusat-pusat perdagangan. Pasar ini umumnya menerima barang dari pasar lokal, namun adapula yang langsung dari petani, biasanya pasar ini dijumpai di kota-kota besar atau di tempat-tempat pengumpulan lainnya. Adapun jenis pasar sentra seperti *super market*, mall, dan pasar modern.

b. Pasar Non Sentra

Pasar non sentra sering disebut dengan pasar tradisional yang merupakan pusat perdagangan. Pasar ini umumnya menjual kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti sayur-sayuran, ikan, dan lain-lainnya. Adapun jenis pasar non sentra seperti kios, pedangan kaki lima dan pasar tradisional.

2. Pendapatan Pedagang

Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan juga bisa digunakan sebagai alat untuk mengukur kondisi ekonomi seseorang atau rumah tangga. Pendapatan menunjukkan seluruh uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu

kegiatan ekonomi (Winar didalam Firdausa, 2013). Pendapatan juga dapat diartikan sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan (Sukirno,2016).

Pendapatan merupakan uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji (*salaries*), upah (*wages*), sewa (*rent*), bunga (*interest*), laba (*profit*), dan sebagainya, bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun, dan lain sebagainya. Dalam analisis mikro ekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga, maupun laba, secara berurutan (Jaya, 2011).

Pendapatan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam satu periode seperti keadaan semula. Definisi tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Secara garis besar pendapatan didefinisikan sebagai jumlah harta kekayaan awal periode ditambah perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang (Zulriski, 2008).

Munandar (2006) menjelaskan pendapatan sebagai suatu penambahan *asset* perusahaan yang berdampak pada peningkatan kekayaan pemilik perusahaan, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan serta kesejahteraan karyawan. Peningkatan pendapatan berpengaruh besar bagi kelangsungan

perusahaan, sebab pendapatan digunakan dalam kegiatan perusahaan (Olaitan, 2006). Menurut Kasmir (2006) dalam menentukan pendapatan pedagang atau pengusaha dibutuhkan beberapa faktor, diantaranya minat pengusaha, modal, waktu yang pasti, keuntungan, pengalaman berdagang, tenaga kerja, lingkungan sekitar, dan pendidikan.

Menurut Tohar (2003) pendapatan perseorangan adalah jumlah pendapatan yang diterima setiap orang dalam masyarakat yang sebelum dikurangi transfer *payment*. Transfer *Payment* yaitu pendapatan yang tidak berdasarkan balas jasa dalam proses produksi dalam tahun yang bersangkutan. Pendapatan dibedakan menjadi :

- a. Pendapatan asli yaitu pendapatan yang diterima oleh setiap orang yang langsung ikut serta dalam produksi barang.
- b. Pendapatan turunan (sekunder) yaitu pendapatan dari golongan penduduk lainnya yang tidak langsung ikut serta dalam produksi barang seperti dokter, ahli hukum dan pegawai negeri.

Sedangkan pendapatan menurut perolehannya dibedakan menjadi :

- a. Pendapatan kotor yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.
- b. Pendapatan bersih yaitu pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.

Sedangkan pendapatan menurut bentuknya dibedakan menjadi :

- a. Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa, sumber utamanya berupa gaji, upah, bangunan, pendapatan bersih dari usaha sendiri dan

pendapatan dari penjualan seperti : hasil sewa, jaminan sosial, premi asuransi.

- b. Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan biasanya tidak berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang.

3. Modal Usaha

Modal adalah salah satu faktor produksi yang menyumbang pada hasil produksi, hasil produksi dapat meningkat karena digunakannya alat-alat mesin produksi yang efisien. Dalam proses produksi tidak ada perbedaan antara modal sendiri dengan modal pinjaman, yang masing-masing menyumbang langsung pada produksi (Kasmir, 2006).

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk output. Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang bersama dengan faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Modal atau biaya adalah faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar (Tambunan, 2002).

Sedangkan Riyanto (2002) mengemukakan modal adalah barang konkrit yang ada dalam rumah tangga perusahaan yang terdapat di neraca debet maupun daya beli atau nilai tukar yang terdapat disela kredit.

Riyanto (2002) juga menyebutkan salah satu faktor produksi yang tidak kalah pentingnya adalah modal, sebab di dalam suatu usaha masalah modal mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan berhasil tidaknya suatu usaha yang telah didirikan. Modal dapat dibagi sebagai berikut:

a. Modal Tetap

Adalah modal yang memberikan jasa untuk proses produksi dalam jangka waktu yang relatif lama dan tidak terpengaruh oleh besar kecilnya jumlah produksi.

b. Modal lancar

Adalah modal yang memberikan jasa hanya sekali dalam proses produksi, bisa dalam bentuk bahan-bahan baku dan kebutuhan lainnya sebagai penunjang usaha tersebut. Dapat dikemukakan pengertian secara klasik, dimana modal mengandung pengertian sebagai hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut.

Dengan demikian modal dapat berwujud barang dan uang. Sejumlah uang menjadi modal apabila ditanam atau diinvestasikan untuk menjamin adanya suatu kembalian. Dalam arti ini modal juga mengacu kepada investasi itu sendiri berupa alat-alat finansial seperti deposito, stok barang, ataupun surat saham yang mencerminkan hak atas sarana produksi, atau dapat pula berupa sarana produksi fisik. Kembalian dapat juga berupa pembayaran bunga, ataupun klaim atas suatu keuntungan.

Modal yang berupa barang, mencakup modal tetap dalam bentuk bangunan pabrik, mesin-mesin, transportasi, kemudahan distribusi, dan barang-barang lainnya yang dipergunakan untuk memproduksi barang atau jasa baru dan modal berputar dalam bentuk barang jadi ataupun setengah jadi yang berada dalam proses untuk diolah menjadi barang jadi.

4. Lokasi Usaha

Lokasi diartikan letak kedudukan fisik sebuah usaha di dalam daerah tertentu (Levy & Weitz, 2007). Lokasi adalah tempat untuk setiap bisnis dan merupakan suatu keputusan penting, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai (Rbayulia, 2013). Memilih lokasi usaha harus benar-benar dipertimbangkan dengan hati-hati karena kemudahan untuk menjangkau tempat usaha sangat mempengaruhi kedatangan konsumen.

Teori Lokasi Losch dan Weber, dari Losch yang melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar), dan Weber yang melihat persoalan dari sisi penawaran (produksi). Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Losch cenderung menyarankan agar lokasi produksi berada di pasar atau di dekat pasar. Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Disaat pemilik usaha memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi.

Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik. Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap kesuksesan atau keberhasilan usaha (Wahyudi & Heriyanto, 2014). Namun, penelitian-penelitian

tersebut masih didominasi oleh pemilihan lokasi di sektor manufaktur, industri teknologi tinggi, dan perusahaan besar, dimana pemilihan lokasi usaha-usaha tersebut didorong oleh pertimbangan besarnya biaya transportasi bahan produksi. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan keberhasilan suatu usaha. Kesalahan pemilihan lokasi dapat menghambat keberhasilan usaha. Menurut Kotler (2008:51) "Salah satu kunci menuju keberhasilan/sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas". Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim bisnis, dan sebagainya.

Menurut Haming & Nurnajamuddin (2007:149-153) pertimbangan yang perlu mendapatkan perhatian manajemen adalah sebagai berikut:

- a. Perencanaan jangka panjang perusahaan, maka manajemen perlu mempertimbangkan kemungkinan perluasan area jika dimasa datang perusahaan akan melakukan ekspansi atau peningkatan kapasitas.
- b. Kedekatan dengan sumber bahan, jika perusahaan memerlukan bahan baku dalam volume yang besar, sulit diangkut, dll maka perusahaan memilih lokasi dekat dengan sumber bahan dan apabila perusahaan membutuhkan bahan baku dalam volume besar, tapi mudah diangkut, dll maka perusahaan seperti ini memilih lokasi yang dekat dengan pasar.
- c. Kedekatan dengan pasar, biasanya perusahaan cenderung memilih lokasi yang dekat dengan pasar.

- d. Iklim bisnis, suatu iklim bisnis yang baik dapat meliputi hadirnya bisnis yang serupa ukurannya.
- e. Biaya, tujuan kriteria ini adalah mendorong usaha industri ataupun jasa untuk memilih lokasi yang akan meminimumkan biaya.
- f. Kedekatan infrastruktur, perusahaan industri ataupun jasa sangat memerlukan dukungan berbagai macam prasarana, seperti jalan raya, rel kereta api, hubungan udara, pasokan listrik, air, sarana telekomunikasi, dan energi.
- g. Ketersediaan tenaga kerja dan kualitas tenaga kerja, di lokasi harus tersedia pasokan tenaga kerja yang diperlukan oleh usahawan pabrik atau jasa, baik dari sisi jumlahnya ataupun dari sisi kualitasnya.
- h. Ketersediaan pembekal, pembekal adalah mitra usahawan dalam mengelolah bisnisnya.
- i. Kebijakan pemerintah dan risiko politik, beberapa negara memberikan pembatasan dalam penempatan usaha industri asing dinegaranya.
- j. Zona perdagangan bebas, beberapa negara menunjuk wilayah tertentu dinegaranya sebagai kawasan perdagangan bebas dengan berbagai insentif pajak di dalamnya.
- k. Blok perdagangan, dewasa ini dijumpai pula kalaborasi beberapa negara di kawasan tertentu untuk membentuk blok perdagangan.
- l. Keamanan, faktor keamanan merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan oleh pengusaha dalam pemilihan lokasi.
- m. lingkungan, semakin sadar masyarakat akan kelestarian lingkungan, maka isu lingkungan menjadi penting dalam pemilihan lokasi.

- n. Penerimaan masyarakat lokal, merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan.
- o. Keunggulan bersaing, suatu keputusan penting untuk perusahaan multinasional ialah pemilihan atas negara yang menjadi tempat kedudukan dari masing-masing bisnis yang berbeda.

Langkah dalam menentukan lokasi yang baik bagi usaha jasa adalah mengidentifikasi pasar yang paling potensial yang dapat ditemukan, karena lokasi usaha seringkali menentukan keberhasilan suatu usaha jasa (Fu'ad, 2015).

5. Jam Kerja

Hasil penelitian Jafar dan Tjiptoroso dalam Firdausa (2012) membuktikan adanya hubungan langsung antara jam kerja dengan pendapatan. Setiap penambahan waktu operasional akan makin membuka peluang bagi bertambahnya omzet penjualan. Jafar dan Tjiptoroso dalam Firdausa (2012) juga mengatakan bahwa jam kerja adalah periode waktu di mana seseorang melakukan pekerjaan untuk mendapatkan upah tertentu.

Bondan Suprptilah di dalam Budi wahyono (2017) membagi lama jam kerja seseorang dalam satu minggu menjadi tiga kategori yaitu:

- a. Seseorang yang bekerja kurang dari 35 jam per minggu. Jika seseorang bekerja di bawah 35 jam per minggu, maka ia dikategorikan bekerja di bawah jam normal.
- b. Seseorang yang bekerja antara 35 sampai 44 jam per minggu. Maka seseorang tersebut dikategorikan bekerja pada jam kerja normal.

- c. Seseorang yang bekerja di atas 45 jam per minggu. Bila seseorang dalam satu minggu bekerja di atas 45 jam, maka ia dikategorikan bekerja dengan jam kerja panjang.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan jam kerja bagi pedagang pasar adalah lamanya waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha. Di mulai sejak usaha tersebut buka sampai usaha jualannya tutup, tiap harinya. Semakin lama jam kerja yang digunakan pedagang untuk menjalankan usahanya, berdasarkan jumlah barang yang ditawarkan, maka semakin besar peluang untuk mendapatkan tambahan penghasilan.

6. Jumlah Karyawan

Adam Smith merupakan tokoh utama dalam aliran ekonomi yang dikenal sebagai aliran klasik. Ia menganggap bahwa manusia sebagai faktor produksi utama yang melakukan kemakmuran bangsa-bangsa. Alasannya, menurut Smith alam (tanah) tidak ada artinya kalau tidak ada sumber daya manusia yang pandai mengolahnya sehingga bermanfaat bagi kehidupan.

Menurut Sudarsono (2017), tenaga kerja atau karyawan merupakan sumber daya manusia untuk melakukan pekerjaan. Sumber daya manusia atau *human resources* mengandung dua arti, pertama adalah usaha kerja atau jasa yang didapat diberikan dalam proses produksi. SDM mencerminkan kualitas usaha yang diberikan oleh seseorang dalam waktu tertentu untuk menghasilkan barang dan jasa. Kedua, SDM menyangkut manusia yang mampu bekerja untuk memberikan jasa tersebut.

Mulyadi juga memberikan definisi tenaga kerja atau karyawan sebagai penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk

dalam suatu Negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktifitas tersebut.

Menurut Murti, tenaga kerja atau karyawan adalah individu yang menawarkan keterampilan dan kemampuan untuk memproduksi barang atau jasa agar perusahaan dapat meraih keuntungan dan untuk itu individu tersebut akan memperoleh gaji atau upah sesuai dengan keterampilan yang dimilikinya.

Tenaga kerja manusia menurut tingkatannya (kualitasnya) yang terbagi atas:

- a. Tenaga kerja terdidik (*skilled labour*), adalah tenaga kerja yang memperoleh pendidikan baik formal maupun non formal, seperti guru, dokter, pengacara, akuntan, psikologi, peneliti.
- b. Tenaga kerja terlatih (*trained labour*), adalah tenaga kerja yang memperoleh keahlian berdasarkan latihan dan pengalaman. Misalnya, montir, tukang kayu, tukang ukir, sopir, teknisi.
- c. Tenaga kerja tak terdidik dan tak terlatih (*unskilled and untrained labour*), adalah tenaga kerja yang mengandalkan kekuatan jasmani daripada rphani, seperti tenaga kuli panggul, tukang sapu, pemulung, buruh tani.

7. Harga Barang

Dalam menafsirkan konsep tentang harga tentu mempunyai banyak penafsiran, menurut Kotler pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau *Marketing mix* yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya. Seperti diungkapkan oleh Kotler, bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk,

saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah 4 P (*Price, Product, Place, dan promotion*). Harga bagi suatu usaha atau badan usaha menghasilkan pendapatan (*Income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (Produk), *Place* (Tempat atau saluran), dan *Promotion* (Promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha. Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan unsur biasa saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta lokasi pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.

Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Harga diperoleh dari hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli saat melakukan transaksi jual beli yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Buchari Alma (2018) mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* adalah atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*need*) dan keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). Terdapatnya *value* yang merupakan nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah

menggunakan uang sebagai ukuran yang dapat disebut harga. Maka harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Berdasarkan uraian diatas bahwa harga yaitu pendapatan yang diterima oleh penjual melalui pembelian sebuah produk yang dijual nya dan bagi konsumen harga yaitu sebuah pengorbanan atau pengeluaran untuk mendapatkan suatu barang.

Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan antara penjual dan pembeli. Pendapatan pedagang dalam penelitian ini disebut juga *Total revenue* (TR) yang merupakan jumlah pendapatan yang diterima pedagang sebagai hasil kali antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit (Gregory N.Mankiw. 2011).

Kalau harga merupakan pendapatan bagi pengusaha maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut. Bagi pengusaha atau pedagang, harga paling mudah disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan elemen yang lain seperti *Product, Place, dan Promotion*, memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, karna harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut.

8. Lama Usaha

Lama usaha merupakan suatu penentu dari pendapatan, khususnya pada sektor informal. Lama usaha merupakan waktu yang sudah dijalani pengusaha

dalam menjalankan usahanya. Lama usaha menentukan pengalaman, semakin lama usaha maka akan semakin baik kualitas usaha tersebut (Asmie, 2008).

Lama usaha seperti penelitian yang dilakukan oleh Sunaryanto (2005) dalam Priyandikha (2015), mengatakan bahwa lamanya seseorang pedagang menekuni usahanya maka akan meningkat pula pengetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatannya. Semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka akan semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan perilaku pasar. Keterampilan berdagang semakin bertambah maka semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring. Selain itu dengan semakin lama pedagang menjalankan usahanya, maka semakin banyak pengalaman yang didapatkannya. Namun juga belum tentu pedagang yang memiliki pengalaman lebih singkat pendapatannya lebih sedikit daripada pedagang yang memiliki pengalaman lebih lama (Tjiptoroso, 1993). Lamanya usaha beroperasi akan berdampak kepada peningkatan jumlah pelanggan yang lebih banyak dan hal ini akan memberikan pengaruh yang positif bagi pedagang, yaitu pedagang akan lebih tinggi penerimaannya dan secara tidak langsung peningkatan pelanggan ini akan berdampak pada peningkatan efisiensi perusahaan.

9. Jarak Tempuh

Jarak merupakan perjalanan yang harus dilalui seseorang untuk mencapai tempat tujuan yang akan ia datangi. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Isti Fadah dan Istatuk Budi Yuswanto (2004), Jarak tempat tinggal responden ke tempat bekerja merupakan jarak yang harus ditempuh responden menuju tempat

bekerja. Semakin jauh jaraknya maka waktu yang terbuang semakin banyak, tingkat efisiensi waktu menurun.

Jarak tempuh sangat mempengaruhi pendapatan seseorang, karena semakin jauh jarak tempuh yang dilalui seseorang, maka pengeluaran yang harus dikeluarkan semakin besar sehingga dapat mengurangi pendapat. Selain itu waktu yang terbuang karna jarak tempuh terlalu jauh juga semakin banyak.

10. Minat Pembeli

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

Menurut Kotler (2018) minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya. Menurut Mc. Carthy minat beli merupakan dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang atau jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya. Jadi dapat disimpulkan minat beli konsumen adalah niatan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa dengan pertimbangan sebelum proses pembelian berlangsung.

Swastha dan Irawan mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Lidyawatie menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, yaitu:

- a. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya dan lain-lain.
- b. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi yang tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
- e. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Model	Hasil
1.	Niken, Eny dan Mei (2017) “Analisis Pendapatan Pedagang Tanaman Hias Pada Daerah Sentra Dan Non-Sentra Di Kecamatan Tawangmangu”	Pendapatan Pedagang, Umur Pedagang, Pengalaman Berdagang, Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Tenaga Kerja Dalam Keluarga, Luas Lahan	Deskriptif Analitis	Pendapatan pedagang tanaman hias pada daerah sentra dipengaruhi oleh faktor pengalaman berdagang, modal usaha, dan luas lahan. Sementara pendapatan pedagang tanaman hias pada daerah non sentra dipengaruhi oleh faktor pengalaman berdagang, modal usaha, dan jumlah tenaga kerja dalam keluarga.
2.	Fatmawati (2014) “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Pasar Raya Padang”	Pendapatan, Modal, Jam Kerja Dan Pengalaman Usaha	Regresi Linier Berganda	Variabel Modal, jam kerja dan pengalaman usaha berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan baik secara parsial maupun simultan.
3.	Samsul Ma’arif (2015) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang”	Modal, Lokasi Berdagang, Kondisi Tempat Berdagang, Pendapatan Pedagang	Regresi Linier Berganda	modal, lokasi berdagang, kondisi tempat berdagang secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan pada pendapatan pedagang pasar.
4.	Christi Mei Wulandari (2017) “Analisis Pendapatan	Pendapatan, Pedagang Pasar, Modal, Jam Kerja	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini adalah modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru

	Pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember”			Kencong Kabupaten Jember. Jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember. Modal dan jam kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember.
5.	Muhammad Ammar Allam, Dijan Rahajuni, Abdul Aziz Ahmad, Goro Binardjo (2019) “Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Pkl) Di Pasar Sunday Morning (Sunmor) Purwokerto”	Pendidikan, Modal, Jam Kerja, Jumlah Tenaga Kerja, Lokasi Berdagang, Jenis Barang Dagangan.	Regresi Linear Berganda	yang mempengaruhi pendapatan pedagang hanya modal, jam kerja dan jenis dagangan. Berdasarkan hal tersebut untuk meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima di pasar Sunmor diperlukan : kemudahan dalam akses permodalan melalui kredit perbankan; jam berdagang perlu ditingkatkan melalui pemberian fasilitas tempat berdagang yang memadai dan tidak mengganggu kepentingan pemakai jalan raya, dan perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan dalam menjajakan barang dagangannya.
6.	I Putu Rian Kusuma Jaya ., Drs. I Made Nuridja, M.Pd. ., Kadek Rai Suwena, S.Pd.,	Analisis Pendapatan, Pedagang.	Penelitian Ini Termasuk Jenis Penelitian Survei	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdagang di Pasar merupakan pekerjaan utama pedagang dan ada empat responden yang

	M.Pd. . (2014) “Analisis Pendapatan Pedagang (Studi Pada Pasar Anyar Di Kelurahan Banjar Tengah)”			mempunyai pekerjaan sampingan selain berdagang di Pasar Anyar.
7.	Rosetyadi Artistyan Firdausa, Fitrie Arianti (2013) “Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Jam Kerja terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Pasar Bintoro Demak”	Modal Usaha, Jam Kerja, Lama Usaha Dan Pendapatan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal usaha, lama usaha dan jam kerja berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah pendapatan pedagang kios Bintoro Demak. Pengaruh tiga variabel tersebut cukup besar yaitu sebesar 70,9% sedangkan sisanya yang sebesar 29,1% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.
8.	Asakdiyah dan Tina Sulistyani (2014) “Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta”	Modal Usaha, Jam Kerja, Jumlah Tenaga Kerja, Lama Usaha Dan Pendapatan	Regresi Linier Berganda	Hasil ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi tingkat pendapatan. Disamping itu, juga diperoleh nilai R^2 sebesar 0,697 yang menunjukkan bahwa variabel modal usaha, variabel jam kerja, variabel jumlah tenaga kerja, dan variabel lama usaha dapat menjelaskan variabel tingkat pendapatan pedagang

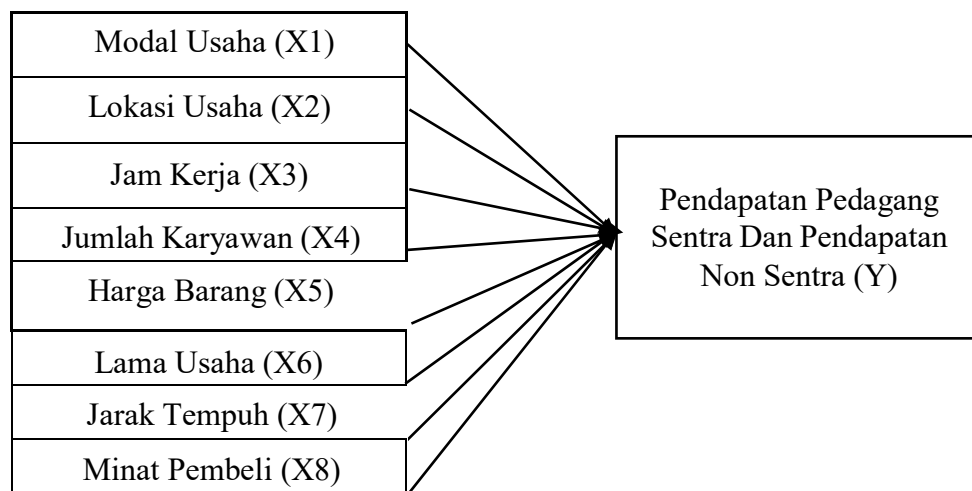
				pasar sebesar 69,7%, sedangkan sisanya yang sebesar 30,3% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian
9.	Dewa Made Aris Artaman (2015) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar”	Modal Usaha, Lama Usaha, Jam Kerja, Parker, Lokasi Usaha Dan Pendapatan	Analisis Simultan Dan Parsial	Hasil analisis secara simultan menunjukkan variabel modal usaha, lama usaha, jam kerja, parkir dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Seni Sukawati. Sementara hasil analisis secara parsial, variabel modal usaha, lama usaha, dan lokasi usaha mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang pasar Seni Sukawati sedangkan variabel jam kerja dan parkir secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang pasar Seni Sukawati
10.	Puji Yuniarti (2019) “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok”	Tingkat Pendidikan, Biaya, Modal Usaha, Durasi, Jam Kerja, Dan Pendapatan	Regresi Linier Berganda Biasa Least Square (OLS)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel pedagang Pendapatan pedagang pasar tradisional Cinere meliputi modal usaha (X2), Biaya (X3) dan jam kerja (X5). Sedangkan variabel tingkat pendidikan (X1)

				<p>dan lama usaha (X4) tidak sesuai dengan pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok. Selanjutnya variabel modal usaha, biaya, dan jam kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok.</p>
11.	<p>Wita Dwika Listihana dan Arizal N (2021) “Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Kaget Dimasa Pandemi Covid 19 Di Kelurahan Pematang Kapau Kecamatan Tenayan Raya Pekanbaru (Studi Kasus Pasar Kaget Nurul Ikhlas)”</p>	<p>Pendapatan Pedagang, Pandemi Covid 19</p>	<p>Analisis Deskriptif Kualitatif, Yang Dilakukan Melalui Hasil Wawancara Dengan Informan Yang Dibutuhkan Sesuai Dengan Penelitian Ini</p>	<p>Hasil Penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa omzet penjualan pedagang rata-rata setiap hari pasar mengalami penurunan sebesar 36 %. Sedangkan penurunan pendapatan yang diterima setiap hari pasar adalah rata-rata sebesar 31,5 %. Sampai saat ini ternyata perkembangan pedagang sangat maju sekali, walaupun dalam situasi pandemic covid 19, namun pemilik pasar berusaha membantu para masyarakat yang ingin meningkatkan usahanya melalui berdagang. Yaitu dengan cara membangun kios-kios kecil dipinggir jalan untuk disewakan.</p>
12.	<p>Marce Sherly Kase (2020) “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi</p>	<p>Pendapatan, Modal, Dan Jam Kerja</p>	<p>Regresi Linier Berganda</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal dan jam kerja berpengaruh secara parsial terhadap</p>

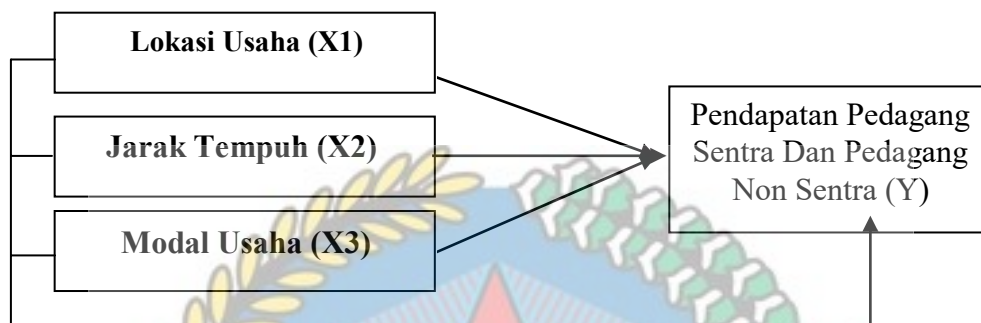
	Pendapatan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kota Kupang”			pendapatan. Hasil Uji Regresi berganda menunjukkan bahwa modal dan jam kerja berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan
13.	Budi Prayitno dan Renta Yustie (2021) “Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Surabaya Tahun 2020”	Pendapatan Pedagang, Penjualan Output, Gaji, Jam Kerja	Regresi Linier Berganda	Variabel bebas dalam penelitian yaitu penjualan output, gaji karyawan dan jam kerja memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap variabel terikat yaitu pendapatan pedagang di Pasar Pucang Surabaya tahun 2020.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka konseptual dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka CFA (Confirmatory Factor Analysis)



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Regresi Berganda

D. Hipotesis

Teori empirik yang dikemukakan oleh Ummar (2008) sebagai berikut : Hipotesis adalah suatu proposisi, kondisi atau prinsip untuk sementara waktu dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan supaya bisa ditarik suatu konsekuensi logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian tentang kebenarannya dengan menggunakan data empiris hasil penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Semua faktor-faktor (modal usaha, lokasi usaha, jam kerja, jumlah karyawan, harga barang, lama usaha, jarak tempuh dan minat pembeli) relevan dalam mempengaruhi pendapatan pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Medan.
2. Menganalisis dan mengetahui bagaimana faktor-faktor yang relevan tersebut mempengaruhi pendapatan pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian asosiatif/kuantitatif. Menurut Rusiadi (2013:14), Penelitian asosiatif/kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan dan pola/bentuk pengaruh antar dua variabel atau lebih, dimana dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Untuk mendukung analisis kuantitatif digunakan model *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dan Regresi Linier Berganda, dimana model ini mampu menjelaskan hubungan antara variabel dalam penelitian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan tahun 2022. Waktu penelitian yang direncanakan mulai Juli 2022 sampai dengan November 2022 dengan rincian waktu sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian

No	Aktivitas	Bulan/Tahun				
		Ags 2022	Sep 2022	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022
1	Pengajuan Judul					
2	Penyusunan Proposal					
3	Seminar Proposal					
4	P. Acc Proposal					
5	Pengolahan Data					
6	Penyusunan Skripsi					
7	Bimbingan Skripsi					
8	Meja Hijau					

C. Populasi dan sampel

1) Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarek kesimpulannya.” Populasi penelitian yang saya gunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pasar sentra dan pedagang non sentra di Pasaar Petisah Kota Medan sebanyak 400 orang pedandang.

Tabel 3.2. Data Pedagang di Pasar Petisah Tahun 2021

No	Jenis Pedagang Di Pasar Sentra		Jenis Pedagang Di Pasar Non Sentra	
	Pedagang	Jumlah	Pedagang	Jumlah
1	Emas	98	Nasi Goreng	8
2	Kain/Pakaian	159	Bakso	2
3	Sepatu	9	Nasi Soto	5
4	Tas	8	Keripik/Kerupuk	2
5	Kelontong	15	Minuman	11
6	Mainan Anak-anak	22	Somay	4
7	Hijab/Mukena	55	Lontong	2
Total		366	Total	34
Total Pedagang sebanyak 400 Toko				

Sumber: Data Primer, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat pedagang setra dan pedagang non sentra di pasar petisah bermacam-macam penjualan, dengan total pedagang sebnyak 400 pedagang sentra dan pedagang non sentra.

2) Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2012:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representative (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi.

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pasar sentra dan non sentra di Pajak Petisah Kota Medan, Cara pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin dalam Husein Umar (2007), sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan.

Tingkat kesalahan ditetapkan 5%.

Berikut perhitungannya ukuran sampelnya :

$$n = \frac{400}{1 + (400 \times 0.05^2)}$$

$$n = \frac{400}{1 + (400 \times 0.0025)}$$

$$n = \frac{400}{1 + 1}$$

$$n = \frac{400}{2}$$

n = 200 responden.

Jadi, dapat disimpulkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 orang responden.

D. Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan pada masalah dan hipotesis yang akan diuji, maka variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Deskripsi	Skala
1	Pendapatan Pedagang	Jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan, Pedagang sentra dan pedagang non sentra Pasar Petisah Kota Medan.	Likert
2	Modal Usaha	Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk output. Modal atau biaya adalah faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar	Likert
3	Lokasi Usaha	Lokasi adalah tempat untuk setiap bisnis dan merupakan suatu keputusan penting, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai	Likert
4	Jam Kerja	Periode waktu di mana seseorang melakukan pekerjaan untuk mendapatkan upah tertentu	Likert
5	Jumlah Karyawan	Tenaga kerja atau karyawan merupakan sumber daya manusia untuk melakukan pekerjaan	Likert
6	Harga Barang	Harga yaitu pendapatan yang diterima oleh penjual melalui pembelian sebuah produk yang dijual nya dan bagi konsumen harga yaitu sebuah pengorbanan atau pengeluaran untuk mendapatkan suatu barang	Likert
7	Lama Usaha	Lamanya seseorang pedagang menekuni usahanya maka akan meningkat pula pengetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatannya	Likert
8	Jarak Tempuh	Jarak merupakan perjalanan yang harus dilalui seseorang untuk mencapai tempat tujuan yang akan ia datangi	Likert
9	Minat Pembeli	minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya	Likert

E. Jenis Sumber Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Dimana pengertian dari data primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan respondenya itu kepada pedagang pasar yang bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian. Cara memperolehnya dengan menggunakan kuesioner dan atau wawancara terstruktur.

Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah diolah terlebih dahulu dan baru didapatkan oleh peneliti dari sumber yang lain sebagai tambahan informasi. Data sekunder yang digunakan berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS).

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang ditempuh untuk memperoleh data yang diperlukan dalam suatu penelitian dengan menggunakan suatu alat tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti serta untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2012). Wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur, dimana peneliti sudah menyiapkan draf pertanyaan (angket) sebelumnya.
- 2) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012). Jenis angket yang

digunakan adalah angket campuran, dimana angket tersebut terdiri dari pertanyaan-pertanyaan.

- 3) Metode Literatur (Studi Pustaka) merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur-literatur dan penerbitan seperti jurnal, buku-buku, artikel dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini (Sugiyono, 2012) metode pencarian data ini sangat bermanfaat karena dapat dilakukan dengan tanpa mengganggu obyek atau suasana peneliti. Sebagaimana penelitian pada umumnya, peneliti ini juga menggunakan berbagai sumber tertulis yang digunakan sebagai rujukan serta referensi dalam penulisan.
- 4) Dokumentasi merupakan proses pencatatan mengenai sebuah peristiwa yang telah berlalu (Sugiyono, 2012). Di dalam penelitian ini proses pencatatan yang dilakukan peneliti diantaranya berupa catatan pribadi, buku harian, foto-foto dan lainnya. Sehingga informasi-informasi yang diperoleh diharapkan dapat terdokumentasi dengan baik agar memudahkan peneliti dalam mengelola data di langkah selanjutnya.

G. Teknik Analisis Data

Model analisis dalam penelitian ini menggunakan model analisis data sebagai berikut :

1. *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*

Analisis faktor confirmatori (CFA) sendiri dikenal sebagai alat statistik yang berguna dalam menemukan bentuk konstruk dari kumpulan variabel manifestnya, atau menguji suatu variabel atas asumsi manifest yang membangunnya. Sehingga analisis *confirmatori* sangat cocok untuk

mengujikan suatu teori variabel atas manifes atau indikator-indikator yang membangunnya, dimana variabel tersebut diasumsikan hanya dapat diukur dengan indikator-indikator tersebut.

Analisis faktor konfirmatori (CFA), sebagaimana dijelaskan Tabachnick dan Fidell adalah “.. *sophisticated techniques used in the advanced stages of the research process to test a theory about latent process*”. Menurut Bachrudin, “analisis faktor konfirmatori bertujuan untuk mengevaluasi pola-pola hubungan antara beberapa konstruk. Setiap konstruk dibangun oleh indikator-indikator. Model analisis konfirmatori biasanya tidak diasumsikan arah hubungan antar konstruk, tetapi hanya adanya hubungan korelatif antar konstruk”. Dan menurut Ferdinand, “analisis faktor konfirmatori berangkat dari adanya teori dasar yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kajian terhadap teori menghantarkan peneliti untuk mengenali kembali konsep-konsep lama menjadi dasar membangun teori dasar dan mengembangkan konsep dan teori yang lebih sempurna”.

Jadi, CFA adalah analisis faktor yang digunakan dengan tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi secara empiris model pengukuran (*measurement model*) sebuah atau beberapa konstruk. Model pengukuran atau disebut juga model deskriptif adalah operasionalisasi variabel laten atau konstruk menjadi satu atau beberapa indikator atau beberapa variabel manifes yang dirumuskan menurut kajian teori tertentu. Dengan demikian, CFA tidak dimaksudkan untuk menghasilkan model, melainkan menguji model pengukuran yang dikembangkan atas dasar kajian teori tertentu.

CFA bertujuan untuk menemukan suatu cara meringkas informasi yang ada dalam variabel asli (awal) menjadi satu set dimensi baru atau faktor dengan rumus

$$X_i = B_{i1} F_1 + B_{i2} F_2 + B_{i3} F_3 + \dots + V_{\mu i}$$

Keterangan :

b_{i1} = variabel

X_i = Variabel ke-i yang dibakukan

B_{ij} = Koefisien regresi parsial untuk variabel i pada common factor ke-j

F_j = Common factor ke-i

V_i = Koefisien regresi yang dibakukan untuk variabel ke-i pada factor yang unik ke-i

μ_i = Faktor unik variabel

2. Regresi Linier Berganda

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary Least Square (OLS)*.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian asumsi residual yang berdistribusi normal. Asumsi ini harus tepenuhi untuk model regresi linier terbaik. Kurva yang menggambarkan distribusi normal adalah kurva normal yang berbentuk simetris. Untuk

menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal maka digunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test* terhadap masing-masing variabel. Hipotesis dalam pengujian ini adalah :

$H_0 : F(x) = F_0(x)$, dengan $F(x)$ adalah fungsi distribusi populasi yang diwakili oleh sampel dan $F_0(x)$ adalah fungsi distribusi suatu populasi berdistribusi normal.

$H_1 : F(x) \neq F_0(x)$ atau distribusi populasi tidak normal.

Pengambilan keputusan.

Jika Probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika Probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel prediktor/independen dalam suatu model regresi linear berganda. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dalam penelitian ini dengan menggunakan *Tolerance and Variance Inflation Factor (VIF)*. *Rule of thumb* yang digunakan sebagai pedoman jika VIF dari suatu variabel melebihi 10, dimana hal ini terjadi ketika nilai R^2 melebihi 0,90 maka suatu variabel dikatakan berkorelasi sangat tinggi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan yaitu model yang terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas, (Rusiadi, 2013). Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Model Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan melihat hubungan antara variabel (X_1), (X_2) dan (X_3) terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Y) dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Pertumbuhan Ekonomi

a = Konstanta

$X_{1,2,3}$ = $\beta_1, \beta_2, \beta_3$

b_1-b_2 = Koefisien regresi

e = Error

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisa data, baik dari percobaan yang terkontrol,

maupun dari observasi (tidak terkontrol). Dalam hal ini uji hipotesis dapat dibagi atas tiga bagian, yaitu :

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau biasanya lebih dikenal dengan uji t adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara terpisah/masing-masing/satu persatu. Uji parsial dikatakan signifikan apabila :

a) Nilai t -hitung $>$ t -tabel

T hitung dapat diperoleh melalui uji manual (menghitung sendiri) ataupun melalui hasil pengolahan data seperti Eviws 7. Sedangkan t tabel diperoleh hanya melalui uji manual dengan melihat nilai pada tabel t .

Nilai signifikan harus $<$ derajat kepercayaan (umumnya derajat kepercayaan penelitian adalah 0,05)

Nilai signifikan dapat diperoleh melalui uji manual maupun melalui hasil pengolahan Eviws. Apabila nilai signifikansi sebesar 0,000 maka dikatakan sangat signifikan.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak/bersama-sama atau sekaligus.

Sebagai contoh uji X_1 dan X_2 secara serentak terhadap Y .

Uji simultan dikatakan signifikan apabila :

- a) Nilai F hitung $>$ F tabel

F hitung dapat diperoleh melalui uji manual (menghitung sendiri) ataupun melalui hasil pengolahan data seperti Eviws 7. Sedangkan F tabel diperoleh hanya melalui uji manual dengan nilai pada tabel F .

- b) Signifikansi $F <$ derajat kepercayaan penelitian (0,05 pada umumnya)

Nilai signifikansi dapat diperoleh melalui uji manual maupun melalui hasil pengolahan Eviws 7. Apabila nilai signifikansi sebesar 0,000 maka dikatakan sangat signifikan.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Pasar Petisah Di Kota Medan

Pasar Petisah merupakan salah satu pasar tradisional yang cukup terkenal di Kota Medan. Pasar yang seusia Kota Medan ini selalu ramai dikunjungi oleh para pembeli, termasuk oleh para pelancong yang datang dari luar Kota Medan. Para pelancong tersebut biasanya membeli oleh-oleh untuk dibawa pulang.

Pasar ini awalnya terletak di Jalan WS. Parman Simpang Majestik yang dikenal dengan Pajak Bundar yang dibangun oleh Pemerintah Kolonial Belanda. Disebut Pajak Bundar (pajak sebutan orang medan untuk pasar) pada tahun 1909. Pada tahun 1974 pasar Bundar dipindahkan kelokasi sekarang, yang dulunya merupakan areal perkuburan etnis China. Areal perkuburan etnis China dipindahkan ke Tanjung Morawa.

Pasar ini dikenal kemudian dengan sebutan Pasar Petisah, karena terletak dikelurahan Petisah dan diresmikan oleh Walikota Medan Sukarni tahun 1975. Pasar ini direnovasi kembali tahun 2000 sehingga terlihat adanya perpaduan antara pasar tradisional dan modern.

Pasar yang bertingkat dua ini, para pengunjung dapat menemukan berbagai macam dagangan, mulai dari sayur-mayur, ikan asin, sampai busana dan perlengkapan elektronik. Barang-barang elektronik, pakaian jadi, dan

furniture berada di lantai atas, sedangkan para penjual sayur dan buah-buahan berada di lantai bawah. Di pasar ini juga banyak yang menjual hasil kerajinan tangan khas Sumatera Utara seperti patung kayu, gelang, kalung, tas anyaman, cincin, dan tikar anyaman. Untuk kerajinan bordir dan kebaya menempati lokasi di lantai satu dan beberapa berada di luar pasar dekat tempat parkir, sehingga cukup mudah dijangkau. Para pengunjung yang ingin membeli kebaya, dapat langsung memilih beraneka model dan warna yang banyak tersedia. Dan jika ingin membuat kebaya yang didesain sendiri, di lokasi ini juga tersedia para penjahit yang siap membuat kebaya yang sesuai dengan keinginan pembeli.

Pasar ini juga dijual berbagai manisan buah tanpa bahan pengawet, seperti manisan buah mangga, kedondong, salak, rambutan, dan jambu biji, sehingga merupakan tempat yang ideal bagi penikmat manisan. Hal yang menarik adalah di sekitar botol-botol manisan, banyak dihinggapi lebah madu, sebagai penanda manisnya buah manisan.

Salah satu keistimewaan pasar ini terletak pada lokasinya yang berada di pusat kota Medan, sehingga memudahkan bagi pelancong untuk menjangkaunya. Di samping itu, walaupun pasar ini terlihat besar seperti mal, setelah mengalami renovasi pada tahun 2000, tapi nuansa pasar tradisionalnya masih sangat terasa. Di pasar ini, kita akan menemukan para pedagang dan pembeli yang beradu kepiawaian dalam menawar barang-barang yang hendak dibeli. Kegiatan tawar-menawar harga tersebut, baik langsung atau tidak, menumbuhkan keakraban antara penjual dan pembeli. Kenyaman pembeli di

pasar ini juga didukung pula oleh suasana pasar yang tertata rapi dan area parkir yang tidak begitu semrawut.

Keistimewaan lainnya adalah nuansa pasar yang tampak multikultural. Para penjualnya berasal dari beragam suku bangsa, seperti Tamil-India, Cina, Padang, Aceh, Batak, Jawa, dan Melayu. Mereka umumnya memperlihatkan keramahan kepada para pembeli, sehingga cepat akrab dengan orang yang baru dikenal. Situasi pasar yang demikian nyaman akan menjadi kenangan yang tak terlupakan, khususnya bagi orang-orang yang berasal dari luar Medan.



Gambar 4.1 Lokasi Penelitian Pasar Petisah

2. Deskripsi Karakter Responden

Dalam penelitian ini terkumpul data primer yang diambil dari 200 responden untuk mengetahui tanggapan mereka tentang modal usaha, lokasi usaha, jam kerja, jumlah karyawan, harga barang, lama usaha, jarak tempuh, minat pembeli dan pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra Pasar Petisah di Kota Medan, Sumatera Utara.

Karakteristik responden yang akan diuraikan berikut ini mencerminkan bagaimana keadaan responden yang diteliti meliputi pekerjaan, jenis kelamin, usia, pendidikan dan jumlah tanggungan.

a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin yang ada pada pasar Petisah Kota Medan, Sumatera Utara, dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	107	53.5	53.5	53.5
Perempuan	93	46.5	46.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa mayoritas pedagang di pasar Petisah yang menjadi responden berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 107 orang atau sebesar 53,5% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 93 orang atau sebesar 46,5%.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambaran responden berdasarkan Usia yang ada pada pasar Petisah Kota Medan, Sumatera Utara, dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
10-15 Tahun	25	12.5	12.5	12.5
15-20 Tahun	37	18.5	18.5	31.0
25-30 Tahun	46	23.0	23.0	54.0
30-45 Tahun	92	46.0	46.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa mayoritas pedagang di pasar Petisah yang menjadi responden berusia 10-15 tahun, yaitu sebanyak 25 orang atau sebesar 12,5%, yang berusia 15-20 tahun, yaitu sebanyak 37 orang atau sebesar 18,5%, yang berusia 25-30 tahun, yaitu sebanyak 46 orang atau sebesar 23,0%, dan yang berusia 30-45 tahun, yaitu sebanyak 92 atau sebesar 46,5%. Dapat disimpulkan rata-rata responden di pasar Petisah ialah pedagang yang berusia 30-45 tahun.

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambaran responden berdasarkan pekerjaan yang ada pada pasar Petisah Kota Medan, Sumatera Utara, dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut :

Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Penggalas	55	27.5	27.5	27.5
Pedagang	120	60.0	60.0	87.5
Buruh Harian	25	12.5	12.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa mayoritas yang ada di pasar Petisah yang menjadi responden bekerja sebagai penggalas sebanyak 55 responden atau sebesar 27,5%, bekerja sebagai pedagang sebanyak 120 responden atau sebesar 60,0%, dan bekerja sebagai buruh harian sebanyak 25 responden atau sebesar 12,5%.

d) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Gambaran responden berdasarkan pendidikan terakhir yang ada pada pasar Petisah Kota Medan, Sumatera Utara, dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	21	10.5	10.5	10.5
SMP	88	44.0	44.0	54.5
SMA	88	44.0	44.0	98.5
Sarjana	3	1.5	1.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa mayoritas pedagang di pasar Petisah yang menjadi responden berpendidikan SD sebanyak 21 orang atau sebesar 10,5%, berpendidikan SMP sebanyak 88 orang atau sebesar 44,0%, berpendidikan SMA sebanyak 88 orang atau sebesar 44,0% dan berpendidikan Sarjana sebanyak 3 orang atau sebesar 1,5%. Dapat disimpulkan bahwasannya rata-rata pedagang di pasar Petisah memiliki pendidikan terakhir SMP dan SMA.

e) Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

Gambaran responden berdasarkan jumlah anggota keluarga yang ada pada pasar Petisah Kota Medan, Sumatera Utara, dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5 Jumlah Karakteristik Berdasarkan Tanggungan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1-3 Orang	5	2.5	2.5	2.5
2-4 Orang	65	32.5	32.5	35.0
3-5 Orang	130	65.0	65.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa mayoritas pedagang di pasar Petisah yang menjadi responden memiliki jumlah tanggungan 1-3 orang

sebanyak 5 responden atau sebesar 2,5%, jumlah tanggungan 2-4 orang sebanyak 65 responden atau sebesar 32,5%, jumlah tanggungan 3-5 orang sebanyak 130 responden atau sebesar 65,0%.

3. Deskripsi variabel Penelitian

a) Variabel Modal Usaha (X1)

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk output. Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang bersama dengan faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Modal atau biaya adalah faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar.

Tabel 4.6 Tabulasi Jawaban Tentang Menggunakan Modal Sendiri Untuk Membuka Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Benar	2	1.0	1.0	1.0
Benar	75	37.5	37.5	38.5
Kurang Benar	116	58.0	58.0	96.5
Tidak Benar	4	2.0	2.0	98.5
Sangat Tidak Benar	3	1.5	1.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan apakah bapak/ibu menggunakan modal sendiri untuk membuka usaha, sebanyak 2 responden atau sebesar 1.0% menyatakan sangat benar, sebanyak 75 responden atau sebesar 37.5% menyatakan benar, sebanyak 116 responden atau sebesar 58.0% menyatakan kurang benar, sebanyak 4 responden atau sebesar 2.0% menyatakan tidak benar, dan sebanyak 3

responden atau 1.5% menyatakan sangat tidak benar. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menyatakan kurang benar dalam menggunakan modal sendiri dalam membuka usaha di pasar Pesisir kota Medan.

Tabel 4.7 Tabulasi Jawaban Tentang Memiliki Pinjaman Untuk Menambah Modal Untuk Membuka Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat memiliki	4	2.0	2.0	2.0
Memiliki	114	57.0	57.0	59.0
Kurang memiliki	79	39.5	39.5	98.5
Tidak memiliki	2	1.0	1.0	99.5
Sangat tidak memiliki	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan apakah bapak/ibu memiliki pinjaman untuk menambah modal untuk membuka usaha, sebanyak 4 responden atau sebesar 2.0% menyatakan sangat memiliki, sebanyak 114 responden atau sebesar 57.0% menyatakan memiliki, sebanyak 79 responden atau sebesar 39.5% menyatakan kurang memiliki, sebanyak 2 responden atau sebesar 1.0% menyatakan tidak memiliki, dan sebanyak 1 responden atau sebesar 0.5% menyatakan sangat tidak memiliki. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menyatakan memiliki pinjaman untuk menambah modal untuk membuka usaha di pasar pesisir kota Medan.

Tabel 4.8 Tabulasi Jawaban Tentang Modal Yang Ada Dapat Mencukupi Untuk Membuka Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat mencukupi	2	1.0	1.0	1.0
Mencukupi	124	62.0	62.0	63.0
Kurang mencukupi	64	32.0	32.0	95.0
Tidak mencukupi	6	3.0	3.0	98.0
Sangat tidak mencukupi	4	2.0	2.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan apakah dengan modal yang ada dapat mencukupi untuk membuka usaha, sebanyak 2 responden atau sebesar 1.0% menyatakan sangat mencukupi, sebanyak 124 responden atau sebesar 62.0% menyatakan mencukupi, sebanyak 64 responden atau sebesar 32.0% menyatakan kurang mencukupi, sebanyak 6 responden atau sebesar 3.0% menyatakan tidak mencukupi, dan sebanyak 4 responden atau sebesar 2.0% menyatakan sangat tidak mencukupi. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menyatakan mencukupi dengan modal yang ada dapat mencukupi untuk membuka usaha di pasar Petisah kota Medan.

b) Variabel Lokasi Usaha X2

Lokasi adalah tempat untuk setiap bisnis dan merupakan suatu keputusan penting, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai.

Tabel 4.9 Tabulasi Jawaban Tentang Lokasi Usaha Bapak/Ibu Dapat Dijangkau Oleh Masyarakat Sekitar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat dijangkau	143	71.5	71.5	71.5
Dijangkau	56	28.0	28.0	99.5
Kurang dijangkau	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan apakah lokasi usaha bapak/ibu dapat dijangkau oleh masyarakat sekitar, sebanyak 143 responden atau sebesar 71,5% menyatakan sangat dijangkau, sebanyak 56 responden atau sebesar 28,0% menyatakan dijangkau dan sebanyak 1 responden atau sebesar 0,5% menyatakan kurang terjangkau. Jadi dapat disimpulkan bahwasannya banyak responden menyatakan lokasi usaha di pasar petisah sangatlah terjangkau untuk para masyarakat yang berdomisili di Kota Medan.

Tabel 4.10 Tabulasi Jawaban Tentang Lokasi Usaha Strategi Untuk Memasarkan Produk-Produk/ Dagangannya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat strategi	141	70.5	70.5	70.5
Strategi	58	29.0	29.0	99.5
Kurang strategi	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan apakah lokasi usaha bapak/ibu strategi untuk memasarkan produk-produk/ dagangannya, sebanyak 141 responden atau sebesar 70,5% menyatakan sangat stategi, sebanyak 58 responden atau sebesar 29,0% menyatakan

strategi dan sebanyak 1 responden atau sebesar 0,5% menyatakan kurang strategi. Jadi dapat disimpulkan dari pernyataan diatas banyak responden menyatakan sangat strategi lokasi usaha di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.11 Tabulasi Jawaban Tentang Lokasi Usaha Dapat Meningkatkan Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat meningkatkan	141	70.5	70.5	70.5
Meningkatkan	57	28.5	28.5	99.0
Kurang meningkatkan	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan apakah dengan lokasi usaha sekarang dapat meningkatkan pendapatan bapak/ibu, sebanyak 141 responden atau sebesar 70,5% menyatakan sangat meningkatkan, sebesar 57 responden atau sebesar 28,0% menyatakan meningkatkan dan sebanyak 2 responden atau sebesar 1,0% menyatakan kurang meningkatkan. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab sangat meningkatkan pendapatan dengan lokasi sekarang di pasar Petisah Kota Medan.

c) Variabel X3

Lokasi adalah tempat untuk setiap bisnis dan merupakan suatu keputusan penting, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai.

Tabel 4.12 Tabulasi Jawaban Tentang Ada Jam Kerja Yang Di Tentukan Setiap Harinya Dalam Menjual Produk-Produk/ Dagangan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Ada	143	71.5	71.5	71.5
Ada	56	28.0	28.0	99.5
Kurang Ada	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah ada jam kerja yang di tentukan setiap harinya dalam menjual produk-produk/ dagangan bapak/ibu, sebanyak 143 responden atau sebesar 71,5% menyatakan sangat ada, sebantak 56 responden atau sebesar 28,0% menyatakan ada dan sebanyak 1 responden atau sebesar 0,5% meenyatakan kurang ada.jadi dapat kita simpulkan banyak responden menjawab sangat ada jam kerja yang ditentukan di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.13 Tabulasi Jawaban Tentang Setiap Harinya Jam Kerja Dalam Berjualan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
8 jam sehari	141	70.5	70.5	70.5
10 jam sehari	58	29.0	29.0	99.5
12 jam sehari	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Dalam setiap harinya berapa jam kerja bapak/ibu dalam berjualan, sebanyak 141 sebesar 70,5% menyatakan 8 jam sehari, sebanyak 58 responden atau sebesar 29,0% menyatakan 10 jam sehari, dan sebanyak 1 responden atau

sebesar 0,5% menyatakan 12 jam sehari. Jadi dapat disimpulkan rata-rata 8 jam sehari jam kerja di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.14 Tabulasi Jawaban Tentang Jam Kerja Yang Sudah Ditetapkan Dapat Meningkatkan Hasil Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat meningkatkan	141	70.5	70.5	70.5
Meningkatkan	57	28.5	28.5	99.0
Kurang meningkatkan	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah dengan jam kerja yang sudah ditetapkan dapat meningkatkan hasil pendapatan, sebanyak 141 responden atau sebesar 70,5% menyatakan sangat meningkatkan, sebanyak 57 responden atau sebesar 28,5% menyatakan meningkatkan dan sebanyak 2 responden atau sebesar 1,0% menyatakan kurang meningkatkan.jadi dapat disimpulkan bahwasannya banyak responden menyatakan sangat meningkatkan pendapatan dengan jam kerja yang sudah ditetapkan di pasar Petisah Kota Medan.

d) Variabel X4

Periode waktu di mana seseorang melakukan pekerjaan untuk mendapatkan upah tertentu.

Tabel 4.15 Tabulasi Jawaban Tentang Memiliki Karyawan Dalam Membantu Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Memiliki	143	71.5	71.5	71.5
Kurang Memiliki	56	28.0	28.0	99.5
Tidak Memiliki	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah bapa/ibu memiliki karyawan dalam membantu usaha, sebanyak 143 responden atau sebesar 71,5% menyatakan memiliki, sebanyak 56 responden atau sebesar 28,0% menyatakan kurang memiliki dan sebanyak 1 reesponden atau sebesar 0,5% menyatakan tidak memiliki. Jadi dapat disimpulkan pedangan di pasar Petisah Kota Medan memiliki karyawan.

Tabel 4.16 Tabulasi Jawaban Tentang Jumlah Karyawan Yang Dimiliki

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3-4 orang	141	70.5	70.5	70.5
5-6 orang	58	29.0	29.0	99.5
7-8 orang	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Berapakah jumlah karyawan yang bapak/ibu miliki, sebanyak 141 responden atau sebesar 70,5% menyatakan 3-4 orang, sebesar 58 responden atau sebesar 29,0% menyatakan 5-6 orang dan sebanyak 1 responden atau sebesar 0,5% menyatakan 7-8 orang. Jadi dapat simpulkan banyak responden menjawab 3-4 orang karyawan di tempat usaha pedangan di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.17 Tabulasi Jawaban Tentang Adanya Karyawan Membantu Meningkatkan Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat meningkatkan	141	70.5	70.5	70.5
Meningkatkan	57	28.5	28.5	99.0
Kurang menigkatkan	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah dengan adanya karyawan membantu atau meningkatkan pendapatan bapak/ibu, sebanyak 141 responden atau sebesar 70,5 responden menyatakan sangat meningkatkan, sebanyak 57 responden atau sebesar 28,5% menyatakan meningkatkan dan sebanyak 2 responden atau sebesar 1,0% menyatakan kurang meningkatkan. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab sangat meningkatkan dengan adanya karyawan di pasar Petisah Kota Medan.

e) Variabel X5

Tenaga kerja atau karyawan merupakan sumber daya manusia untuk melakukan pekerjaan.

Tabel 4.18 Tabulasi Jawaban Tentang Harga Barang Yang Dijual Berpengaruh Pada Kualitas Barang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Berpengaruh	33	16.5	16.5	16.5
Berpengaruh	135	67.5	67.5	84.0
Kurang Berpengaruh	32	16.0	16.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah harga barang yang dijual berpengaruh pada kualitas barang, sebanyak 33 responden atau sebesar 16,5% menyatakan sangat berpengaruh, sebanyak 135 responden atau sebesar 67,5% menyatakan berpengaruh dan sebanyak 32 responden atau sebesar 16,5% menyatakan kurang berpengaruh. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab

berpengaruh kualitas barang dan harga yang dijualkan di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.19 Tabulasi Jawaban Tentang Masih Ada Persaingan Antar Penjual Eceran Dan Penjual Grosiran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat Ada	47	23.5	23.5	23.5
Ada	127	63.5	63.5	87.0
Kurang Ada	26	13.0	13.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah masih ada persaingan antar penjual eceran dan penjual grosiran, sebanyak 47 responden atau sebesar 23,5% meyakini sangat ada, sebanyak 127 responden atau sebesar 63,5% meyakini ada dan sebanyak 26 responden atau sebesar 13,0% meyakini kurang ada. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab ada persaingan harga antara penjual grosir dengan eceran di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.20 Tabulasi Jawaban Tentang Persaingan Harga Antar Agen Memberikan Perubahan Dari Hasil Pendapatan Pedagang Sekitar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Memberi	22	11.0	11.0	11.0
Memberi	128	64.0	64.0	75.0
Kurang Memberi	46	23.0	23.0	98.0
Tidak Memberi	2	1.0	1.0	99.0
Sangat Tidak Memberi	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah persaingan harga antar agen memberikan perubahan dari hasil pendapatan pedagang sekitar, sebanyak 22 responden atau sebesar 11,0% menyatakan sangat memberikan, sebanyak 128 responden atau sebesar 64,0% menyatakan memberikan, sebanyak 46 responden atau sebesar 23,0% menyatakan kurang memberikan, sebanyak 2 responden atau sebesar 1,0% menyatakan tidak memberikan dan sebanyak 2 responden atau sebesar 1,0% menyatakan sangat tidak memberikan. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab memberikan perubahan hasil pendapatan pedagang di pasar petisah Kota Medan.

f) Variabel X6

Harga yaitu pendapatan yang diterima oleh penjual melalui pembelian sebuah produk yang dijual nya dan bagi konsumen harga yaitu sebuah pengorbanan atau pengeluaran untuk mendapatkan suatu barang.

Tabel 4.21 Tabulasi Jawaban Tentang Usaha Yang Dimiliki Sudah Lama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Lama	33	16.5	16.5	16.5
Lama	135	67.5	67.5	84.0
Kurang Lama	32	16.0	16.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah usaha yang bapak/ibu miliki sudah lama, sebanyak 33 responden atau sebesar 16,5% menyatakan sangat lama, sebanyak 135 responden atau sebesar

67,5% menyatakan lama, sebanyak 32 responden atau sebesar 16,0% menyatakan kurang lama. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab sudah lama memiliki usaha di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.22 Tabulasi Jawaban Tentang Lama Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2-5 Tahun	47	23.5	23.5	23.5
6-10 Tahun	127	63.5	63.5	87.0
11-15 Tahun	26	13.0	13.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Berapa lama usaha bapak/ibu, sebanyak 47 responden atau sebesar 23,5% menyatakan 2-5 tahun, sebanyak 127 responden atau sebesar 63,5% menyatakan 6-10 tahun, dan sebanyak 26 responden atau sebesar 13,0% menyatakan 11-15 tahun. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab 6-10 tahun lamanya usaha pedangan di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.23 Tabulasi Jawaban Tentang Lamanya Usaha Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Sehari-Harinya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Mempengaruhi	22	11.0	11.0	11.0
Mempengaruhi	128	64.0	64.0	75.0
Kurang Mempengaruhi	46	23.0	23.0	98.0
Tidak Mempengaruhi	2	1.0	1.0	99.0
Sangat Tidak Mempengaruhi	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah dengan lamanya usaha bapak/ibu mempengaruhi tingkat pendapatan sehari-harinya, sebanyak 22 responden atau sebesar 11,0% menyatakan sangat mempengaruhi, sebanyak 128 responden atau sebesar 64,0% menyatakan mempengaruhi, sebanyak 46 responden atau sebesar 23,05 menyatakan kurang mempengaruhi, sebesar 2 responden atau sebesar 1,0% menyatakan tidak mempengaruhi dan sebesar 2 responden atau sebesar 1,0% menyatakan sangat tidak mempengaruhi. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menyatakan mempengaruhi dengan lamanya usaha pedagang di pasar Petisah Kota Medan.

g) Variabel X7

Lamanya seseorang pedagang menekuni usahanya maka akan meningkat pula pengetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatannya.

Tabel 4.24 Tabulasi Jawaban Tentang Jarak Tempuh Lokasi Usaha Dekat Dengan Masyarakat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Dekat	33	16.5	16.5	16.5
Dekat	135	67.5	67.5	84.0
Kurang Dekat	32	16.0	16.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah jarak tempuh lokasi usaha dekat dengan masyarakat, sebanyak 33 responden atau sebesar 16,5% menyatakan sangat dekat, sebanyak 135 responden

atau sebesar 67,5% menyatakan dekat, dan sebanyak 32 responden atau sebesar 16,0% menyatakan kurang dekat. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab dekat jarak tempuh masyarakat dengan lokasi usaha pedagang di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.25 Tabulasi Jawaban Tentang Jarak Tempuh Usaha Berpengaruh Pada Minat Pembeli

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Berpengaruh	47	23.5	23.5	23.5
Berpengaruh	127	63.5	63.5	87.0
Kurang Berpengaruh	26	13.0	13.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah jarak tempuh usaha berpengaruh pada minat pembeli, sebanyak 47 responden atau sebesar 23,5% menyatakan sangat berpengaruh, sebanyak 127 responden atau sebesar 63,5% menyatakan berpengaruh dan sebanyak 26 responden atau sebesar 13,0% menyatakan kurang berpengaruh. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab berpengaruh jarak tempuh dan minat pemberi di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.26 Tabulasi Jawaban Tentang Jarak Tempuh Berpengaruh Terhadap Peningkatan Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Berpengaruh	22	11.0	11.0	11.0
Berpengaruh	128	64.0	64.0	75.0
Kurang Berpengaruh	46	23.0	23.0	98.0
Tidak Berpengaruh	2	1.0	1.0	99.0
Sangat Tidak Berpengaruh	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah jarak tepuh berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan bapak/ibu, sebanyak 22 responden atau sebesar 11,0% menyatakan sangat berpengaruh, sebanyak 128 responden atau sebesar 64,0% menyatakan berpengaruh, sebanyak 46 responden atau sebesar 23,05 menyatakan kurang berpengaruh, sebanyak 2 responden atau sebesar 1,05 menyatakan tidak berpengaruh dan sebanyak 2 responden atau sebesar 1,0% menyatakan sangat tidak berpengaruh. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab berpengaruh antara jarak tepuh pembeli dan peningkatan pendapatan pedagang di pasar Petisah Kota Medan.

h) Variabel X8

Jarak merupakan perjalanan yang harus dilalui seseorang untuk mencapai tempat tujuan yang akan ia datangi.

Tabel 4.27 Tabulasi Jawaban Tentang Kualitas Dan Bahan Berpengaruh Pada Minat Beli Masyarakat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Berpengaruh	33	16.5	16.5	16.5
Berpengaruh	135	67.5	67.5	84.0
Kurang Berpengaruh	32	16.0	16.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah kualitas dan bahan berpengaruh pada minat beli masyarakat, sebanyak 33 responden atau sebesar 16,5% menyatakan sangat berpengaruh, sebanyak

135 responden atau sebesar 67,5% menyatakan berpengaruh dan sebanyak 32 responden atau sebesar 16,0% menyatakan kurang berpengaruh. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab berpengaruh antara kualitas dan bahan dengan minat pembeli di pasar Petisah Kota Medan.

Tabel 4.28 Tabulasi Jawaban Tentang Minat Pembeli Berpengaruh Pada Kondisi Pandemi Covid-19 Saat Ini

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Berpengaruh	47	23.5	23.5	23.5
Berpengaruh	127	63.5	63.5	87.0
Kurang Berpengaruh	26	13.0	13.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah minat pembeli berpengaruh pada kondisi pandemik covid-19 saat ini, sebanyak 47 responden atau sebesar 23,5% menyatakan sangat berpengaruh, sebanyak 127 responden atau sebesar 63,5% menyatakan berpengaruh dan sebanyak 26 responden atau sebesar 13,0% menyatakan kurang berpengaruh. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab berpengaruh minat pembeli dengan pandemik covid-19 yang sedang melanda diseluruh dunia.

Tabel 4.29 Tabulasi Jawaban Tentang Minat Pembeli Berpengaruh Pada Tingkat Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Berpengaruh	22	11.0	11.0	11.0
Berpengaruh	128	64.0	64.0	75.0
Kurang Berpengaruh	46	23.0	23.0	98.0
Tidak Berpengaruh	2	1.0	1.0	99.0
Sangat Tidak Berpengaruh	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 23.0

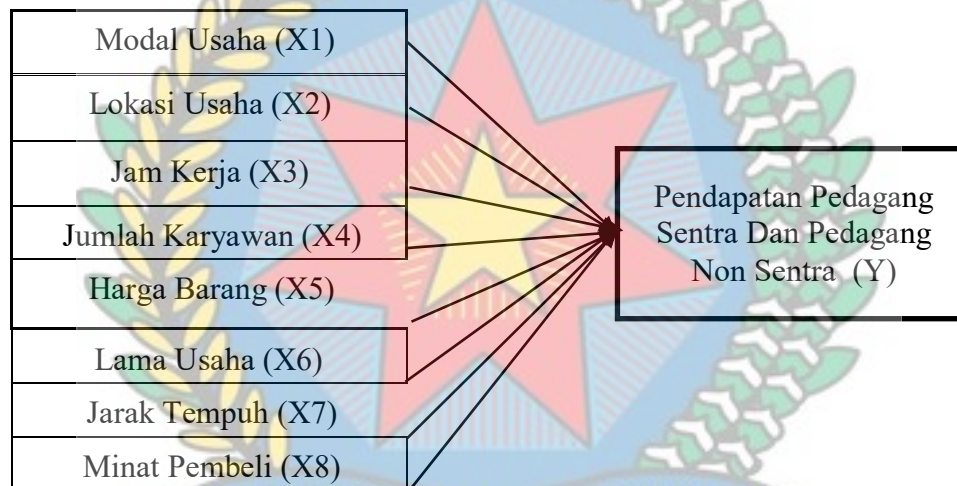
Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan Apakah minat pembeli berpengaruh pada tingkat pendapatan bapak/ibu, sebanyak 22 responden atau sebesar 11,0% menyatakan sangat berpengaruh, sebanyak 128 responden atau sebesar 64,0% menyatakan berpengaruh, sebanyak 46 responden atau sebesar 23,0% menyatakan kurang berpengaruh, sebanyak 2 responden atau sebesar 1,0% menyatakan tidak berpengaruh dan sebanyak 2 responden atau sebesar 1,0% menyatakan sangat tidak berpengaruh. Jadi dapat disimpulkan banyak responden menjawab berpengaruh antara minat pembeli dan pendapatan pedagang di pasar Petisah Kota Medan

4. Hasil Analisis Data *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Untuk menganalisis data hasil penelitian maka peneliti melakukan dan menerapkan teknik analisis deskriptif yaitu dengan menganalisis serta pengelompokkan, kemudian diinterpretasikan sehingga akan diperoleh gambaran yang sebenarnya tentang masalah yang diteliti. Selanjutnya dilakukan analisis faktor yang bertujuan untuk menemukan suatu cara

meringkas informasi yang ada dalam variabel asli (awal) menjadi satu set dimensi baru atau variabel (faktor).

Hal pertama yang harus dilakukan dalam analisis faktor adalah menilai variabel mana saja yang layak untuk dimasukkan kedalam analisis selanjutnya.



Gambar 4.2 Kerangka *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Analisis faktor menghendaki bahwa matrik data harus memiliki korelasi yang cukup agar dapat dilakukan analisis faktor, untuk itu dilakukan pengujian sebagai berikut:

- a) *Barlett's test of Sphericity* yang dipakai untuk menguji bahwa variabel-variabel dalam sampel berkorelasi.
- b) Uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) untuk mengetahui kecukupan sampel atau pengukuran kelayakan sampel. Analisis faktor dianggap layak jika nilai KMO > 0,5.
- c) Uji *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) yang digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar variabel dengan kriteria MSA > 0,5

Adapun hasil dari pengujian *Barlett's test of Sphericity* dan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dengan bantuan *software* SPSS 23 terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.30 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.453
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	175.209
	Df	36
	Sig.	.000

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Tabel diatas menunjukkan nilai yang diperoleh dari uji *Barlett's test of Sphericity* adalah sebesar 175.209 dengan signifikansi 0,000, hal ini berarti bahwa antar variabel terjadi korelasi (signifikan $< 0,050$). Hasil uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) diperoleh nilai 0,453 dimana angka tersebut sudah diatas 0,5. Dengan demikian variabel-variabel dalam penelitian ini dapat diproses lebih lanjut.

Langkah berikutnya adalah pengujian *Measure of Sampling Adequacy* (MSA), dimana setiap variabel dianalisis untuk mengetahui variabel mana yang dapat diproses lebih lanjut dan mana yang harus dikeluarkan. Untuk dapat diproses lebih lanjut setiap variabel harus memiliki nilai $MSA > 0,5$. Nilai MSA tersebut terdapat dalam tabel *Anti-Image Matrice* pada bagian *Anti-Image Correlation* yaitu angka korelasi yang bertanda "a" dengan arah diagonal dari kiri atas ke kanan bawah. Adapun hasil uji MSA untuk variabel penelitian ini terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.31 Anti-image Matrices

		Mod al Usah a	Loka si Usah a	Jam Kerja	Juml ah Kary awan	Harg a Barang	Lama Usah a	Jarak Tempu	Minat Pembeli	Pend apatan
Anti- image Covaria nce	Modal Usaha	.966	-.011	.028	-.007	.055	-.048	-.097	-.108	.074
	Lokasi Usaha	-.011	.475	-.337	.081	-.107	-.098	.061	-.017	-.038
	Jam Kerja	.028	-.337	.465	-.115	.070	.129	-.030	.028	.078
	J. Karyawan	-.007	.081	-.115	.931	.034	-.128	.146	-.014	-.033
	Harga Barang	.055	-.107	.070	.034	.962	.083	-.021	-.009	.003
	Lama Usaha	-.048	-.098	.129	-.128	.083	.927	.002	.078	.101
	Jarak Tempu	-.097	.061	-.030	.146	-.021	.002	.947	.027	-.103
	Minat Pembeli	-.108	-.017	.028	-.014	-.009	.078	.027	.978	-.042
	Pendapatan	.074	-.038	.078	-.033	.003	.101	-.103	-.042	.959
Anti- image Correlat ion	Modal Usaha	.479 ^a	-.016	.042	-.008	.057	-.051	-.101	-.111	.077
	Lokasi Usaha	-.016	.469 ^a	-.716	.122	-.158	-.148	.092	-.025	-.057
	Jam Kerja	.042	-.716	.467 ^a	-.175	.105	.196	-.045	.041	.117
	J. Karyawan	-.008	.122	-.175	.375 ^a	.036	-.138	.156	-.015	-.035
	Harga Barang	.057	-.158	.105	.036	.372 ^a	.088	-.022	-.009	.003
	Lama Usaha	-.051	-.148	.196	-.138	.088	.319 ^a	.002	.082	.107
	Jarak Tempu	-.101	.092	-.045	.156	-.022	.002	.489 ^a	.028	-.108
	Minat Pembeli	-.111	-.025	.041	-.015	-.009	.082	.028	.444 ^a	-.043
Pendapatan	.077	-.057	.117	-.035	.003	.107	-.108	-.043	.439 ^a	

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Dari tabel diatas diketahui bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki nilai MSA > 0,5 sehingga variabel dapat dianalisis secara keseluruhan lebih lanjut.

Selanjutnya untuk melihat variabel mana yang memiliki nilai *communalities correlation* di atas atau di bawah 0,5 atau diatas 50% dapat dilihat pada tabel *comunalities* berikut ini :

Tabel 4.32 Communalities

	Initial	Extraction
Modal Usaha	1.000	.691
Lokasi Usaha	1.000	.827
Jam Kerja	1.000	.833
Jumlah Karyawan	1.000	.536
Harga Barang	1.000	.234
Lama Usaha	1.000	.484
Jarak Tempu	1.000	.538
Minat Pembeli	1.000	.730
Pendapatan	1.000	.370

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Hasil analisis data menunjukkan semakin besar *communalities* sebuah variabel, berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Tabel *communalities* menunjukkan hasil *extraction* secara individu terdapat delapan variabel yang memiliki kontribusi yang melebihi 0,5 atau 50% yaitu modal usaha, lokasi usaha, jam kerja, jumlah karyawan, harga barang, lama usaha, jarak tempuh, minat pembeli dan pendapatan pedagang. Namun kelayakan selanjutnya harus diujidengan *variance Explained*.

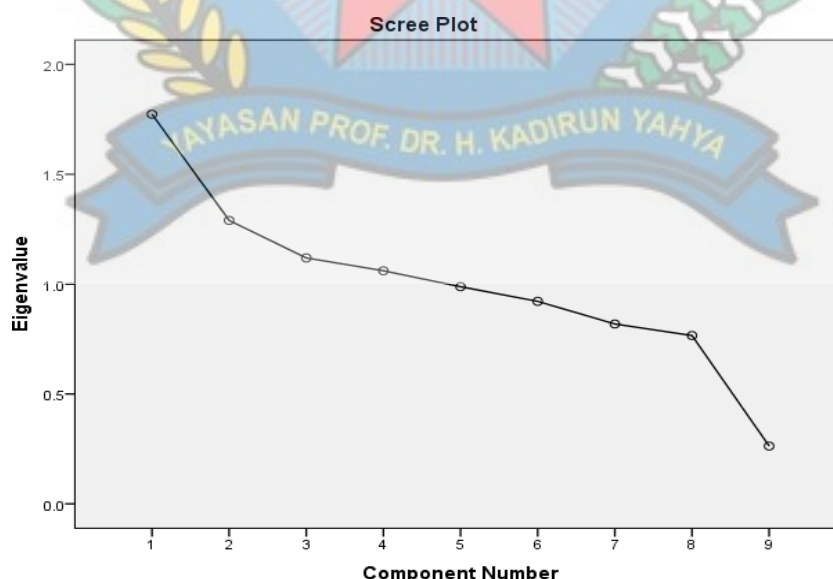
Tabel 4.33 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.773	19.703	19.703	1.773	19.703	19.703	1.735	19.276	19.276
2	1.290	14.332	34.035	1.290	14.332	34.035	1.211	13.453	32.729
3	1.119	12.435	46.469	1.119	12.435	46.469	1.188	13.195	45.924
4	.961	11.787	48.256						
5	.988	10.979	69.235						
6	.921	10.239	79.474						
7	.819	9.096	88.569						
8	.766	8.510	97.079						
9	.263	2.921	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan hasil total *variance explained* pada tabel *initial Eigenvalues*, diketahui bahwa hanya ada 3 komponen variabel yang menjadi faktor mempengaruhi pendapatan pedagang. *Eigenvalues* menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung varians ke 8 variabel yang dianalisis. Dari tabel diatas terlihat bahwa hanya ada empat faktor yang terbentuk. Karena ke empat faktor memiliki nilai total angka *eigenvalues* diatas 1 yakni sebesar 1.773 untuk faktor 1, sebesar 1.290 untuk faktor 2, dan sebesar 1.119 untuk factor 3. Sehingga proses *factoring* berhenti pada 2 faktor saja yang akan ikut dalam analisis selanjutnya.



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Gambar 4.3 Scree plot Component Number

Grafik *scree plot* menunjukkan bahwa dari satu ke dua faktor (garis dari sumbu *Component Number* = 1 ke 2), arah grafik menurun. Kemudian dari angka 3 ke 4, garis masih menurun. Sedangkan dari angka 5 ke angka 6 sudah dibawah angka 1 dari sumbu Y (*Eigenvalues*). Hal ini menunjukkan bahwa empat faktor adalah paling bagus untuk meringkas delapan variabel tersebut.

Tabel 4.34 Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
Modal Usaha	-.137	.809	-.029
Lokasi Usaha	.888	.140	-.076
Jam Kerja	.901	.128	-.028
Jumlah Karyawan	.178	-.127	.429
Harga Barang	.147	-.175	-.042
Lama Usaha	-.076	.086	-.299
Jarak Tempu	-.242	.344	-.418
Minat Pembeli	-.061	.465	.696
Pendapatan	-.183	-.201	.345

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Setelah diketahui bahwa tiga faktor adalah jumlah yang paling optimal, maka dapat dilihat dalam tabel *Component Matrix* menunjukkan distribusi dari delapan variabel tersebut pada empat faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka yang ada pada tabel tersebut adalah *factor loadings*, yang menunjukkan besar korelasi antar suatu variabel dengan faktor 1, faktor 2, dan faktor 3. Proses penentuan variabel mana akan masuk ke faktor yang mana, dilakukan dengan melakukan perbandingan besar korelasi pada setiap baris.

Pada tabel *component matrix* menunjukkan korelasi diatas 0,5. pada faktor 1 yaitu :

- a) Lokasi usaha memiliki *factor loading* sebesar 0,888
- b) Jam kerja memiliki *factor loading* sebesar 0,901

Pada faktor 2 yaitu variabel yang menunjukkan korelasi diatas 0,5 yaitu:

- a) Modal usaha memiliki *factor loading* sebesar 0,809

Pada Pada faktor 3 yaitu variabel yang menunjukkan korelasi diatas 0,5 yaitu:

- a) Minat pembeli memiliki *factor loading* sebesar 0,696

Pada awalnya, ekstraksi tersebut masih sulit untuk menentukan item dominan yang termasuk dalam faktor karena nilai korelasi yang hampir sama dari beberapa item. Untuk mengatasi hal tersebut, maka dilakukan rotasi yang mampu menjelaskan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata, dibawah ini merupakan tabel yang menunjukkan hasil rotasi untuk memperjelas posisis sebuah variabel pada sebuah faktor.

Tabel 4.35 Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
Modal Usaha	.005	.285	.672
Lokasi Usaha	.909	-.028	-.018
Jam Kerja	.908	-.092	-.005
Jumlah Karyawan	.033	-.704	.097
Harga Barang	.169	.181	-.178
Lama Usaha	-.110	-.120	-.092
Jarak Tempu	-.071	.724	.095
Minat Pembeli	-.019	-.172	.773
Pendapatan	-.193	-.014	.045

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

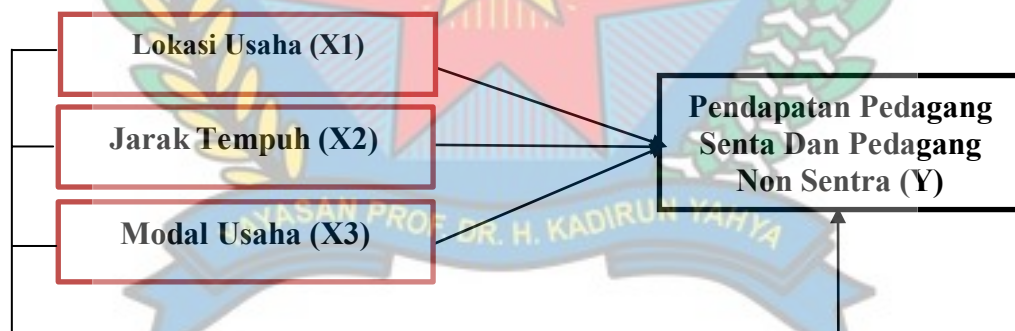
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Component Matrix hasil proses rotasi (*Rotated Component Matrix*) memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Penentuan input variabel ke faktor tertentu mengikut pada besar korelasi antara variabel dengan factor, yaitu kepada korelasi yang besar.

Berdasarkan hasil nilai *component matrix* diketahui bahwa dari delapan faktor, maka yang layak untuk mempengaruhi pendapatan usaha tani adalah tiga faktor yang berasal dari :

- a. Komponen 1 terbesar : Lokasi Usaha
- b. Komponen 2 terbesar : Jarak Tempuh
- c. Komponen 3 terbesar : Modal Usaha

Sehingga terbentuklah suatu dimensi baru regresi linear berganda dengan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 4.4 Kerangka Konseptual Regresi Linear Berganda

Selanjutnya model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini di rumuskan :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = Pendapatan Pedagang Senta Dan Pedagang Non Sentra

X1 = Lokasi Usaha

X2 = Jarak Tempuh

X3 = Modal Usaha

e = Error term

Model regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yaitu:

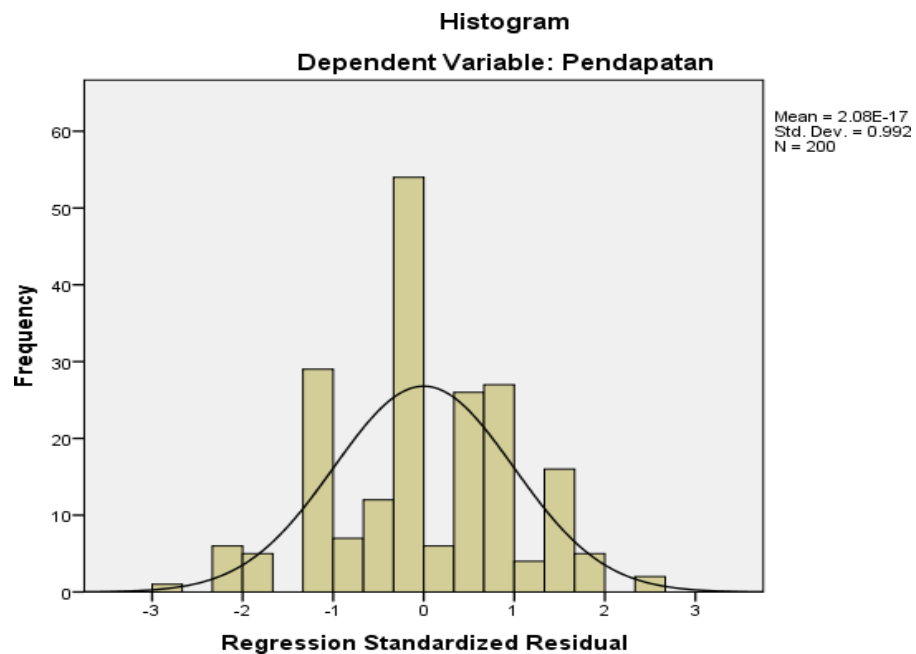
- a. Uji Normalitas
- b. Uji Multikolinearitas
- c. Uji Heteroskedastisitas.

5. Hasil Analisis Data Regresi Linear Berganda

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dari penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa alat uji regresi linier berganda layak atau tidak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis. Apabila uji asumsi klasik telah terpenuhi, maka alat uji statistik regresi linier berganda dapat digunakan.

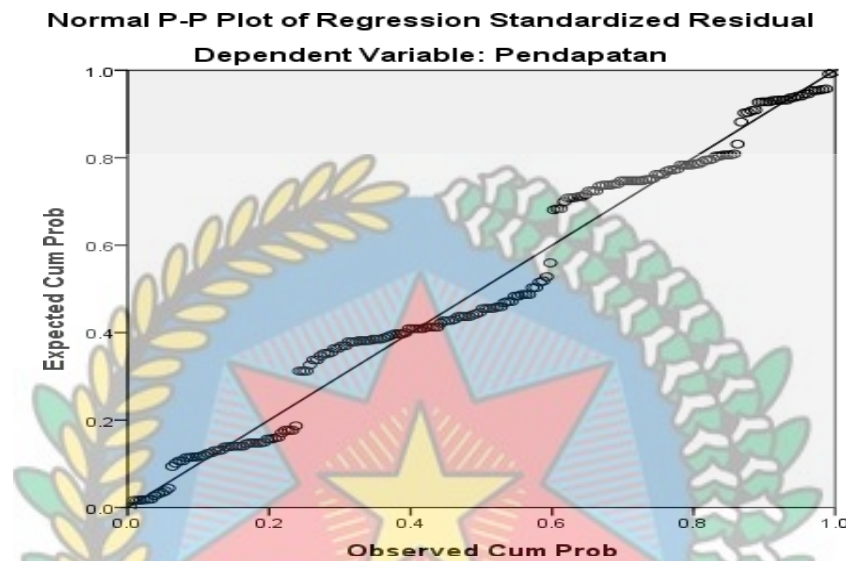
1) Uji Normalitas data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik distribusi data normal atau mendekati normal.



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Gambar 4.5 Histogram Uji Normalitas



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Gambar 4.6 Normal P-P Plot Regression Standarized Residual

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal yaitu dimana dapat dilihat dari gambar histogram yang memiliki kecembungan seimbang ditengah dan juga dilihat dari gambar normal pp plot terlihat bahwa titik-titik berada diantara garis diagonal maka dapat di simpulkan bahwa sebaran data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai *tolerance value* $> 0,10$ atau $VIF < 5$ maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Multikolinieritas dari hasil laporan keuangan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.36 Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.235	.832		7.496	.000		
Lokasi Usaha	.045	.082	.039	4.546	.000	.991	1.009
Jarak Tempuh	.132	.089	.105	6.473	.000	.984	1.016
Modal Usaha	.079	.076	.074	5.044	.000	.991	1.009

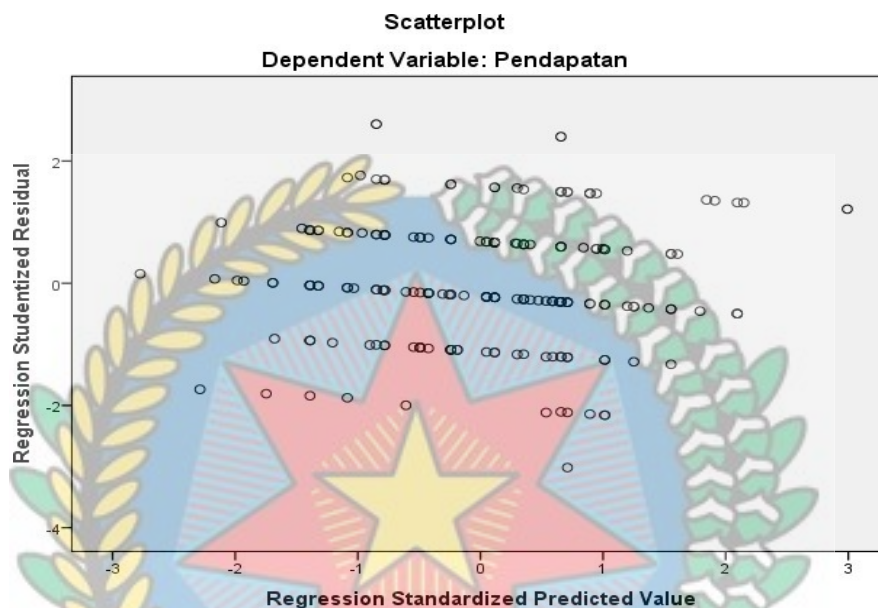
a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa angka *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 5 antara lain adalah lokasi usaha $1,009 < 5$, jarak tempuh $1,016 < 0,005$, modal usaha $1,009 < 5$ dan nilai *Tolerance* lokasi usaha $0,991 > 0,10$, jarak tempuh $0,984 > 0,10$, modal usaha $0,991 > 0,10$ sehingga terbebas dari multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Gambar 4.7 scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas, gambar *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Gambar di atas juga menunjukkan bahwa sebaran data ada di sekitar titik nol. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, dengan perkataan lain variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian ini bersifat homoskedastisitas.

Tabel 4.37 Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.235	.832		7.496	.000		
Lokasi Usaha	.045	.082	.039	4.546	.000	.991	1.009
Jarak Tempuh	.132	.089	.105	6.473	.000	.984	1.016
Modal Usaha	.079	.076	.074	5.044	.000	.991	1.009

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel diatas tersebut diperoleh regresi linier berganda sebagai berikut $Y = 6.235 + 0,045 X_1 + 0,132 X_2 + 0,079 X_3 + \varepsilon$.

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda adalah:

- 1) Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap tetap maka pendapatan pedagang adalah sebesar 6.235.
- 2) Jika lokasi usaha terjadi strategi maka pendapatan pedagang akan meningkat sebesar 0,045 satu satuan nilai.
- 3) Jika jarak tempuh dapat dijangkau, maka pendapatan pedagang akan meningkat sebesar 0,132 satu satuan nilai.
- 4) Jika modal usaha terjadi peningkatan, maka pendapatan pedagang akan meningkat sebesar 0,079 satu satuan nilai.

a. Test Goodness Of fit

- 1) Uji -t (Uji Hipotesis Parsial)

Tabel 4.38 Uji -t (Uji Hipotesis Parsial) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.235	.832		7.496	.000		
Lokasi Usaha	.045	.082	.039	4.546	.000	.991	1.009
Jarak Tempuh	.132	.089	.105	6.473	.000	.984	1.016
Modal Usaha	.079	.076	.074	5.044	.000	.991	1.009

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel 4.37 diatas dapat dilihat bahwa:

- a) Nilai t_{hitung} lokasi usaha sebesar $4,546 > 1,652$ ($n-2=200-2=198$ a 5%) kemudian nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_0

ditolak, artinya lokasi usaha signifikan dengan pendapatan pedagang di pasar Petisah Kota Medan.

- b) Nilai t_{hitung} jarak tempuh sebesar $6,473 > 1,652$ ($n-2=200-2=198$ a 5%) kemudian nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya jarak tempuh signifikan dengan pendapatan pedagang di pasar Petisah Kota Medan.
- c) Nilai t hitung modal usaha sebesar $5,044 > 1,652$ ($n-2=200-2=198$ a 5%) kemudian nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya modal usaha signifikan dengan pendapatan pedagang di pasar Petisah Kota Medan.

2) Uji – F (Uji Hipotesis Simultan)

Uji F (uji serempak) dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya secara serempak. Cara yang digunakan adalah dengan melihat *level of significant* ($=0,05$). Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.39 Uji – F (Uji Hipotesis Simultan) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	404.277	3	211.426	51.144	.000 ^b
Residual	244.203	196	1.246		
Total	248.480	199			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Modal Usaha, Lokasi Usah, Jarak Tempuh

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil uji anova dengan analisis F (Fisher) diketahui nilai F hitung sebesar $51.144 > F$ tabel 2,42

(n-k-1 kesalahan 5%) sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak dan artinya lokasi usaha, jarak tempuh dan modal usaha secara bersama-sama signifikan dengan pendapatan pedagang di pasar Petisah Kota Medan.

3) Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.40 Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.431 ^a	.417	.402	1.11621

a. Predictors: (Constant), Modal Usaha, Lokasi Usah, Jarak Tempuh

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa angka *adjusted R Square* 0,402 yang dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 40,2% pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentradi Pasar Petisah Kota Medan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh lokasi usaha, jarak tempuh dan modal usaha, sedangkan sisanya $100\% - 0,40,2\% = 39,2\%$ dijelaskan oleh faktor lain atau variabel diluar model yang tidak diteliti.

B. Pembahasan

Dari hasil pengujian terlihat bahwa semua variabel bebas mempunyai pengaruh positif terhadap variabel terikat (Pendapatan Pedagang). Hasil rinci analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Analisis Hasil Confirmatory Faktor Analisis (CFA)

Hasil analisa pada *Confirmatory Faktor Analisis* (CFA) menunjukkan bahwa dari tabel *variance Explained* terlihat bahwa hanya ada 3 faktor yang terbentuk. Faktor yang berasal dari komponen 1 terbesar yaitu Lokasi Usaha, komponen 2 terbesar yaitu Jarak Tempuh, komponen 3 terbesar yaitu Modal Usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Suhartika (2018), menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang adalah harga barang, modal, pendapatan dan lokasi usaha yang strategis.

a) Lokasi Usaha Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang.

Berdasarkan hasil pengelolaan *Confirmatory Faktor Analisis* (CFA) pada output rotasi (*Rotated Component Matrix*) memperlihatkan komponen 1 terbesar adalah lokasi usaha sebesar 0.909, layak mempengaruhi pendapatan pedagang. Jadi dapat disimpulkan lokasi usaha berpengaruh **signifikan** terhadap pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentradi Pasar Petisah Kota Medan.

Penelitian ini sejalan dengan peneltian yang dilakukan (Nur, 2018) dengan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dan lokasi yang strategis dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Arif, 2018) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang adalah lokasi, harga, modal usaha dan tenaga kerja.

Kondisi ini sesuai dengan dilapangan, lokasi usaha yang strategis dapat menarik konsumen, terbukti para konsumen/pelanggan di Pasar langsung membeli barang yang dibutuhkan di took yang sudah terlihat barang yang dibutuhkan dan setelah mendapatkan barang yang dibutuhkan menyusuri atau mengelilingi pasar untuk melihat-lihat serta menanyakan harga barang dari satu penjual ke penjual lainnya untuk mencari barang yang lainnya, sehingga pada penelitian ini lokasi usaha yang strategis atau dekat dari pintu masuk pasar dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Hal ini juga berkaitan dengan teori perilaku konsumen dimana perilaku konsumen adalah tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, tempat, harga barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Membuktikan persoalan dari sisi permintaan (pasar). Losch menyatakan bahwa lokasi usaha sangat berdampak terhadap banyaknya konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin malas membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi lokasi usaha semakin mahal.

Hasil penelitian ini tidak sebanding dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mahya, 2016) yang menyatakan bahwa lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang kecil di sekitar stasiun Tanah Abang, Tebet dan Jakarta Kota, yang menyatakan bahwa lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dan lokasi yang strategis belum tentu dapat meningkatkan pendapatan.

Tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Susanti, 2018) yang menyatakan bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang.

b) Jarak Tempuh Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang.

Berdasarkan hasil pengelolaan *Confirmatory Faktor Analisis* (CFA) pada output rotasi (*Rotated Component Matrix*) memperlihatkan komponen 2 terbesar adalah jarak tempuh sebesar 0.724, layak mempengaruhi pendapatan pedagang. Jadi dapat disimpulkan jarak tempuh berpengaruh **signifikan** terhadap pendapatan pedagang setra dan non setra di Pasar Petisah Kota Medan.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Mutia, 2020) yang menyatakan bahwa jarak tempuh mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Malik, 2017) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang adalah harga, jarak tempuh, modal usaha dan lokasi.

Kondisi ini sesuai yang lapangan dimana masyarakat yang mau belanja di Pasar Petisah rata-rata masyarakat sekitar atau berdomisili dekat dengan lokasi pasar, jadi tidak banyak waktu yang dibuat untuk sampai dan belanja di pasar Petisah Kota Medan. Dan apa bila jarak tempuh lokasi penjualan banyak masyarakat tidak mau karna kecapean atau kelamaan dijalan. Hal ini dapat disimpulkan bahwasannya apa bila

jarak tempuh semakin dekat maka akan meningkatkan pendapatan pedagang sentra dan non sentra di pasar Petisah Kota Medan.

Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Furqon, 2019) yang menyatakan bahwa jarak tempuh tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang UMKM milenial. Dimana bahwannya jarak tempuh tidak berpengaruh dengan pendapatan pedagang dikarna jarak tempuh tidak menjadi alasan untuk membeli sesuatu karna bisa dilakukan dengan menggunakan online atau system pesanana melalui aplikasi yang sudah tersedia dimasa sekarang.

c) Modal Usaha Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang.

Berdasarkan hasil pengelolaan *Confirmatory Faktor Analisis* (CFA) pada output rotasi (*Rotated Component Matrix*) memperlihatkan komponen 3 terbesar adalah modal usaha sebesar 0.661, layak mempengaruhi pendapatan pedagang. Jadi dapat disimpulkan modal usaha berpengaruh **signifikan** terhadap pendapatan pedagang setra dan non setra di Pasar Petisah Kota Medan.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Wulandari C. , 2017) yang menyatakan bahwa modal usaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Widyastuti, 2018) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang adalah harga, jumlah tanggungan, modal usaha dan tenaga kerja.

Kondisi ini sesuai dengan lapangan dimana modal usaha sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, modal usaha merupakan hal utama yang harus dimiliki oleh para pedagang sentra dan non sentra, modal sendiri, pinjaman bank semua dipengaruhi oleh indikator tersebut. Bagi para pedagang sentra dan pedagang non sentra wajib terpenuhi agar mampu memperoleh hasil penjualan yang baik agar dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kondisi lainnya para Pedagang sentra dan pedagang non sentra mempunyai masalah lainnya seperti harga barang yang semakin naik dari para agen dan harga yang sama antara penjual kecil dengan pemilik agen, yang mengakibatkan banyak pembeli ketempat agen.

Suyadi Prawirosentono menyatakan bahwa dalam menjalankan suatu usaha hal yang paling penting adalah modal, termasuk dalam kegiatan berdagang. Modal adalah seluruh bentuk kekayaan yang digunakan dalam proses produksi atau menghasilkan output. Modal yang digunakan dapat bersumber dari modal individu, namun apabila modal individu belum mencukupi dapat ditambah dengan modal pinjaman, jadi secara umum jenis modal yang dapat diperoleh untuk memenuhi kebutuhan modalnya terdiri dari modal individu dan modal pinjaman.

Hasil penelitian ini tidak sebanding dengan penelitian yang dilakukan oleh (Malau, 2017) yang menyatakan bahwa modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di alun-alun Kota Bandung. Tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan

penelitian yang dilakukan (Arifin, 2018) yang menyatakan bahwa modal usaha memiliki pengaruh pendapatan pedagang.

d) Jam Kerja Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang.

Berdasarkan hasil pengelolaan *Confirmatory Faktor Analisis* (CFA) pada output rotasi (*Rotated Component Matrix*) memperlihatkan faktor jam kerja tidak layak mempengaruhi pendapatan pedagang. Jadi dapat disimpulkan jam kerja **tidak signifikan** terhadap pendapatan pedagang setra dan non setra di Pasar Petisah Kota Medan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Afifah, 2018), diketahui bahwa jam kerja bukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang muslim pasar Legi Songolangit Ponorogo. Namun terdapat faktor lain yang mempengaruhi pendapatan diantaranya adalah modal. Dan penelitian (A.Sondita, 2018), dimana hasil penelitiannya, dimana jam kerja tidak berpengaruh sebesar 2,1% terhadap pendapatan. Nilai koefisien negatif ini dapat diartikan semakin panjang jam kerja yang dilakukan maka semakin tidak meningkatkan pendapatan pedagang muslim pasar Legi Songolangit Ponorogo.

Alasan jam kerja tidak signifikan dengan pendapatan pedagang setra dan non setra di pasar Petisah Kota Medan dikarenakan jadwal jam kerja bukanlah pemilik usaha yang menentukan jadwal bukan dan tutupnya usaha yang dibuka di Pasar Petisah melainkan aturan pemerintah yang sudah kian ditentukan sesuai waktu, dan ditambah

lagi masyarakat sekitar tidak belanja lagi setelah waktu yang ditentukan atau waktu malam.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mei (Alma H. Buchari, 2018) mengungkapkan bahwa jam kerja/waktu berdagang berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang. Dan penelitian (Hanum, 2018) menyatakan bahwa jam kerja adalah durasi waktu untuk memulai kegiatan dapat dilakukan pada siang dan/atau malam hari. Merancang atau merencanakan pekerjaan-pekerjaan yang akan dilaksanakan merupakan langkah-langkah untuk memperbaiki disiplin waktu. Apabila perancangan kegiatan belum dibuat dengan cermat, maka tidak ada yang bisa dijadikan pedoman untuk menentukan apakah usaha yang dilakukan adalah sejalan dengan target yang hendak dicapai. Dengan adanya pengelolaan kegiatan-kegiatan yang ingin dilakukan, seseorang itu dapat lebih menghemat waktu dan kerjanya.

e) Jumlah Karyawan Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang.

Berdasarkan hasil pengelolaan *Confirmatory Faktor Analysi* (CFA) pada output rotasi (*Rotated Component Matrix*) memperlihatkan faktor jumlah karyawan tidak layak mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Jadi dapat disimpulkan jumlah karyawan **tidak signifikan** terhadap pendapatan pedagang setra dan non setra di Pasar Petisah Kota Medan

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Munawir, 2014) yang menunjukkan bahwa jumlah karyawan tidak

berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Kabupaten Kenciri, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, UIN Hidayatullah. Dan penelitian (Jaya A. H., 2011) hasil penelitian yang dilakukannya menyatakan bahwa variable jumlah karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima.

Berdasarkan hasil dilapangan jumlah karyawan yang digunakan dalam bekerja belum disesuaikan dengan keahliannya. Oleh karena itu, ketika jumlah karyawan lebih banyak dari hasil penjualan yang dilakukan setiap hari maka akan memberikan efek yang buruk terhadap usaha yang dijalankan dan sebaliknya apa bila jumlah karyawan yang sedikit namun penjualan yang cukup fantastik dan banyak sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang setra dan non sentra, apabila pendapatan masyarakat meningkat maka kelangsungan hidup juga akan terjamin. Jumlah karyawan yang digunakan meliputi tenaga kerja yang bekerja dengan giat, jujur dan rajin. Jadi perlu diperhatikan jumlah karyawan tentunya tidak berlebihan karena akan meningkatkan pemborosan atau kerugian

Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati, 2017) yang menyatakan bahwa jumlah karyawan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Jumlah karyawan merupakan orang yang membantu usaha untuk melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan menjual produk baik untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri maupun masyarakat.

f) Harga Barang Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang.

Berdasarkan hasil pengelolaan *Confirmatory Faktor Analysi* (CFA) pada output rotasi (*Rotated Component Matrix*) memperlihatkan faktor harga barang tidak layak mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Jadi dapat disimpulkan harga barang **tidak signifikan** terhadap pendapatan pedagang setra dan non setra di Pasar Petisah Kota Medan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (rosni, 2012) Analisis harga dan kualitas barang terhadap pendapatan pedagang monja, yang menyatakan bahwa harga barang tidak signifikan dengan pandangan pedagang karna harga barang yang murah tidak semua orang mau membelinya, terkadang pembeli juga memperhatikan kualitas dan juga merek.

Hasil penelitian dilapangan terlihat bahwannya harga barang tidak mempengaruhi pendapatan pedagang setran dan non sentra di pasar Petisah Kota Medan, dimana harga yang sama juga bisa didapatkan ditempat jualan yang lainnya dan bahkan mendapatkan harga yang relatif lebih murah atau dengan kata lain mendapatkan harga diskon dari pemilik merek atau pemilik usaha. Dan dapat dilihat pada saat hari besar sebut saja tahun baru tidak semua masyarakat mau berbelanja di pasar Petisah yang memenga harganya relatif lebih murah. Namun masih ada masyarakat yang lebih memilih belanja dengan merek dan kualitas barang yang ternama atau bagus.

Namun tidak sejalan dengan penelitian (manik, 2017) yang mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang dan jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya, (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

Seperti yang diungkapkan oleh Kotler, Bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah 4P (*Price, Product, Place, dan promotion*). Harga bagi suatu usaha atau badan usaha menghasilkan pendapatan (*Income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (Produk), *Place* (Tempat atau saluran), dan *Promotion* (Promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha.

g) Lama Usaha Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang.

Berdasarkan hasil pengelolaan *Confirmatory Faktor Analysis* (CFA) pada output rotasi (*Rotated Component Matrix*) memperlihatkan faktor lama usaha tidak layak mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Jadi dapat disimpulkan lama usaha **tidak signifikan** terhadap pendapatan pedagang setra dan non setra di Pasar Petisah Kota Medan.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Furqon, 2019) yang mengatakan lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan

pedagang. Semakin lama usaha seseorang tanpa ada pembaharuan atau mengikuti tren maka akan semakin menurunnya masyarakat atau orang lain yang mau berkunjung atau membeli ditempat tersebut. Ditambah lagi kurangnya relasi antara pedagang pedagang maka akan kurangnya memberikan bantu atau menjadi usaha rekomendasi bagi yang lain. Dan kurang keramah tamahan terhadap pelanggan akan mengakibatkan cepat jatuhnya atau tutupnya usaha yang digeluti.

Sebagaimana hasil dilapangan lama usaha tidak signifikan dengan pendapatan pedagang karna masih ada pedagang yang masih monoton dengan barang yang ia jual tanpa memperhatikan trend sekarang dan tren anak-anak muda, yang menjadikan semakin lama pembeli menjauh dan mencari tempat usaha lain yang memberikan model atau gaya-gaya terbaru pada pakaian yang dijualnya. Dan keramah tamahan juga mengakibatkan usaha seseorang jatuh meski sudah bertahun-tahun mengeluti usaha tersebut terlihat dari sikap penjual yang terkadang kesal pada pembeli karna banyak permintaan dan tingkah laku, namun semua itu yang menjadi tantangan kita sebagai penjual harus sabar dan bersikap luhur terhadap pembeli ataupun konsumen.

Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian (Munawir A. , 2019) yang menyatakan lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku. Semakin lama seseorang menekuni bidang usaha maka seseorang tersebut akan mempengaruhi kemampuan profesionalnya atau keahliannya. Begitu pula menurut

Asmie, bahwa lama usaha menentukan pengalaman, semakin lama usaha maka semakin baik kualitas usaha tersebut.

h) Minat Pembeli Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Pedagang.

Berdasarkan hasil pengelolaan *Confirmatory Faktor Analisis* (CFA) pada output rotasi (*Rotated Component Matrix*) memperlihatkan faktor minat pembeli tidak layak mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Jadi dapat disimpulkan minat pembeli **tidak signifikan** terhadap pendapatan pedagang setra dan non setra di Pasar Petisah Kota Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Herman, 2018) bahwa minat beli tidak signifikan pendapatan pedagang karena setiap kali konsumen memutuskan membeli sesuatu, terlebih dahulu melihat dari segi kualitas, harga dan bahkan memperbandingkan dengan barang toko sebelah atau yang lainnya.

Hasil penelitian dilapangan minat pembeli tidak signifikan dengan pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentradi pasar Petisah dikarenakan konsumen yang belanja disana sering mempertimbangkan masalah harga yang beda sikit dengan yang lainnya dan juga suka dengan kualitas yang bagus namun harga yang lebih murah, yang menjadikan tidak kesesuaiab harga antara penjual dan pembeli. Dan ditambah lagi dengan tersedianya berbagai aplikasi belanja online yang membuat masyarakat tidak berminat belanja kepasar lagi melainkan belanja secara online yang tidak membuat waktu dan panas-panasan

untuk kepasar. Hal inilah yang membuat kurangnya minat pembeli untuk berbelanja.

(Wardan, 2019), dengan judul penelitian Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minimarket Terhadap Pendapatan Warung Tradisional di Kecamatan Petang, hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa jumlah pembeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan warung tradisional. (Teddy, 2018) yang berjudul pengaruh jam kerja, jumlah pembelian, dan lokasi berdagang terhadap pendapatan perempuan di pasar tradisional Blimbing kota Malang mengatakan bahwa jumlah pembeli berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan pedagang.

Menurut Kinneer dan Taylor, minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli merupakan bagian dari perilaku dalam sikap mengkonsumsi dimasa yang akan datang yang bertujuan untuk memaksimalkan prediksi terhadap keputusan pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen.

2. Analisis Hasil Regresi Linear Berganda.

a) Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang.

Berdasarkan uji hipotesis parsial yang dilakukan, diperoleh nilai t_{hitung} lokasi usaha sebesar $4,546 > 1,652$ ($n-2=200-2=198$ a 5%) kemudian nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya lokasi usaha signifikan dengan pendapatan pedagang di pasar

Petisah Kota Medan. Selain itu juga, memiliki koefisiensi beta sebesar 0,045, yang artinya apabila lokasi usaha strategis maka akan banyak pembeli, maka pendapatan pedagang setra dan non sentra meningkat sebesar 0,045 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan dengan pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Kota Medan.

b) Pengaruh Jarak Tempuh Terhadap Pendapatan Pedagang

Berdasarkan uji hipotesis parsial yang dilakukan, diperoleh nilai t_{hitung} jarak tempuh sebesar $6,473 > 1,652$ ($n-2=200-2=198$ a 5%) kemudian nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya jarak tempuh signifikan dengan pendapatan pedagang di pasar Petisah Kota Medan. Selain itu juga, memiliki koefisiensi beta sebesar 0,132, yang artinya apabila jarak tempuh dekat dan dapat dijangkau, maka pendapatan pedagang setra dan non sentra meningkat sebesar 0,132 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jarak tempuh berpengaruh positif dan signifikan dengan pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Kota Medan.

c) Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang.

Berdasarkan uji hipotesis parsial yang dilakukan, diperoleh nilai t_{hitung} modal usaha sebesar $5,044 > 1,652$ ($n-2=200-2=198$ a 5%) kemudian nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya konsumsi signifikan dengan pendapatan pedagang di pasar Petisah Kota Medan. Selain itu juga, memiliki koefisiensi beta sebesar 0,079, yang artinya apabila modal usaha bertambah, maka pendapatan

pedagang setra dan non sentra meningkat sebesar 0,079 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan dengan pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Kota Medan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian pada faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra Pasar Petisah Di Kota Medan dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Uji CFA pada tabel KMO and *Bartlett's Test* menunjukkan data sudah valid dan dapat dianalisis lebih lanjut dengan analisis faktor. Nilai uji *Bartlett* menyatakan matriks korelasi yang terbentuk merupakan matriks identitas, atau dengan kata lain model *factor* yang digunakan sudah baik dan pada tabel *Rotated Matriks* diketahui bahwa dari delapan faktor, maka yang layak mempengaruhi pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra ada tiga faktor yang berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Kota Medan yaitu:
 - a) Lokasi usaha signifikan dengan pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Kota Medan karena lokasi yang strategis akan mempermudah pembeli dalam mencari barang yang dibutuhkan
 - b) Jarak tempuh signifikan dengan pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Kota Medan karena jarak tempuh menjadi tolak ukur pada konsumen karena lokasi usaha yang mudah dijangkau dan tidak menghabiskan waktu diperjalanan.

- c) Modal usaha signifikan dengan pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Kota Medan karna modal menjadi salah satu untuk menambah barang dan memperbesar usahanya agar barang yang dicari konsumen ada ditempat dia dan konsumen tidak membeli ditempat lain.
2. Hasil regresi linier berganda menunjukkan jika lokasi usaha strategi, maka pendapatan pedagang akan meningkat, jika jarak tempuh dapat terjangkau, maka pendapatan pedagang akan meningkat, jika modal usaha terjadi peningkatan, maka pendapatan pedagang akan meningkat. Hasil uji hipotesis parsial menunjukkan lokasi usaha, jarak tempuh dan modal usaha signifikan terhadap pendapatan Pedagang sentra dan pedagang non sentra di Pasar Petisah Kota Medan.

B. Saran

Pada akhir penulisan, penulis memberikan saran yang nantinya dapat digunakan untuk membangun dan menjadi telaah bagi kita agar bisa memperbaiki faktor yang mempengaruhi pedagang sentra dan non sentra pasar Petisah di Kota Medan, adapun saran yang diberikan antara lain :

1. Kepada pemilik usaha yang berlokasi di Pasar Petisah Kota Medan perlu memperhatikan lokasi, jarak tempuh dan modal yang digunakan dalam memulai dan bahkan melanjutkan usahanya untuk dikembangkan dan bertahan lama. Juga perlu diperhatikan sikap dan ramah-tamah terhadap konsumen yang membeli bagaimanapun merekalah yang mengantarkan rezeki kepada kita sebagai pemilik usaha.

2. Perlu diperhatikan apa yang mau dijual apakah sudah sesuai dengan yang lagi dibutuhkan atau tren dikalangan anak-anak muda dan bahkan semua kalangan agar barang yang dijual tidak monoton.
3. Perlu meleknnya dengan perkembangan zaman dimasa sekarang dan masa yang akan datang dimana semua orang mengandalkan gadget untuk mempermudah semua aktivitasnya, jadi perlunya berjualan secara online untuk mempermudah dalam berjualan dan membantu untuk mempercepat perputaran barang yang dijual.
4. Untuk pemerintah perlunya menjadi perhatian dalam merawat dan memperbaiki lokasi usaha untuk mempertahankan keamanan, kenyamanan dan terkontrolnya kegiatan jual beli, karna pada hakikatnya pemilik usaha di Pasar Petisah Kota Medan diwajibkan untuk setiap tempat membayar iuran setiap bulannya. Agar pemilik-pemilik usaha disana dapat memenuhi kebutuhannya setiap hari dan dapat meningkatkan perekonomian Kota Medan.
5. Untuk peneliti selanjutnya agar variabel terbaru, referensi yang lebih banyak dan terbaru, memberikan hal-hal yang positif kepada pembaca dan bermanfaat saat ini dan dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Sondita, M. F. (2018). *Manajemen Sumber Daya Perikanan*. Sukarta: Mmpi Press.
- Afifah, J. M. (2018). Pola Konsumsi Keluarga Nelayan Dan Pengaruhnya Terhadap Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Di Desa Citemu Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon). *Jurnal Ekonomi Syariah* , 1-12.
- Ahmad Alim Bachri, U. N. (2016). Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Tambang Areain Kabupaten Kotabaru, Provinsi Kalimantan Selatan. *Journal Of Environmental Science And Engineering B5 (2016) 207-214* Doi:10.17265/2162-5263/2016.04.006, 207-214.
- Ahmad J & Firdaus B. (2015). Analisis Pengembangan Usaha Ikan Asap Terhadap Sosial Ekonomi Dan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan. *Ekonomi Bisnis*, 1-24.
- Akhlis Priya Pambudy, A. T. (2017). Analisi Potensi Hasil Laut Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Nelayan. *Jurnal Seminar Nasional Sistem Informasi, September 2017*, 322-329.
- Alimudin Laapo, D. H. (2016). Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Melalui Optimalisasi Pengelolaan Tambak Di Pt Terpadu Indonesia. *Volume 4 Issue 1 June 2016*, 73-84.
- Alma H. Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Annisa, B. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kualitas Hidup Nelayan Pesisir Desa Pahlawan Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Publik*, 1-16.
- Annisa, R. S. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan, Pembangunan Akses Modal, Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Nelayan Pesisir Di Desa Pahlawan Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Publik*, 1-10.
- Arif, M. (2018). Analisis Pola Konsumsi Rumah Tangga Nelayan Muslim Di Kabupaten Langkat. *Jurnal Ekonomi Syariah* , 1-12.
- Arifin, A. (2018). Analisis Pengaruh Modal, Pendapatan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kesejahteraan Pedagang Buah Kecamatan Garut. *Jurnal Sosial*, 1-16.

- Artaman, D. M. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Di Kabupaten Gianyar.
- Asmie. (2008). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta. Universitas Gajah Mada.
- Atmaja, H. K. (2017). Vo.11.No.2. *Pengaruh Investasi Terhadap Pendapatan*.
- Boediono. (2000). *Ekonomi Internasional*. Yogyakarta: Bffe.
- Cholik, I. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kesejahteraan Nelayan Di Pulau Baai Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Regional* , 1-11.
- Daru, D. (2019). Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Buruh Di Kecamatan Bonang Kabupaten Demak. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1-19.
- Desi, I. N. (2021). Pengaruh Pendapatan Dan Pola Konsumsi Terhadap Kesejahteraan Keluarga Nelayan Di Desa Bunutan Kecamatan Abang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1-14.
- Duradin. (2017). Kebijakan Pemerintah Di Bidang Perikanan Untuk Pelestarian Lingkungan Hidup Dan Kesejahteraan Nelayan. *Vol. 2, No12 Desember 2017*, 22-34.
- Dwi, N. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Nelayan Di Kabupaten Jembrana. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1-30.
- Efendi, B. (2017). Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Nelayan Di Desa Pahlawan Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Kajian Ekonomi Pubblica*, 1-17.
- Fariied, A. I., & Nasution, D. P. (2018). Analisis Strategis Peningkatan Kesejahteraan Nelayan Melalui Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir Di Desa Pahlawan Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batubara. *Vol.3 No 2 Juli 2018*, 31-51.
- Fariied, A. I., Efendi, B., & Sembiring, R. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan, Pembangunan Akses Modal, Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Nelayan Pesisir Di Desa Pahlawan Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara. *Vol. 3 No.1 Januari 2018*, 15-21.
- Fatmawati. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Raya Padang.
- Fielnanda, R. (2018). Pola Konsumsi Rumah Tangga Nelayan Di Desa Mendahara Ilir Kecamatan Mendahara Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1-19.

- Firdausa, J. D. (2012). Pengaruh Antara Jam Kerja Dan Pendapatan Pedagang.
- Firdausa, R. A. (2013). Pengaruh Modal Awal,Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintaro Demak. *Diponegoro Journal Of Economics*, Volume 2, Halaman 1-6.
- Fu'ad, N. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*,, 30 (1), 62-5.
- Furqon, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat Desa. *Jurnal Ekonomi*, 1-15.
- Hafnasaridewi, A. R. (2012). Dampak Perubahan Lingkungan Terhadap Perkembangan Aaaktivitas Ekonomi Dan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Di Kawasan Segara Anakan. *J. Sosek Kp Vol. 7 No. 1 Tahun 2012*, 33-53.
- Haming, M. D. (2007). *Management Produksi Modern:Operasi Manufaktur Dan Jasa*. Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Hanum, N. (2018). Pengaruh Pendapatan Jumlah Tanggungan Keluarga Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Nelaayan Di Desa Seuneubok Rambong Aceh Timur. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1-10.
- Hasnira, H. (2017). Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar. *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Hendarti . (2011). Daya Dukung Penggunaan Teknologi Terhadap Hasil Olahan Ikan Asap Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan. *Ekonom Sosial*, 1-54.
- Herman. (2018). Analisis Tingkat Minat Beli Pelanggan Terhadap Kesejahteraan Pedagang Asongan. *Jurnal Sosial* , 1-18.
- Husein, U. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- I Putu Rian Kusuma Jaya ., D. I. (2014). Analisis Pendapatan Pedagang (Studi Pada Pasar Anyar Di Kelurahan Banjar Tengah).
- Ihsannudin, L. W. (2013). Strategi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan. *Agriekonomika, Issn 2301-9948 Vol 2, No.2 Oktober 2013*, 139-152.

- Ismah, K. (2020). Pola Konsumsi Dan Ketahanan Pangan Rumah Tangga Nelayan Di Desa Maja Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan . *Jurnal Agribisnis*, 1-18.
- Jaya. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Kecamatan Galeson Utara. *Ilmu Ekonomi*, 1-29.
- Jaya, A. H. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Pantai Losari Kota Makassar. *Jurusan Ilmu Ekonomi Feb Unhas*.
- Jg, S. (2017). Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya. . *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 11, No. 1.
- Juliana. (2018). Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan (Studi Kasus Kelurahan Bagan Deli Seberang Kecamatan Medan Belaawan Kota Medan). *Jurnal Agribisnis*, 1-17.
- Kase, M. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kota Kupang.
- Kasmir. (2006). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. A. (2018). *Principle Of Marketing, 17e Global Edition, Pearson Education Limited*. New York.
- Krisnawati, E. (2017). Analisis Pola Konsumsi Rumah Tangga Nelayan Dalam Perspektif Ekonomi Dan Sosial (Studi Kasus Pada Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan). *Jurnal Ekonomi*, 1-14.
- Kuncoro. (2015). Program Peberdayaan Masyarakat Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pesisir. *Ekonomi Pembangunan*, 1-29.
- M. Yaskun . (2018). Potensi Hasil Perikanan Lau Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Dan Masyarakat Dikabupaten Lamongan. *Volume I, Nomer I, Juni 2018*, 64-72.
- Ma'arif, S. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang.
- Mahya. (2016). Analisis Fakto-Katir Yang Mempenagryhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1-11.

- Makagingge, M. H. (2012). Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Di Desa Mahumu Dua Kecamatan Tamako Kabupaten Kepulauan Sangihe.
- Malau, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Buah Di Kecamatan Tongging Kabupaten Karo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1-14.
- Malik, M. (2017). Analisis Pengaruh Jarak Dan Tempat Usaha Terhadap Pendapatan Dan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Sosial*, 1023.
- Manik, T. (2017). Pengembangan Investasi Wilayah Pembatasan Industri Maritim Dan Kawasan Perdagangan Bebas Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Di Provinsi Kepulauan Riau. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Vol. 5, No.1 Maret 2017*, 90-105.
- Mankiw N, G. D. (2011). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang, M. (2012). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Gadjadara University Press.
- Melawat, S. (2012). Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pantai Pada Pt Seilaut-Laut, Kabupaten Asahan. *International Journal Public Budgeting, Accounting And Finance Volume 4 Number 1, Issn: 2655*.
- Muhammad Ammar Allam, D. R. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Pkl) Di Pasar Sunday Morning (Sunmor) Purwokerto.
- Muhtarom, A. (2017). Analisis Kontribusi Hasil Perikanan Laut Terhadap Kesejahteraan Para Nelayan Dan Masyarakat Di Kabupaten Lamongan. *Volume Ii No. 1, Februari 2017*, 265-279.
- Munandar, U. (2006). Pengaruh Pendapatan Penduduk Terhadap Pertumbuhan Ekonomi.
- Munawir . (2014). Analisis Modal Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat. *Ekonomi Pembangunan* , 1-19.
- Munawir, A. (2019). Analisis Faktor Lama Usaha, Pelanggan Dan Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Kain Di Bulan Ramadhan . *Jurnal Ekonomi*, 1-21.
- Murti & Jhon . (2014). Analisis Keterampilan Dan Kemampuan Dalam Pengelolaan Produksi Ikan Asap. *Ekonomi*, 20-37.

- Mutia, N. (2020). Pengaruh Jarak Tempuh Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Setra Dan Non Sentra. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1-21.
- Muttaqin, S. (2019). Analisis Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Nelayan Gillnet Di Desa Ekas Buana Kecamatan Jerowaru Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Sumberdaya*, 1-41.
- N, W. D. (2021). Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Kaget Dimasa Pandemi Covid 19 Di Kelurahan Pematang Kapau Kecamatan Tenayan Raya Pekanbaru (Studi Kasus Pasar Kaget Nurul Ikhlas).
- Nailatul Husna, Irwan Noor & Mochammad Rozikin. (2015). Analisis Potensi Kesejahteraan Para Nelayan Dan Masyarakat Di Kabupaten Lamongan. *Ekonomi*, 20-34.
- Narayan, Et, Al. (2011). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kemiskinan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Ekonomis Bisnis*, 30-47.
- Nasution, A. I. (2018). Analisis Strategi Peningkatan Kesejahteraan Nelayan Melalui Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir Di Desa Pahlawan Kecamatan Tanjung Tiram. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Publik*, 1-21.
- Niken, E. D. (2017). Analisis Pendapatan Pedagang Tanaman Hias Pada Daerah Sentra Dan Non-Sentra .
- Nur, N. (2018). Analisis Faktor Lokasi Strategis Terhadap Pendapatan Pedagang Setra Dan Non Sentra. *Jurnal Ekonomi*, 1-13.
- Nurhayati. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan. 56.
- Olaitan, D. M. (2006). Finance For Small And Medium Enterprise Nigeria's Agricultural Credit Guarantee Sceme Dund. *Journal Of International Farm Management*, 2-9 Vol. 3, No. 2, Issn: 1816-2495.
- Pakaya, M. R. (2020). Penerapan Metode Ahp-Topsis Untuk Mengukur Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pesisir. *Ilkom Jurnal Ilmiah Vol. 12 No. 3 Desember 2020*, 191-199.
- Philip Kotler . (2012). Analisis Proses Sosial & Managerial Produk Ikan Asap Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Nelayan. *Ekonomi Binsis*, 1-29.
- Priyandika. (2015). Analisis Pengaruh Jarak, Lama Usaha, Modal, Dan Curahan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Limakonveksi (Studi Kasus Di Kelurahan Purwodinatan Kota Semarang). *Universitas Diponegor, Semarang*.

- Putri, A. (2020). Peran Aksi Cepat Tanggap Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Di Kecamatan Medan Belawan . *Skripsi, Medan; Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Sumatera Utara* .
- Rahmasari, L. (2017). Analisis Pola Konsumsi Kewirausahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Kesejahteraan Nelayan . *Jurnal Saintek Mandiri*, 1-11.
- Rbaulia, M. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Financial Leverage, Lokasi Dan Nilai Saham Terhadap Perataan Laba (Income Smoothing) Pada Perusahaan Manufaktur, Keuangan, Dan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol. 1, No. 1, Universitas Padang.
- Riki Rahmad, F. R. (2017). Studi Tentang Kegiatan Kependudukan Dalam Membangun Perekonomian Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Belawan, Sumatera Utara. *Journal Of Environment And Earth Science Issn 2224-3216 (Paper) Issn 2225-0948 (Online) Vol.7, No.10, 2017*, 146-152.
- Rista. (2019). Upaya Pemerintah Daerah Luwu Timur Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Di Kecamatan Wotu. *Skripsi Ekonomi Syariah*, 110-122.
- Riyanto, T. (2002). Pengaruh Modal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rumah Tangga.
- Rohani, S. (2019). Analisis Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Melalui Faktor Sosial Ekonomi, Produksi Dan Budaya Di Desa Pahlawan Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1-19.
- Rosetyadi Artistyan Firdausa, F. A. (2013). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak.
- Rosni. (2012). Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara. *Jurnal Unimed Tahun 2012 E-Issn: 2549-7057*, 53-66.
- Rosni. (2021). Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara. *Jurnal Geografi*, 1-14.
- Rusiadi, D. (2013). *Metode Penelitian*. Medan: Usu Press.

- Rusiadi, N. S. (2015). *Metode Penelitian- Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi Pembangunan Konsep, Kasus Dan Aplikasi Spss, Eviews, Amos, Lisrel Cet. Ke-2*. Medan: Usu Pers.
- Samuel, J. I. (2017). Analisis Pendapatan Dan Pola Konsumsi Masyarakat Nelayan Desa Arakan Kabupaten Minahasaselatan . *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 11-22.
- Sembiring, R. (2017). Pengaruh Nilai Tukar Nelayan (Pendapatan Nelayan, Pendapatn Non Nelayan, Pengeluaran Nelayan, Pengeluaran Non Nelayan) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Pendidikan,Kesehtan, Kondisi Fisik Rumah) Di Desa Pahlawan. *Vol.10 No2 Desember 2017*, 1837-1843.
- Sembiring, R. (2018). Dampak Perubahan Budaya Sosial Ekonomi Terhadap Kemiskinan Dan Kesejahteraan Pada Masyarakat Desa Pahlawan. *Vol. 3 No.1 Januari 2018*, 76-82.
- Shafira, Y. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Kesejahteraan Keluarga Nelayan . *Jurnal Ekonomi Syariah* , 1-18.
- Sugiono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Suhartika. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar Antang Kelurahan Bitoa Kecamatan Manggala Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan.
- Sukirno, S. (2006). *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, Dan Dasar Kebijakan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sulistiyani, A. D. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta.
- Sunaryanto. (2005). *Analisis Kinerja Keuangan Dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Pt.Gramedia Pustaka Utama.
- Susantii, E. (2018). Pengaruh Lokasi Dan Modal Terhadap Pedapatan Pedagang Asongan. *Jurnal Ekonomi*, 1-15.
- Susilo. (2017). Revolusi Industri 4.0 Dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 150.

- Tambunan., T. T. (2002). *Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia:Beberapa Isu Penting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Teddy. (2018). Pengaruh Jam Kerja, Jumlah Pembelian, Dan Lokasi Berdagang Terhadap Pendapatan Perempuan Di Pasar Tradisional Blimbing Kota Malang. *Jurnal Ekonomi*, 1-22.
- Tjiptoroso. (1993). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 15, No. 1.
- Tohar. (2003). The Relationship Between Enterprise Risk Management (Erm) And Firm Value: Evidence From Malaysian Public Companies. *International Journal Of Economics And Management Sciences*, 32-41 Vol 1, No. 2, Issn: 2162-6359.
- Wahyono, A. A. (2017). *Management Analysis Journal. Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Relationship Marketing Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan*, 6.
- Wahyono, B. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul.
- Wahyudi & Heriyanto, 2. (2014). Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro Di Kecamatan Sungai Kunjang. *Jurnal Fakultas Ekonomi* .
- Wardan. (2019). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minimarket Terhadap Pendapatan Warung Tradisional Di Kecamatan Petang. *Jurnal Ekonomi*, 1-16.
- Weitz, L. &. (2017). *Retailing Management (6th Ed.)*. New York: Mcgraw-Hill Internasional.
- Widyastuti, A. (2018). Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Ekonomi*, 1-14.
- Wulandari, C. (2017). Analisis Modal, Lokasi Dan Jarak Usaha Terhadap Kesejahteraan Pedagang . *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1-15.
- Wulandari, C. M. (2017). Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember.
- Wulandari, S. (2017). Analisis Tingkat Kesejahteraan Nelayan Menurut Pola Pendapatan Dan Pengeluaran Nelayan (Studi Kasus Desa Jago-Jago Kecamatan Badiri Kabupaten Tapanuli Tengah). *Jurnal Agribisnis*, 1-21.

- Yulia, F. (2018). Analisis Pola Konsumsi Dan Model Permintaan Ikan Menurut Karakteristik Rumah Tangga Indonesia . *Jurnal Ekonomi Kelautan*, 1-14.
- Yuniarti, P. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Cinere Depok.
- Yustie, B. P. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Surabaya Tahun 2020.
- Yuswanto, I. F. (2004). Peran Sumber Daya Dalam Meningkatkan Pengaruh Teknologi Karakteristik Demografi Dan Sosial Ekonomi Buruh Wanita Serta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Pada Buruh Tembakau Di Kabupaten Jember). Vol 6 No 2.
- Zulriski. (2008). Analisis Pendapatan Pedagang Sayur Keiling Di Kelurahan Tegalega Kota Bogor.

