

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pasar

2.1.1.1 Definisi Pasar

Dalam arti ekonomi, pasar seringkali 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.

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. Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk berbelanja serta kemauan untuk membelanjakannya. Pasar juga dapat didefinisikan tempat untuk mendapatkan informasi tentang produk dan mencari keuntungan secara efisien (Federico, 2006).

Adapun definsi pasar menurut Kuntowijoyo (1994) adalah sebagai mekanisme (bukan hanya sekedar tempat) yang dapat menata kepentingan pihak pembeli terhadap kepentingan pihak penjual.

Mekanisme tersebut jangan hanya dimengerti sebagai cara pembeli dan penjual bertemu dan kemudian berpisah, tetapi lebih dari itu harus dimaknai sebagai tatanan atas berbagai bagian, yaitu para pelaku seperti pembeli dan penjual, komoditas yang diperjual belikan, aturan main yang tertulis maupun tidak tertulis yang disepakati oleh para pelakunya, serta regulasi pemerintah yang saling terkait, berinteraksi, dan secara serentak bergerak bagaikan suatu mesin.

Jadi, pasar adalah wadah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dengan kesepakatan jumlah dan harga pada tingkat tertentu.

2.1.1.2 Jenis Pasar Menurut Cara Transaksinya

1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah yang bersifat tradisional dimana para penjual dapat mengadakan tawar menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok.

2. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mall, plaza, dan tempat-tempat modern lainnya.

2.1.1.3 Pasar Menurut Luas Jangkauan

1. Pasar Daerah

Pasar Daerah adalah membeli dan menjual produk dalam satu daerah produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar daerah melayani permintaan dan penawaran dalam satu daerah.

2. Pasar Lokal

Pasar lokal adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu kota tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar lokal melayani permintaan dan penawaran dalam satu kota.

3. Pasar Nasional

Pasar nasional adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu negara tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar nasional melayani permintaan dan penjualan dari dalam negeri.

2.1.1.4 Pasar Menurut Waktu Penyelenggaraan

1. Pasar Harian

Pasar harian adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan tiap hari. Pasar harian ini umumnya terdapat di desa dan kota.

2. Pasar Mingguan

Pasar mingguan adalah pasar yang kegiatan jual belinya hanya satu kali dalam seminggu. Pasar mingguan ini terdapat di daerah-daerah pedesaan.

3. Pasar Bulanan

Pasar bulanan adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan setiap sebulan sekali.

4. Pasar Tahunan

Pasar tahunan adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan setiap setahun sekali.

5. Pasar Temporer

Pasar temporer adalah pasar yang diselenggarakan organisasi/instansi pada acara tertentu, atau diadakannya hanya sewaktu-waktu (tidak tetap).

2.1.1.5 Pasar Menurut Barang yang Diperjualbelikan

1. Pasar Barang Konsumsi

Pasar barang konsumsi adalah pasar yang menjual barang-barang yang dapat langsung dipakai untuk kebutuhan rumah tangga. Misalnya, pasar yang memperjualbelikan beras, ikan, daging, sayur-sayuran, buah-buahan, alat-alat rumah tangga, pakaian, dan lain sebagainya.

2. Pasar Barang Produksi

Pasar barang produksi adalah pasar yang memperjual belikan faktor-faktor produksi. Dalam pasar ini diperjualbelikan sumber daya produksi. Misalnya, pasar mesin-mesin, pasar tenaga kerja, dan pasar uang.

2.1.2 Pedagang

Secara etimologi pedagang adalah seseorang yang menjual barang dagangannya, seorang pedagang juga dapat disebut sebagai saudagar. Maka dari itu pedagang merupakan seseorang yang melakukan aktifitas perdagangan sehari-hari demi mencari penghasilan untuk mata pencaharian mereka. Menurut Damsar (1997:106) pedagang adalah orang atau instansi yang memperjualbelikan barang

dagangannya secara langsung maupun tidak langsung. Pedagang dikategorikan menjadi:

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

Pedagang di pasar tradisional dibedakan menjadi dua yaitu:

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

Berdasarkan hasil survey, pedagang daging ayam di pasar Singaparna Kabupaten Tasikmalaya termasuk kedalam pedagang eceran, mereka membeli daging ayam dari grosir dalam hal ini adalah pengumpul ayam di pasar kemudian menjual langsung kepada konsumen.

2.1.3 Pendapatan

2.1.3.1 Definisi pendapatan

Dalam ilmu ekonomi mikro, pendapatan merupakan balas jasa terhadap faktor-faktor produksi yang telah dikeluarkan oleh sektor-sektor rumah tangga. Pendapatan yang diterima berbagai sektor tersebut berbeda-beda, diantaranya tenaga kerja menerima gaji dan upah, pemilik alat-alat modal menerima bunga, pemilik tanah dan harta tetap lainnya menerima sewa, dan pemilik keahlian keusahawanan menerima keuntungan atau profit (Sukirno,

2008:36). 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,2006).

Rahardja dan Manurung (2001) mengemukakan pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu.

Pendapatan (income) pedagang ditentukan oleh factor penjualan barang yang diproduksi dan harga per unit yang berasal dari masing-masing faktor produksi. Harga ini kemudian ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan antara penjual dan pembeli di pasar. Pendapatan pedagang ini juga dapat disebut dengan Total Revenue (TR) yang merupakan jumlah pendapatan diterima oleh pedagang sebagai hasil dari total penjualan. Pendapatan dirumuskan sebagai hasil kali antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit (Gregory N. Mankiw, 2011: 332). Sehingga, dapat dirumuskan secara matematis sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR= *Total Revenue* (Pendapatan Total)

P = *Price* (Harga)

Q =*Quantity* (Jumlah Barang)

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang pasar adalah pendapatan yang diterima atas jumlah barang terjual dikalikan dengan harga perunit barang tersebut menurut jenis-jenis dagangan nya.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Pendapatan

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

1. Pendapatan ekonomi

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

2. Pendapatan Uang

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

3. Pendapatan Personal

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

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

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

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

2.1.4.1 Modal kerja

Salah satu faktor yang sangat penting dalam usaha perdagangan adalah modal. Peran modal dalam suatu usaha sangat penting karena sebagai alat produksi suatu barang dan jasa. Suatu usaha tanpa adanya modal sebagai salah satu faktor produksinya tidak akan dapat berjalan. Dalam ilmu ekonomi, istilah capital (modal) merupakan konsep yang pengertiannya berbeda-beda, tergantung dari konteks penggunaannya dan dari sudut mana meninjaunya.

Modal kerja adalah modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan sehari-hari, terutama yang memiliki jangka waktu pendek. Seperti pembelian bahan baku, membayar gaji dan upah, dan biaya operasional lainnya (Kasmir, 2010).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa modal kerja adalah segala sesuatu yang digunakan/dimanfaatkan untuk memproduksi barang dan jasa. Sedangkan yang dimaksud modal kerja dalam penelitian ini adalah besarnya dana yang digunakan pedagang untuk menyediakan barang dagangnya setiap hari dan untuk membayar upah tenaga kerja. Satuan modal kerja usaha ini dinyatakan dalam bentuk rupiah yang dikeluarkan pedagang setiap harinya.

2.1.4.2 Volume Penjualan

Volume penjualan adalah pendapatan yang diterima oleh para penjual dari pembayaran atas barang yang dibeli konsumen. Nilainya adalah sama dengan harga dikalikan dengan jumlah barang yang dibeli oleh pembeli. Kalau harga berubah maka otomatis volume penjualan dengan sendirinya akan berubah

(Sukirno, 1997). Volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah:

1. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
2. Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
3. Mengadakan analisa pasar.
4. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
5. Mengadakan discount atau potongan harga.

Menurut Prastowo dan Julianti(2002), bahwa total penjualan sama dengan harga jual perunit dikalikan dengan total unit yang dijual. Volume penjualan digunakan untuk mengukur efektivitas penjualan, menilai biaya, kontribusi keuntungan, tingkat pengembalian modal, dan sisa dari keuntungan. Sedangkan menurut Daryono (2011:187), bahwa volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan yang dimaksud adalah banyaknya jumlah daging ayam yang terjual oleh para pedagang daging ayam di pasar Singaparna Kabupaten Tasikmalaya setiap harinya yang dihitung dalam satuan ekor.

2.1.4.3 Jumlah Pelanggan

Dewasa ini pasar sangat ditentukan sekalo oleh arti penting keberadaan pelanggan, yakni pria atau wanita yang membeli produk suatu perusahaan secara

kontinyu atau terus-menerus. Pelanggan adalah orang yang menjadi pembeli produk yang telah dibuat dan telah dipasarkan oleh sebuah perusahaan, dimana orang ini bukan hanya sekali membeli produk tersebut tetapi berulang-ulang. Menurut Nasution (2004:102), pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk suatu perusahaan. Menurut Gasperz dalam Laksana (2008:10) pengertian pelanggan ada dua yaitu:

1. Pelanggan Internal

Merupakan orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performansi pekerjaan atau perusahaan kita.

2. Pelanggan Eksternal

Merupakan pembeli atau pemakai akhir produk itu, yang sering disebut sebagai pelanggan nyata.

Berdasarkan uraian diatas bahwa jumlah pelanggan yang di maksud dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan loyal yang setia membeli daging ayam dagangannya dipasar tersebut setiap hari.

2.1.4.4 Lama Usaha

Lama usaha adalah lamanya seseorang menekuni usaha yang dijalankan. Lama usaha juga dapat diartikan sebagai lamanya waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usaha (Utami Dan Wibowo, 2013). Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno, 2006).

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan lama usaha adalah lama waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usahanya, waktu tersebut

merupakan lamanya pedagang dalam menekuni bidang dagang ataupun usahanya. Untuk satuan pengukuran lamanya usaha, peneliti menggunakan satuan tahun. Hal tersebut dimaksudkan agar mudah dalam memperoleh data bagi pedagang yang baru menekuni usaha dagang maupun yang sudah lama menekuni di bidang tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang telah ada sebelumnya dan sesuai dengan penelitian yang relevan. Penelitian-penelitian terdahulu ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan ataupun kajian terhadap penelitian. Adapun penelitian-penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian, Tahun dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Nuraila Hanum (2017), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kota Kuala Simpang. Jurnal Samudra Ekonomika, Volume 1, Nomor 1, Maret 2012.	Modal Jam Kerja Lama usaha	Analisis pada pedagang kaki lima.	-Variabel Modal, jam kerja dan lama usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan pedagang kaki lima di kota kuala simpang. -Variabel Modal, jam kerja dan lama usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di kota kuala simpang.
2	Rosetyadi Artistyan Firdausa, Fitri Arianti	Modal awal lama usaha	Variabel independen	-Variabel modal awal, lama usaha

	(2013), Pengaruh Modal awal, lama usaha dan jam kerja Terhadap pendapatan Pedagang kios Di Pasar Bintaro Demak. Diponegoro Journal of economic, Volume 2, Nomor 1, 2013.	jam kerja	tanpa menggunakan penjualan dan jumlah pelanggan.	dan jam kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif secara signifikan terhadap jumlah pendapatan pedagang pasar Bintoro Demak.
3	Ahmad Setiadi,Ahmad Suhendri (2018), Analisis determinan factor-faktor pendapatan para pedagang di pasar rembiga kecamatan selaparang kota mataram. Jurnal kompetitif,media informasi ekonomi pembangunan, manajemen dan akuntansi, Volume 4, Nomor 2, September 2018.	Besarnya modal	Variabel independen menggunakan lokasi berdagang dan kondisi tempat berdagang.	-Variabel Modal, lokasi, dan Kondisi Tempat Berjualan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Pendapatan Para Penjual di Pasar RembigaKecamatan Selaparang Kota Mataram. -Variabel Modal,lokasi, dan Kondisi Tempat Berjualanberpengaruh signifikan secara simultanterhadap Pendapatan Para Penjual di Pasar RembigaKecamatan Selaparang Kota Mataram.
4	Setyaningsih Sri Utami, Edi Wibowo (2006), Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta), Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 13, No. 2, Oktober 2013: 171 – 180	Pendapatan Modal Kerja Lama Usaha	Pendapatan sebagai variabel dependen.	- Modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Klithikan Notoharjo Sura-karta. - Lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta.

				- Lama usaha tidak terbukti sebagai variabel yang memoderasi pengaruh modal kerja terhadap pendapatan pedagang di Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta.
5	Nur Isni Atun (2016), Pengaruh Modal, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Slemanabdul. Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 5, Nomor 4, Tahun 2016.	Modal	Variabel independen menggunakan jenis dagangan. Omzet penjualan dan jumlah pelanggan.	Terdapat pengaruh positif modal terhadap pendapatan pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman, terdapat pengaruh positif lokasi terhadap pendapatan pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman, Terdapat pengaruh jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman.
6	Dewa Made Aris Artaman, Ni Nyoman Yuliarmi, dan I Ketut Djayastra(2015) , Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati gianyar. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 4.02 (2015) : 87-105.	Modal Usaha Lama Usaha Jam Kerja Pedagang	Variabel independen menggunakan parkir dan lokasi.	Modal usaha, lama usaha, jam kerja, parkir dan lokasi usaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Seni Sukawati. Modal usaha,lama usaha dan lokasi usahasecara parsial berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Seni Sukawati.

				Sedangkan variabel jam kerja dan parker secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Seni Sukawati.
7	Nicolas butarbutar, B.Roringpande.y, R.A.J. Legrans dan I.D.R. Lumenta (2014), Analisis Keuntungan Pedagang Pengecer Daging Sapi di Pasar Tradisional Kota Manado, Jurnal Zootek Volume 34, Nomor 1, Januari 2014.	Volume penjualan	variabel independen biaya pemasaran dan subyek penelitian pada pedagang pengecer daging sapi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha pedagang pengecer daging sapi di pasar tradisional kota manado mampu memberikan keuntungan. Secara keseluruhan mampu mencapai rentabilitas yang lebih baik dibandingkan dengan tingkat suku bunga bank Indonesia.
8	IndahWardani, Supristiwendi, RiniMastuti (2014), Pengaruh Modal, Harga Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Pedagang Pengecer Kelapa Di Pasar Langsa . Jurnal Penelitian AgrisamudraVol. 6 Nomor 1	Modal, Volume Penjualan	Analisis pada pedagang pengecer kelapa	Variabel modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pengecer kelapa di Pasar Langsa Kota.Variabel harga dan volume penjualan berpengaruh sangat nyata terhadap pendapatan pedagang pengecer kelapa di Pasar Langsa Kota.
9	Kadek Sustiawan Dana Putra, Made Dwi Setyadhi Mustika (2017), Pengaruh modal usaha dan jumlah	Modal, jumlah pelanggan, Lama Usaha	Pendapatan produsen Roti	Secara parsial Modal, jumlah pelanggan, Lama Usaha berpengaruh positif dan

	<p>pelanggan terhadap pendapatan produsen roti di kota Denpasar dengan lama usaha sebagai variabel moderatingi E-jurnal ep unud, volume 5 1, nomor, juli 2017.</p>			<p>signifikan terhadap Pendapatan Produsen Roti di Kota Denpasar. Lama Usaha merupakan variabel moderating yang dapat memperkuat pengaruh antara Modal terhadap Pendapatan Produsen Roti di Kota Denpasar. Lama Usaha merupakan variabel moderating yang dapat memperkuat pengaruh antara jumlah pelanggan terhadap Pendapatan Produsen Roti di Kota Denpasar.</p>
10	<p>NiWayan AriSanti, IyusAkhmad Haris, INyoman Sujana (2017), Pengaruhhargajual dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Ud.Broiler Putradidusun Batumulapan Kabupaten Klungkung. Jurnal Ilmu Ekonomi, Volume 1, Nomor 1, 2017.</p>	Volume penjualan	Pendapatan	<p>Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga jual dan volume penjualan berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UD. BroilerPutra. Oleh karena itu, penentuan harga jual sangat menentukan jumlah pendapatan yang diterima oleh UD.Broiler Putra.</p>

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori-teori penelitian terdahulu yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diketahui bahwa variabel modal usaha, volume penjualan, jam kerja, jumlah pelanggan dan lama usaha dapat memberikan pengaruh terhadap pendapatan. Oleh karena itu, maka penulis akan mengamati dan meneliti variabel-variabel tersebut. Dimulai dengan menyusun kerangka pemikiran untuk menjelaskan hubungan antar variabel sebagai berikut:

2.3.1 Hubungan Modal kerja Terhadap Pendapatan

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

Menurut penelitian Setyaningsih Sri Utami dan Edi Wibowo (2006), yang berjudul "Pengaruh modal kerja terhadap pendapatan dengan lama usaha sebagai variabel moderasi (survei pada pedagang pasar Klithikan Notoharjo

Surakarta”, menyatakan bahwa modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Surakarta.

2.3.2 Hubungan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan

Besarnya penjualan akan berpengaruh terhadap volume penjualan produk, begitu sebaliknya apabila penjualan tidak mencapai target optimal volume penjualan juga akan menurun. Hal ini membuktikan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap pendapatan. Volume penjualan juga dipengaruhi oleh kenaikan harga pasar sehingga konsumen lebih menahan pembelian sampai harga turun kembali.

Semakin banyak barang terjual maka akan semakin besar pendapatan yang diterima pedagang sebaliknya apabila barang terjual hanya sedikit pendapatan yang diterima pedagang akan sedikit juga. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ni Wayan Ari Santi dan Iyus Akhmad Haris (2017), yang berjudul “Pengaruh harga jual dan volume penjualan terhadap pendapatan Ud. Broiler Putradidusun Batumulapan Kabupaten Klungkung”, hasil penelitiannya menyatakan bahwa volume penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UD. Boiler Putra didusun Batumulapan Kabupaten Klungkung.

2.3.3 Hubungan Jumlah Pelanggan Terhadap Pendapatan

Semakin tinggi kepuasan pelanggan akan suatu produk perusahaan maka semakin meningkat jumlah pelanggan perusahaan tersebut dan hal ini dapat mendorong peningkatan pendapatan perusahaan. Artinya ketika terjadi

penambahan jumlah pelanggan maka penerimaan atau pendapatan perusahaan akan mengalami peningkatan.

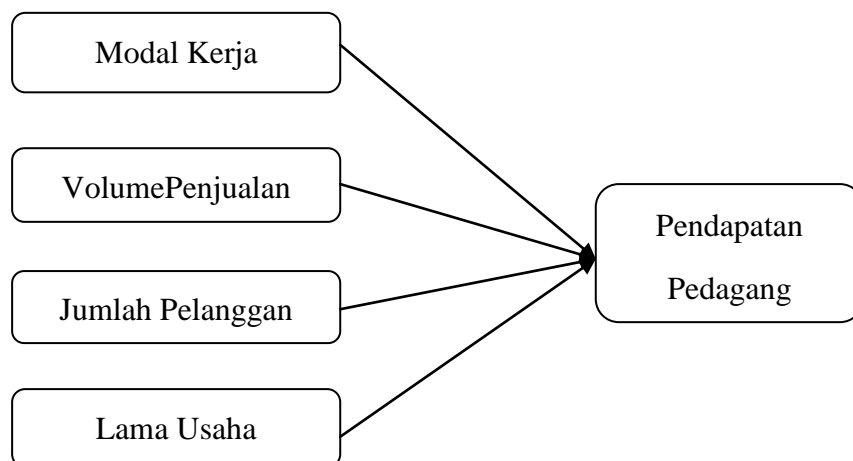
Peningkatan pendapatan tersebut berasal dari pelanggan yang telah ada maupun melalui penambahan pelanggan baru selama tahun berjalan. Hal ini didukung oleh penelitian Subandi (2009), yang menyatakan bahwa jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan perusahaan.

2.3.4 Hubungan Lama Usaha Terhadap Pendapatan

Faktor lama usaha juga mempunyai peran penting dalam perdagangan. Lama usaha berkaitan dengan pengalaman yang diperoleh pedagang. Semakin lama pedagang menjalankan usahanya, maka semakin banyak pengalaman yang diperolehnya. Dalam hal ini pengalaman yang diperoleh tersebut tentang bagaimana menekan biaya produksi agar lebih kecil daripada penjualan. Selain itu, semakin lama pedagang menjalani usaha dagangnya maka pengetahuan pedagang tentang minat dan perilaku pembeli juga akan meningkat, serta akan menambah relasi bisnis dan pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Dengan demikian semakin lama usaha berdagang maka semakin tinggi pendapatan pedagang.

Penelitian Artaman (2015), yang berjudul “Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar” dengan variabel bebas modal usaha, jam kerja dan lama usaha, menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Seni Sukawati Gianyar.

Gambar 2.1
Paradigma Penelitian



2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016: 96) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Adapun hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga modal kerja, volume penjualan, jumlah pelanggan dan lama usaha secara parsial berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang daging ayam di pasar Singaparna Kabupaten Tasikmalaya.
2. Diduga modal kerja, volume penjualan, jumlah pelanggan dan lama usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang daging ayam di pasar Singaparna Kabupaten Tasikmalaya.

3. Diduga pendapatan pedagang daging ayam di pasar Singaparna Kabupaten Tasikmalaya inelastis terhadap modal kerja, volume penjualan, jumlah pelanggan dan lama usaha.