



**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT
PENDAPATAN PEDAGANG PASAR JUWANA BARU
KABUPATEN PATI**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Safaatur Rohmah

7111413024

UNNES
JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2017

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Senin

Tanggal : 09 Oktober 2017

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Lesta Karolina S.E., M.Si.
NIP. 198007172008012016

Pembimbing I


Dr. J. Titik Haryati, M.Si
NIP. 195206221976122001

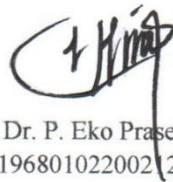
PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan
Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : *Senin*

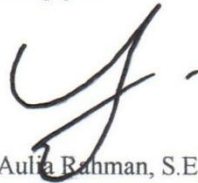
Tanggal : *30 Oktober 2017*

Penguji I



Prof. Dr. P. Eko Prasetyo, S.E, M.Si.
NIP. 196801022002121003

Penguji II



Yozi Aulia Rahman, S.E,M.Sc.
NIP. 198701222014041001

Penguji III



Dr. J. Titik Haryati, M.Si.
NIP. 195206221976122001

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Wahyono M.M
NIP. 195601031983121001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Safaatur Rohmah

Nim : 7111413024

Tempat Tanggal Lahir: Pati, 09 Juni 1995

Alamat : Kepohkencono Rt 02/Rw 06, Kec Pucakwangi Kab Pati

Mengatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 25 Oktober 2017



Safaatur Rohmah

NIM. 7111413024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Bahagia adalah ketika kita lebih sering tersenyum, lebih berani bermimpi, lebih mudah tertawa, dan lebih banyak bersyukur”

Persembahan

Dengan rasa syukur kepada Allah subhanahu wa ta'ala skripsi ini kupersembahkan kepada:

- Bapak Pargu dan Ibu Sarimpi atas doa dan yang tiada henti.
- Kakak Rosyid, Kumari dan Siti Fathonah atas dukungan dan motivasinya.
- Almamaterku UNNES

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Sari

Safaatur Rohmah. 2017 “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati”. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I. Dr.Y. Titik Haryati, M.Si.

Kata Kunci : Modal, Lokasi, Jam Dagang, Pendapatan.

Pasar rakyat merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi di suatu wilayah. Permasalahan dalam penelitian ini adalah Seberapa Besar pengaruh modal berdagang, lokasi berdagang, jam kerja pedagang terhadap pendapatan pedagang di Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal berdagang, lokasi berdagang dan jam kerja pedagang terhadap pendapatan pedagang pasar Juwana Baru Kabupaten Pati.

Populasi penelitian yaitu pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati sebanyak 1578 pedagang. Jumlah sampel yang diperoleh berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan berjumlah 94 pedagang. Data yang digunakan berupa data primer yang diambil dengan metode angket. Dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda, uji hipotesis secara simultan (uji F) dan koefisien determinasi ganda pada *level significance* 5%.

Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai modal berdagang berpengaruh signifikan pada pendapatan pedagang pasar. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Lokasi berdagang berpengaruh signifikan pada pendapatan pedagang pasar dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Jam kerja pedagang tidak berpengaruh signifikan pada pendapatan pedagang pasar dengan nilai signifikan sebesar 0,334. Hasil uji koefisien determinasi ganda dapat diketahui bahwa modal berdagang, lokasi berdagang, jam kerja pedagang secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen pendapatan pedagang pasar sebesar 87,8%, sedangkan sisanya sebesar 12,2% disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Simpulan dari penelitian ini adalah variabel modal berdagang, lokasi berdagang, jam kerja pedagang secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan pada besarnya variabel pendapatan pedagang pasar. Faktor yang paling besar berpengaruh pada pendapatan pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati adalah modal berdagang. Saran penelitian ini sebaiknya dalam menghasilkan pendapatan berdagang tidak dilihat dari modal berdagang, lokasi berdagang, jam kerja pedagang, tetapi bisa dilihat dari kondisi tempat berdagang, jumlah barang dan penataan barang dagangan, jika kondisi tempat berdagang bersih dan rapi maka konsumen lebih tertarik untuk membeli barang ditempat tersebut.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

ABSTRACT

Safaatur Rohmah. 2017 " Affecting Factors of Income Level of Traders of Juwana Baru Market in Pati Regency". Final Project. Development Economics Department. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor I. Dr.Y. Titik Haryati,

Keywords: Capital, Location, Trading Hours, Income.

People market is one of the most obvious indicators of economic activity in a region. Problems in this research are how big the influence of trading capital, trade location, hours of merchant's work to the merchant's income in Pasar Juwana Baru Pati Regency. This study aims to determine and analyze the influence of trading capital, trade location and hours of merchant work on the income of market traders Juwana Baru Pati regency.

The population of this research is traders of Juwana Baru Market in Pati as many as 1578 traders. The number of samples obtained based on predefined criteria amounted to 94 traders. The data used in the form of primary data taken by questionnaire method. By using multiple regression analysis, simultaneous hypothesis test (F test) and double determination coefficient at significance level 5%.

The result of the partial hypothesis test (t-test) shows that the value of capital has a significant effect on the traders' income. With a signification value of 0.000. The location of trading has a significant effect on market merchant income with a significant value of 0.000. Trading hours have no significant effect on market traders' earnings with a significant value of 0.334. Hypothesis test results simultaneously (f test) can be seen that capital, trade location, the trading hours simultaneously significant effect on market merchant income with a significance value of 0.000. The result of the test of the coefficient of double determination can be seen that capital, location, hours trading together influence dependent variable of marketer's merchant income equal to 87,8%, while the rest equal to 12,2% caused by other factors.

The conclusions of this study are capital variables, trade locations, trading hours simultaneously (together) have a significant influence on the size of market traders' income variables. The biggest factor affecting the income of traders of Juwana Baru Market in Pati Regency is trading capital. Suggestions of this research should be in generating trade income is not seen from the trading capital, trade location, hours of merchant work, but can be seen from the conditions of trade, the amount of goods and the arrangement of merchandise, if the condition of the place of trade clean and tidy then consumers are more interested to buy goods the place.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PRAKATA

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati”.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan serta kerjasama yang baik dari beberapa pihak, tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang banyak kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan studi di Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Wahyono, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan izin kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Lesta Karolina Br. Sebayang.S.E.M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Dr. J. Titik Haryati, M.Si., Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dosen penguji Prof. Dr. P. Eko Prasetyo, S.E, M.Si., dan Yozi Aulia Rahman, S.E, M.Sc., yang memberikan petunjuk dan arahan untuk memperbaiki skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama menempuh studi di Universitas Negeri Semarang.
7. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang telah memberikan dorongan, motivasi dan doanya.
8. Kepada kepala pasar dan pedagang pasar Juwana Baru yang telah meluangkan waktunya untuk penulis melakukan penelitian.
9. Teman-teman Jurusan Ekonomi Pembangunan 2013 yang telah berjuang bersama dan memberikan dorongan, motivasi dan doanya.
10. Teman-teman kos dan KKN, PKL yang telah menemani dan menghibur ketika senang dan susah, selama belajar di Universitas Negeri Semarang.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.

Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, jika masih ada kritik dan saran yang bersifat membangun demi lebih sempurnanya skripsi ini dapat diterima dengan senang hati. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membantu.

UNNES
Semarang, Oktober 2017
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Safaatur Rohmah
NIM. 7111413024

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-------------|
| JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN..... | iii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| SARI | vi |
| ABSTRACK..... | vii |
| PRAKATA | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah | 8 |
| 1.3. Batasan Masalah | 8 |
| 1.4. Rumusan Masalah | 9 |
| 1.5 Tujuan Penelian | 10 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.7 Orisinilitas Penelitian..... | 11 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 12 |
| 2.1 Pasar | 12 |
| 2.1.1 Definisi Pasar..... | 12 |
| 2.1.2 Pasar Menurut Jenisnya | 14 |
| 2.1.3 Pasar Menurut Jumlah Penjual Dan Pembeli | 16 |
| 2.1.4 Fungsi Pasar | 17 |
| 2.1.5 Pasar Persaingan Sempurna | 18 |
| 2.1.6 Mekanisme Pasar | 19 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.2 | Pendapatan | 20 |
| 2.3 | Pedagang | 21 |
| 2.4 | Modal | 21 |
| 2.5 | Lokasi..... | 23 |
| 2.6 | Jam Kerja Pedagang | 25 |
| 2.7 | Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.8 | Kerangka Berfikir | 30 |
| 2.9 | Hipotesis | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 33 |
| 3.1 | Populasi..... | 33 |
| 3.2 | Sampel..... | 33 |
| 3.3 | Sumber Data | 36 |
| 3.4 | Variabel Penelitian | 36 |
| 3.4.1 | Variabel Bebas | 36 |
| 3.4.2 | Variabel Terikat | 37 |
| 3.5 | Metode Pengumpulan Data | 37 |
| 3.5.1 | Wawancara | 37 |
| 3.5.2 | Observasi | 38 |
| 3.5.3 | Metode Kuesioner | 38 |
| 3.5.4 | Metode Dokumentasi | 39 |
| 3.6 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 39 |
| 3.6.1 | Uji Validitas | 39 |
| 3.6.2 | Uji Realibilitas | 40 |
| 3.7 | Metode Analisis Data | 41 |
| 3.7.1 | Uji Asumsi Klasik | 41 |
| 3.7.2 | Analisis Regresi Linier Berganda | 43 |
| 3.7.3 | Uji Hipotesis | 44 |
| 3.7.4 | Koefisien Determinasi | 44 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 46 |
| 4.1 | Gambaran Umum Pasar Juwana Baru | 46 |
| 4.1.2 | Profil Pasar..... | 46 |

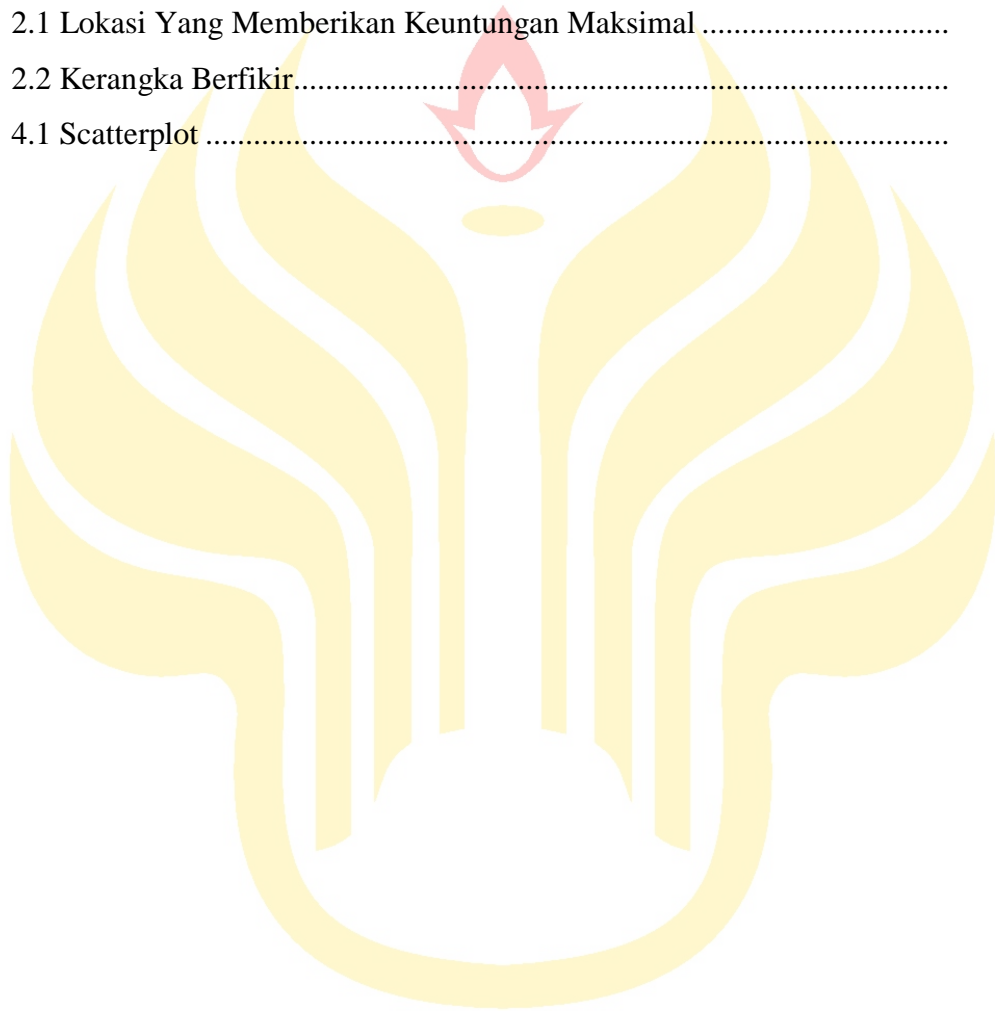
| | | |
|--------------------------------|---|-----------|
| 4.2 | Profil Responden..... | 51 |
| 4.2.1 | Menurut Jenis Usaha..... | 51 |
| 4.2.2 | Menurut Umur | 52 |
| 4.2.3 | Menurut Tingkat Pendidikan | 52 |
| 4.2.4 | Menurut Jenis Kelamin..... | 53 |
| 4.3 | Deskripsi Variabel Penelitian..... | 54 |
| 4.3.1 | Pendapatan..... | 54 |
| 4.3.2 | Modal | 55 |
| 4.3.3 | Lokasi..... | 55 |
| 4.3.4 | Jam | 56 |
| 4.4 | Analisis Data..... | 57 |
| 4.4.1 | Metode Analisis Data..... | 57 |
| 4.4.1.1 | Uji Normalitas | 58 |
| 4.4.1.2 | Uji Linieritas | 59 |
| 4.4.1.3 | Uji Asumsi Klasik | 61 |
| 4.4.1.4 | Analisis Regresi Berganda | 63 |
| 4.4.1.5 | Uji Hipotesis..... | 65 |
| 4.4.1.5.1 | Uji Hipotesis Secara Simultan(Uji F)..... | 65 |
| 4.4.1.5.2 | Koefisien Determinasi Ganda (R^2)..... | 66 |
| 4.5 | Pembahasan..... | 67 |
| BAB V | PENUTUP | 72 |
| 5.1 | Simpulan | 72 |
| 5.2 | Saran | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 74 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | 76 |

DAFTAR TABEL

| Tabel : | Halaman : |
|--|-----------|
| 1.1 Banyaknya Pasar Dan Jenis Pasar Di Kabupaten Pati Tahun 2015 | 3 |
| 1.2 Jenis Bangunan Tempat Berjualan , Jumlah Dan Persentase Pedagang Berjualan Dipasar Juwana Baru 2015 | 5 |
| 2.7 Penelitian Terdahulu | 26 |
| 3.1 Hasil Penarikan Sampel | 35 |
| 4.1 Jumlah Pedagang Pasar Baru | 49 |
| 4.2 Deskripsi Pedagang Pasar Juwana Baru Menurut Jenis Usaha..... | 51 |
| 4.3 Deskripsi Pedagang Pasar Juwana Baru Menurut Umur | 52 |
| 4.4 Deskripsi Pedaganag Pasar Juwana Baru Menurut Tingkat Pendidikan..... | 53 |
| 4.5 Deskriptif Pedagang Pasar Juwana Baru Menurut Jenis Kelamin | 53 |
| 4.6 Deskripsi Pendapatan Pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati .. | 54 |
| 4.7 Deskripsi Modal Berdagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati..... | 55 |
| 4.8 Deskripsi Lokasi Berdagang Pedagang Pasar Juwana Baru | 56 |
| 4.9 Deskripsi Jam Kerja Pedagang Pasar Juwana Baru | 56 |
| 4.10 Hasil Uji Normalitas Data | 58 |
| 4.11 Hasil Uji Linieritas Pada Variabel Modal Berdagang(X1) | 59 |
| 4.12 Hasil Uji Linieritas Pada Variabel Lokasi Berdagang (X2)..... | 59 |
| 4.13 Hasil Uji Linieritas Pada Variabel Jam Kerja Pedagang (X3) | 60 |
| 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas | 61 |
| 4.15 Hasil Uji Glejser..... | 63 |
| 4.16 Analisis Regresi Linier Berganda | 64 |
| 4.17 Hasil Uji F..... | 66 |
| 4.18 Hasil Determinansi Ganda | 67 |

DAFTAR GAMBAR

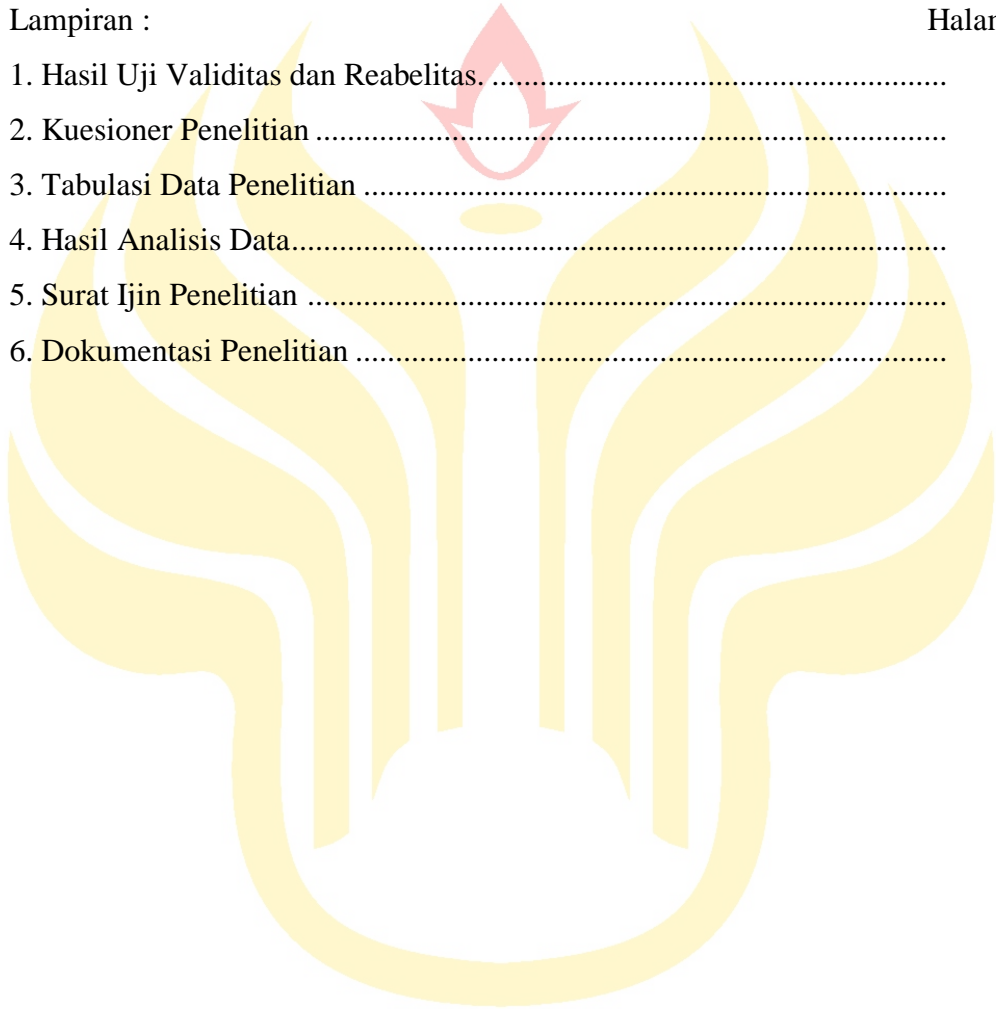
| Gambar : | Halaman: |
|--|----------|
| 2.1 Lokasi Yang Memberikan Keuntungan Maksimal | 24 |
| 2.2 Kerangka Berfikir..... | 30 |
| 4.1 Scatterplot | 62 |



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran : | Halaman: |
|--|----------|
| 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas..... | 78 |
| 2. Kuesioner Penelitian | 81 |
| 3. Tabulasi Data Penelitian | 82 |
| 4. Hasil Analisis Data..... | 82 |
| 5. Surat Ijin Penelitian | 89 |
| 6. Dokumentasi Penelitian | 92 |



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perekonomian disuatu negara maupun daerah terdapat sektor-sektor yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, yaitu sektor formal dan sektor informal. Sektor formal adalah sektor yang usahanya berskala besar dan mendapat izin dari pemerintah terkait, sedangkan sektor informal umumnya merupakan usaha berskala kecil dengan modal dan ruang lingkup yang terbatas.

Adanya sektor informal perekonomian kerakyatan dapat berlangsung secara baik dan berkelanjutan. Sektor informal dapat menjadi sektor yang dapat diandalkan untuk pertumbuhan ekonomi karena dapat menjadi alternatif menampung peluang kerja. Adanya sektor informal yang dapat menjadi alternatif peluang kerja karena sektor informal tidak rentan atau tidak begitu terpengaruh saat terjadi krisis ekonomi di suatu negara, berbeda dengan sektor formal yang akan menerima dampaknya jika terjadi krisis ekonomi.

Usaha berdagang merupakan salah satu alternatif lapangan kerja informal, yang ternyata dapat menghasilkan pendapatan serta banyak menyerap tenaga kerja, seperti berdagang di pasar rakyat, dirumah atau tempat keramaian dan bisa juga berkeliling. Seperti yang akan kami kaji mengenai pedagang pasar Juwana Baru Kabupaten Pati. Usaha berdagang di pasar rakyat atau disebut pedagang pasar merupakan usaha yang dapat mengasilkan pendapatan bagi

masyarakat, tetapi usaha berdagang di pasar rakyat tidak selamanya mulus dan banyak permasalahannya.

Pasar rakyat yang sebelumnya disebut pasar tradisional dan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Pasar Tradisional diganti dengan menjadi pasar rakyat. Pasar rakyat adalah suatu area tertentu tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan proses jual beli berbagai jenis barang konsumsi melalui tawar menawar. Pasar rakyat menjadi primadona konsumen yaitu pada hari besar misalnya Idul Fitri. Pasar rakyat menjadi incaran pembeli untuk memenuhi kebutuhan pokok guna untuk merayakan hari besar mereka.

Untuk merespon agar keberadaan pasar rakyat bertahan, pasar rakyat harus berbenah diri dengan menyesuaikan dirinya sesuai dengan selera konsumen. Perkembangan selera konsumen menginginkan tempat berbelanja yang bersih, nyaman dengan harga yang relatif murah, serta mutu barang yang dapat dipertanggung jawabkan. Pasar rakyat identik dengan kondisi yang kumuh, kotor dan bau citra pasar rakyat semakin buruk tentang banyaknya informasi bahwa produk yang tidak higienis dan penggunaan zat kimia pada bahan makan yang dijual. Perubahan pasar rakyat perlu segera dibenahi agar dapat bertahan dan bersaing dengan pasar modern disekitarnya.

Tabel 1.1**Banyaknya Pasar dan Jenis Pasar Di Kabupaten Pati Tahun 2015**

| No | Nama Pasar | Jumlah Pedagang |
|--------|--------------------------|-----------------|
| 1. | Pasar Pujasera Pati | 59 |
| 2. | Pasar Rogowongso | 584 |
| 3. | Pasar Bulumanis | 100 |
| 4. | Pasar Sleko I | 254 |
| 5. | Pasar Sleko II | 138 |
| 6. | Pasar Sopoyono | 66 |
| 7. | Pasar Tayu | 660 |
| 8. | Pasar Trangkil | 1029 |
| 9. | Pasar Wedarijaksa | 70 |
| 10. | Pasar Winong | 880 |
| 11. | Pasar Puncel | 165 |
| 12. | Pasar Puri Baru | 1432 |
| 13. | Pasar Porda Juwana | 510 |
| 14. | Pasar Kayen Baru | 790 |
| 15. | Pasar Dosoman | 100 |
| 16. | Pasar Juwana Baru | 1578 |
| 17. | Pasar Gembong | 447 |
| 18. | Pasar Godi | 13 |
| 19. | Pasar Progolo Margorejo | 72 |
| 20. | pasar Hewan Tayu | 89 |
| 21. | Pasar Hewan Winong | 100 |
| Jumlah | | 9294 |

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pati, 2015

Berdasarkan tabel 1.1 data banyaknya pasar dan jenis pasar di Kabupaten Pati ada 21 pasar. Pasar Juwana Baru merupakan pasar terbesar dan pasar yang memiliki jumlah pedagang terbanyak di Kabupaten Pati, yaitu 1578 pedagang, terbanyak kedua Pasar Puri Baru yaitu 1432 pedagang dan terbanyak ketiga Pasar Trangkil yaitu sebanyak 1029 pedagang. Sehingga pasar Juwana Baru menjadi perhatian khusus oleh pengelola dinas pasar Kabupaten Pati karena memiliki jumlah pedagang terbanyak.

Pasar Juwana Baru memiliki Luas pasar seluruhnya $\pm 14.945 \text{ m}^2$ terdiri dari luas halaman atau plataran $\pm 12.457 \text{ m}^2$ dan luas bangunan $\pm 3,130,05 \text{ m}^2$ dengan terdapat berbagai jenis bangunan permanen. Struktur bangunan pasar Juwana Baru terbagi menjadi 2 lantai, yaitu lantai dasar dan lantai dua. Lantai dasar berisi kios-kios yang berukuran sedang dan besar ditempati oleh pedagang makanan, pakaian dan aksesoris. Lantai dua berisi kios-kios berukuran sedang, los-los untuk para penjual ikan, daging, sayuran dan juga terdapat kantor pengelola pasar Juwana Baru. Ukuran kios, los dan pelataran yang ada di pasar juwana baru sangat beragam, mulai 4×3 meter per kios sampai dengan terbesar yaitu 4×7 meter, mulai 11×4 meter per los sampai dengan terbesar yaitu $17,5 \times 4$ meter, dan mulai 1×2 meter per pelataran sampai dengan terbesar yaitu $2 \times 1,5$ meter, namun pedagang yang memiliki modal banyak biasanya menyewa kios, dan los lebih dari satu dan digabung agar lebih besar. Harga sewa kios bermacam-macam menurut letaknya dan tidak ada nominal pasti berapa harga sewa.

Munculnya investor-investor yang membangun pusat perbelanjaan modern berupa *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket* dll, tentunya menjadi pesaing bagi pedagang pasar rakyat. Pemerintah Kabupaten Pati melalui Dinas Pasar Kabupaten Pati terus berupaya melakukan perbaikan pengelolaan pasar rakyat dengan penataan ulang pasar rakyat salah satunya yaitu merevitalisasi pasar Juwana Baru pada tahun 2005, dalam rangka peningkatan daya saing pasar rakyat di Kabupaten Pati. keadaan pasar Juwana Baru yang awalnya kumuh, pedagang yang tidak tertata rapi, kurang nyaman setelah direvitalisasi pasar Juwana Baru menjadi bersih, teratur, nyaman, aman sehingga dapat meningkatkan minat

masyarakat berbelanja kepasar. Berikut ini adalah data jumlah kios di pasar Juwana Baru dan persentase pedagang yang berjualan.

Tabel 1.2
Jenis Bangunan Tempat Berjualan, Jumlah Dan Persentase Pedagang Yang Berjualan Di Pasar Juwana Baru 2015

| No | Jenis Bangunan Tempat Berjualan | Jumlah Tempat pedagang | Jumlah Pedagang | Persentase Pedagang Yang Berjualan (%) |
|----|---------------------------------|------------------------|-----------------|--|
| 1 | Kios | 110 | 57 | 52 % |
| 2 | Los | 1.701 | 1.530 | 99 % |
| | Jumlah | 1.811 | 1.578 | 86 % |

Sumber: Kantor Pasar Juwana Baru, 2015

Tabel 1.2 diatas menunjukkan jenis bangunan tempat berjualan, jumlah dan persentase pedagang yang berjualan di pasar Juwana Baru bahwa pasar Juwana Baru memiliki jumlah kios 110 unit, dan los 1.701 unit. Serta jumlah pedagang yang menempati kios untuk berjualan 57 pedagang dan pedagang yang menempati los untuk berjualan 1.530 pedagang. Namun, jumlah pedagang yang berjualan di pasar Juwana Baru hanya 86 % dari jumlah tempat berjualan yang tersedia sehingga 14% tempat berjualan yang kosong atau tidak ditempati.

Usaha berdagang hal yang menjadi tujuan pedagang adalah memperoleh pendapatan yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Boediono (2009:170) mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Kesejahteraan seorang pedagang dapat diukur dari penghasilannya, oleh karena itu faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang harus diperhatikan supaya pendapatan pedagang stabil dan kesejahteraannya meningkat sehingga jual-beli di pasar tetap

berjalan lancar, jumlah pedagang yang ada akan tetap bertahan dan semakin bertambah. Dalam memulai sebuah usaha berdagang, salah satu hal paling penting yang dibutuhkan adalah modal.

Menurut Case dan Fair (2007:23) menyatakan bahwa modal merupakan faktor penting dalam melakukan usaha, sebab modal mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan berhasil atau tidaknya suatu usaha yang dijalani. dengan cara itu, pendapatan yang akan diperoleh juga akan semakin besar. Akan tetapi, pasar rakyat mayoritas pedagang berasal dari masyarakat menengah kebawah. Jadi dalam mendapatkan suatu modal kebanyakan para pedagang masih mengandalkan hasil pertanian maupun ketarampilannya saja. Padahal jika para pedagang pasar tersebut ingin menambah modal, para pedagang bisa meminjam modal tersebut di bank atau lembaga non bank. Namun banyak dari para pedagang yang tidak memenuhi persyaratan dan tingginya bunga yang harus dibayar menjadikan permasalahan tersendiri. Inilah permasalahan terkait permodalan dari pedagang pasar rakyat.

Selain modal berdagang pemilihan lokasi berdagang juga sangat penting dalam suatu penjualan. Lokasi sangat berpengaruh besar terhadap pendapatan. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Lokasi yang cocok dijadikan tempat berdagang yaitu berhubungan langsung dengan konsumen yaitu lokasi yang mudah dijangkau, lokasi yang mudah dilihat oleh para calon pembeli, serta lokasi yang sering dilalui oleh para konsumen yang biasanya berdekatan dengan jalan masuk. Dengan memilih lokasi yang tepat, para pedagang pasar akan mudah untuk menjual atau

menawarkan berbagai barang yang dijualnya kepada para calon pembeli, sehingga akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh.

Setelah usaha dimulai, yang diperlukan suatu usaha agar dapat berjalan lancar dan berkembang adalah pengelolaan yang baik. Salah satu faktor penting dalam mengelola suatu usaha adalah menentukan jam kerja. Jam kerja adalah banyaknya lama waktu kerja dalam sehari. Satuan variabel jam kerja adalah jam per hari. Namun belum tentunya semua kios memiliki jam kerja yang sama. Jika ingin memperoleh pendapatan yang tinggi maka diperlukan jam kerja yang tinggi pula. Semakin lama jam kerja atau operasional sebuah kios dan los dipasar maka akan semakin tinggi pula kesempatan untuk memperoleh pendapatan yang tinggi.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, keadaan pasar tersebut sudah cukup baik. Tempat-tempat berjualan para pedagang seperti los dan kios tertata cukup baik. Hal itu tentu sangat menguntungkan para pedagang di pasar dan pastinya akan mempengaruhi pendapatan para pedagang. Tetapi banyak para pedagang yang menempati los atau kios lokasinya berbeda-beda. Misalnya para pedagang yang menempati los letaknya strategis dan ada pula para pedagang yang menempati los kurang strategis yang letaknya jauh dari keramaian yang letaknya di pojokan pasar. Hingga banyak pedagang yang lebih memilih berjualan ditempat yang sekiranya mudah dijangkau oleh konsumen, Seperti didepan kios, dipinggir pintu masuk pasar, dipinggir jalan. Meskipun masih banyak los dan kios yang kosong atau belum ditempati baik lantai 1 maupun lantai 2. Pasar juwana baru terdapat berbagai jenis dagangan yang sangat bervariasi seperti kebutuhan sehari-hari, perlengkapan rumah tangga dan barang-barang kebutuhan masyarakat lainnya.

Banyak sedikitnya jenis barang komoditas setiap pedagang yang nantinya mempengaruhi berapa besarnya modal dan pendapatan para pedagang pasar.

Berdasarkan urain tersebut, maka peneliti meneliti tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati” perlu untuk dilakukan penelitian.

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tuntutan zaman untuk pengelolaan pasar tradisional yang lebih baik.
2. Banyaknya pedagang yang menempati lokasi berdagang tidak sesuai dengan pengelompokan jenis dagangan.
3. Banyaknya tempat berdagang yang kosong atau tidak ditempati.
4. Kapasitas pasar Juwana Baru yang tidak sesuai dengan jumlah pedagang pasar yang lebih sedikit.

1.3 Batasan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka diperlukan pembatasan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Pembatasan masalah dikarenakan permasalahan dan banyaknya faktor yang mempengaruhi permasalahan yang diteliti. Sehingga penelitian difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang dibatasi pada variabel modal berdagang, lokasi berdagang dan jam kerja pedagang.

1.4 Rumusan Masalah

Jumlah pedagang pasar Juwana Baru nomer satu terbanyak se-Kabupaten Pati, tetapi tidak sesuai dengan kapasitas tempat berdagang di pasar Juwana Baru sehingga banyaknya kios dan los yang kosong. Banyaknya pedagang yang pindah ketempat yang mudah dijangkau oleh konsumen, seperti depan kios, samping pintu masuk pasar dan dipinggir jalan. Banyaknya pedagang menunjukkan bahwa pasar Juwana Baru memiliki nilai lebih dan menjanjikan sebagai tempat berdagang, hal yang menjanjikan dan dicari orang untuk berdagang adalah untuk memperoleh pendapatan yang banyak, pendapatan sendiri memiliki faktor-faktor yang mempengaruhinya. Melihat karakteristik pasar Juwana Baru yang sudah dijelaskan di latar belakang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar Juwana Baru adalah modal berdagang, lokasi berdagang, dan jam kerja pedagang.

Dengan melihat rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Seberapa Besar pengaruh modal berdagang terhadap pendapatan pedagang di Pasar Juwana Baru ?
2. Seberapa Besar pengaruh lokasi berdagang terhadap pendapatan pedagang di Pasar Juwana Baru ?
3. Seberapa Besar pengaruh jam kerja pedagang terhadap pendapatan pedagang di Pasar Juwana Baru ?
4. Seberapa besar pengaruh modal berdagang, lokasi berdagang dan jam kerja pedagang terhadap pendapatan pedagang di Pasar Juwana Baru ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan di atas, maka tujuan penulis ini adalah :

1. Pengaruh modal berdagang terhadap pendapatan pedagang di Pasar Juwana Baru.
2. Pengaruh lokasi berdagang terhadap pendapatan pedagang di Pasar Juwana Baru.
3. Pengaruh jam kerja pedagang terhadap pendapatan Pedagang di Pasar Juwana Baru.
4. Pengaruh modal berdagang, lokasi berdagang, jam kerja pedagang terhadap pendapatan pedagang di Pasar Juwana Baru.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Bagi responden penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang di Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati.

2. Manfaat Akademis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang di Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati.
2. Untuk menambah referensi bagi perguruan tinggi sehingga memberikan informasi kemungkinan dilaksanakan penelitian lebih lanjut.
3. Sebagai penerapan ilmu dari teori - teori yang didapat dibangku perkuliahan dan menerapkan di lapangan.

1.7 Orisinalitas Penelitian

Orisinalitas penelitian merupakan kebaruan dari peneliti yang dilakukan dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Orisinalitas penelitian dapat berupa model penelitian, metode penelitian, teori dan variabel yang digunakan. Orisinalitas penelitian ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan variabel modal berdagang dan variabel lokasi berdagang.
2. Terdapat perbedaan dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Perbedaan yang pertama yaitu menggunakan variabel jam kerja pedagang, dan tempat yang dijadikan penelitian yaitu pasar Juwana Baru Kabupaten Pati.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pasar

2.1.1 Definisi Pasar

Pasar adalah alat yang memungkinkan individu berinteraksi untuk membeli dan menjual barang atau jasa tertentu. Pasar mencerminkan seluruh proses yang digunakan untuk membeli dan menjual barang atau jasa. Pasar mengurangi biaya transaksi dari pertukaran, yaitu biaya waktu dan informasi yang perlu dipertukarkan (A. McEachem 2001: 50-51).

Pasar merupakan lokasi bertemunya pembeli dan penjual terlibat langsung dalam pertukaran. Interaksi pembeli dan penjual di segala pasar bisa terjadi dalam bentuk yang sederhana, beberapa lainnya kompleks. Semua pasar tersebut melibatkan pembeli dan penjual yang terlibat dalam pertukaran. Perilaku pembeli dan penjual dalam perekonomian *laissez-faire* menentukan apa yang diproduksi, bagaimana memproduksi, dan siapa yang mendapatkannya (Case dan Fire 2007:48).

Menurut Peraturan Presiden RI No.112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Ada empat faktor yang menandai terbentuknya pasar diantaranya yaitu, ada penjual dan pembeli, penjual dan pembeli bertemu disebuah tempat tertentu, terjadi kesepakatan diantara penjual dan pembeli bertemu disebuah tempat tertentu, terjadi kesepakatan diantara

penjual dan pembeli sehingga terjadi jual beli atau tukar menukar, antara penjual dan pembeli kedudukannya sederajat.

Menurut Samuelson (2003:28) pasar tampak seperti sebuah kumpulan campur baurnya berbagai penjual dan pembeli. Pasar merupakan tempat dimana para pembeli dan penjual berinteraksi menentukan harga dan mengadakan pertukaran barang dan jasa. Dalam sebuah sistem pasar, segala suatu mempunyai harga yang mempunyai nilai dari barang dalam satuan uang. Apa yang berlaku dipasar untuk barang-barang konsumsi juga berlaku untuk pasar-pasar faktor produksi seperti tanah dan tenaga kerja.

Para penjual mengharapkan harga setinggi mungkin untuk barang yang ditawarkannya, agar mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin. Tetapi jika para penjual dalam menawarkan barangnya dengan harga yang terlalu tinggi, para pembeli pun malas untuk membeli sehingga barangnya tidak laku. Di lain pihak jika penjual mendapat harga yang terlalu rendah dari calon pembeli, maka penjual tidak akan melepaskan barang tersebut karena mereka akan rugi. Sedangkan para pembeli menginginkan harga serendah mungkin untuk mendapatkan barang yang diinginkannya itu.

Di masing-masing pasar terjadi transaksi pasar untuk barang yang bersangkutan, dan apabila terjadi suatu transaksi, maka ini berarti telah terjadi suatu persetujuan (antara pembeli dan penjual) mengenai harga transaksi dan volume transaksi bagi barang tersebut. Dua aspek transaksi inilah (yaitu harga dan volume) yang menjadi pusat ahli ekonomi apabila ia menganalisa satu pasar.

Berdasarkan uraian diatas, pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli melakukan transaksi dan kemudian terbentuklah harga.

2.1.2 Pasar Menurut Jenisnya

Menurut Hentiani(2011:3), jenis-jenis pasar dibagi menjadi sebagai berikut:

1. Jenis Pasar Menurut Jenis Barang

Jenis-jenis pasar menurut jenis barangnya, yaitu beberapa pasar yang hanya menjual satu jenis baranag tertentu, misalnya:

1. Pasar hewan
2. Pasar sayur
3. Pasar ikan dan daging
4. Pasar loak

2. Jenis Pasar Menurut Bentuk Kegiatan

Menurut dari bentuk kegiatan pasar dibagi menjadi 2 yaitu pasar nyata ataupun pasar tidak nyata (abstrak).

a. Pasar nyata

Pasar nyata adalah pasar dimana dimana barang-barang yang akan diperjual belikan dan dapat dibeli oleh pembeli. Contohnya pasar tradisional dan pasar swalayan.

b. Pasar tidak nyata (abstrak)

Pasar abstrak adaah pasar dimana para pedagangnya tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung

tetapi hanya dengan menggunakan surat dengannya saja. Contoh pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.

3. Jenis Pasar Menurut Cara Transaksinya

1. Pasar Rakyat

Menurut Badan Standarisasi Nasional Indonesia (2015: 03) mengatakan bahwa Pasar rakyat adalah pasar dengan lokasi tetap yang berupa sejumlah toko, kios, los, dan bentuk lainnya dengan pengelolaan tertentu yang menjadi tempat jual beli dengan proses tawar menawar.

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Pasar Tradisional diganti dengan menjadi pasar rakyat. Pasar rakyat adalah suatu area tertentu tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan proses jual beli berbagai jenis barang konsumsi melalui tawar menawar.

2. Pasar Modern

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pebelanjaan dan Toko Modern. Pasar / toko modern adalah pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.

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. Beberapa pasar hanya menjual satu jenis barang tertentu,

misalnya pasar hewan, pasar sayur, pasar buah, pasar ikan dan pasar daging serta pasar loak.

4. Jenis Pasar Menurut Keleluasaan Distribusi

Menurut keleluasan distribusi barang yang dijual, pasar dapat dibedakan menjadi :

1. Pasar lokal
2. Pasar daerah
3. Pasar nasional
4. Pasar internasional

2.1.3 Pasar Menurut Jumlah Penjual dan Pembeli

Sukirno (2006:231) pasar menurut jumlah penjual dan pembeli ada 5 macam, yaitu sebagai berikut.

- a. Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang terdapat satu penjual saja dan terdapat banyak pembeli.
- b. Pasar monopoli

Pasar monopoli adalah pasar yang terdapat satu penjual saja dan terdapat banyak pembeli.

- c. Pasar monopsoni

Pasar monopsoni adalah pasar yang terdapat banyak penjual dan terdapat pembeli.

- d. Pasar oligopoli

Pasar oligopoli adalah pasar yang terdapat sedikit penjual dan terdapat banyak pembeli.

e. Pasar oligopsoni

Pasar oligopsoni adalah pasar yang terdapat banyak penjual dan terdapat sedikit pembeli.

2.1.4 Fungsi Pasar

Menurut Endarwati dan Wahyuningsih (2012: 78) ada 4 fungsi ekonomi yang dapat diperankan oleh pasar tradisional, yaitu:

1. Pasar tradisional merupakan tempat masyarakat dari berbagai lapisan memperoleh barang-barang kebutuhan harian dengan harga yang relatif terjangkau, karena memang seringkali relatif lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pasar modern. Dengan kata lain bahwa pasar tradisional merupakan pilar penyangga ekonomi masyarakat kecil.
2. Pasar tradisional merupakan tempat yang relatif lebih bisa dimasuki oleh pelaku ekonomi lemah yang menempati posisi mayoritas, terutama yang bermodal kecil.
3. Pasar tradisional merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah, lewat retribusi yang ditarik dari para pedagang.
4. Akumulasi aktivitas jual beli di pasar merupakan faktor penting dalam perhitungan tingkat pertumbuhan ekonomi baik pada skala lokal, regional maupun nasional.

2.1.5 Pasar Persaingan Sempurna

Menurut Sukirno (2006: 231) pasar persaingan sempurna adalah struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan banyak pembeli, dan setiap penjual atau pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar. Terdapat beberapa ciri dari pasar persaingan sempurna yaitu sebagai berikut.

1. Perusahaan adalah pengambil harga

Pengambil harga atau *price taker* berarti suatu perusahaan yang ada di dalam pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar. Apapun tindakan perusahaan dalam pasar, ia tidak akan menimbulkan perubahan ke atas harga pasar yang berlaku. Harga barang di pasar ditentukan oleh interaksi di antara keseluruhan produsen dan keseluruhan pembeli.

2. Setiap perusahaan mudah ke luar atau masuk

Perusahaan sama sekali tidak terdapat hambatan-hambatan, baik secara legal atau dalam bentuk lain secara keuangan atau secara kemampuan teknologi, misalnya kepada perusahaan-perusahaan untuk memasuki atau meninggalkan bidang usaha tersebut.

3. Menghasilkan barang serupa

Barang yang dihasilkan berbagai perusahaan tidak mudah untuk dibedabedakan. Barang yang dihasilkan sangat sama atau serupa. Tidak terdapat perbedaan yang nyata di antara barang yang dihasilkan suatu perusahaan dengan produksi perusahaan lainnya.

4. Terdapat banyak perusahaan di pasar

Sifat inilah yang menyebabkan perusahaan tidak mempunyai kekuasaan untuk mengubah harga. Sifat ini meliputi dua aspek, yaitu jumlah perusahaan sangat banyak dan masing-masing perusahaan adalah relatif kecil kalau dibandingkan dengan keseluruhan jumlah perusahaan di dalam pasar. Sebagai akibatnya produksi setiap perusahaan adalah sangat sedikit kalau dibandingkan dengan jumlah produksi dalam industri tersebut. Sifat ini menyebabkan apapun yang dilakukan perusahaan, seperti menaikkan atau menurunkan harga dan menaikkan atau menurunkan produksi, sedikit pun ia tidak mempengaruhi harga yang berlaku dalam pasar atau industry tersebut.

5. Pembeli mempunyai pengetahuan sempurna mengenai pasar

Para pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai keadaan di pasar, yaitu mereka mengetahui tingkat harga yang berlaku dan perubahan-perubahan ke atas harga tersebut. Akibatnya para produsen tidak dapat menjual barangnya dengan harga yang lebih tinggi dari yang berlaku di pasar.

2.1.5 Mekanisme Pasar

Menurut Sukirno (2006: 41) mekanisme pasar yaitu sistem yang cukup efisien di dalam mengalokasikan faktor-faktor produksi dan mengembangkan perekonomian, tetapi dalam keadaan tertentu ia menimbulkan beberapa akibat buruk sehingga diperlukan campur tangan pemerintah untuk memperbaikinya.

2.2 Pendapatan

a. Teori pendapatan

Boediono (1982: 170) mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Harga faktor produksi di pasar ditentukan oleh saling tarik menariknya antara penawaran dan permintaan.

Secara singkat pendapatan (*income*) seorang warga masyarakat ditentukan oleh:

- a. Jumlah faktor-faktor produksi yang ia miliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungannya di tahun-tahun lalu, dan warisan atau pemberian.
- b. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan di pasar.

Menurut Sukirno (2006: 76) permintaan seseorang akan suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara beberapa faktor tersebut yang paling penting yaitu sebagai berikut.

- a. Harga barang itu sendiri.
- b. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut.
- c. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat.
- d. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat.
- e. Citra rasa masyarakat.
- f. Jumlah penduduk.
- g. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

2.3 Pedagang

Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang. pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjualan, usaha kerajinan, atau usaha pertukangan kecil (Peraturan Daerah No. 10 Tahun 1998). Pedagang dapat dikategorikan menjadi:

1. Pedagang grosir, beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran.
2. Pedagang eceran, disebut juga pengecer, menjual produk komoditas langsung ke konsumen. Pemilik toko atau warung adalah pengecer.

Pasar tradisional pedagang dibedakan menjadi dua, yaitu pedagang kios dan pedagang non kios.

1. Pedagang kios

Pedagang kios adalah pedagang yang menempati bangunan kios di pasar.

2. Pedagang non kios

Pedagang non kios adalah pedagang yang menempati tempat berjualan selain kios, yaitu dalam los, luar los, dasaran dan playon.

Sedangkan pedagang pasar adalah orang yang menyelenggarakan pembelian dan penjualan barang bertempat di pasar untuk tujuan mencari nafkah.

2.4 Modal

Para ekonomi menggunakan istilah modal atau *capital* untuk mengacu pada stok berbagai peralatan dan struktur yang digunakan dalam proses produksi, artinya, modal ekonomi mencerminkan akumulasi barang yang dihasilkan di masa lalu yang sedang digunakan pada saat ini untuk memproduksi barang dan jasa yang

baru. Modal ini antara lain peralatan, mesin, angkutan, gedung dan bahan baku (Gregory N. Mankiw, 2011:501).

Modal juga bisa dilakukan dengan investasi. Investasi dapat diartikan sebagai pengeluaran atau pembelanjaan penanaman-penanaman modal atau perusahaan untuk membeli barang-barang modal dan perlengkapan-perengkapan produksi untuk menambah kemampuan memproduksi barang-barang dan jasa-jasa yang tersedia dalam perekonomian (Sukirno, 2006:145).

Menurut Sukirno (2006:147) ada 2 macam modal awal yaitu :

1. Modal tetap merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis dalam satu proses produksi tersebut. Modal tidak bergerak dapat meliputi tanah, bangunan, peralatan dan mesin-mesin.
2. Modal tidak tetap merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali proses produksi tersebut.

Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang bersama-sama faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru. Menurut Suparmoko (2010:79), modal merupakan input (faktor produksi) yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan. Tetapi bukan berarti faktor satu-satunya yang dapat meningkatkan pendapatan, sehingga dalam hal ini modal usaha bagi pedagang pasar juga merupakan salah satu faktor produksi yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati.

Dalam penelitian ini difokuskan untuk mengukur modal lancar hanya modal awal yang digunakan untuk proses produksi. Modal lancar adalah modal yang habis

dalam satu kali proses produksi atau berubah menjadi barang jadi. Modal diukur dengan rata-rata modal perbulan dalam satuan rupiah.

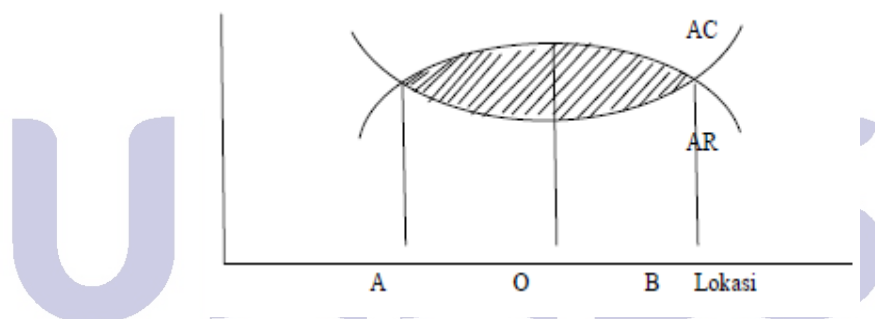
2.5 Lokasi

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial (Tarigan,2005:57). Setiap wilayah memiliki kondisi dan potensi yang berbeda-beda. Secara empiris dapat diamati bahwa pusat-pusat pengadaan dan pelayanan barang dan jasa yang umumnya adalah perkotaan (*central place*), terdapat tingkat penyediaan pelayanan yang berbeda-beda. Dalam dunia nyata, kondisi dan potensi suatu wilayah pun berbeda-beda. Dampaknya menjadi lebih mudah untuk dianalisis karena telah diketahui tingkah laku manusia dalam kondisi potensi ruang adalah sama. Salah satu unsur ruang adalah jarak, Menurut Isard (1956:67) dalam (Tarigan,2005:59), masalah lokasi merupakan penyeimbangan antara biaya dan pendapatan yang dihadapkan pada suatu situasi ketidakpastian yang berbeda-beda. Pada tiap waktu keuntungan relatif dari lokasi sangat dipengaruhi oleh faktor dasar, yaitu biaya input atau bahan baku, biaya transportasi, dan keuntungan aglomerasi.

Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang sangat signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah usaha (Tarigan 2005: 146). Disaat pemilik usaha telah memutuskan pemilihan lokasi usahanya dan beroperasi disatu lokasi tertentu, banyak biaya yang akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi. Pemilihan lokasi usaha

mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik. Kedekatan dengan pasar memungkinkan sebuah organisasi memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, dan sering menghemat biaya pengiriman. Dari kedua keuntungan tersebut, memberikan layanan yang lebih baik biasanya adalah lebih penting.

Menurut Tarigan (2005: 146) dengan mengintrodusir konsep *average cost* (biaya rata-rata) dan *average revenue* (penerimaan rata-rata) yang terkait dengan lokasi. Dengan asumsi jumlah produksi adalah sama maka dapat dibuat kurva *average cost* (per unit produksi) yang bervariasi dengan lokasi. Dilain sisi dapat pula dibuat kurva *average revenue* yang terkait dengan lokasi. Kemudian kedua kurva itu digabung dan dimana terdapat selisih *average revenue* dikurangi *average cost* adalah tertinggi maka itulah lokasi yang memberikan keuntungan maksimal. Hal ini dapat dijelaskan pada gambar berikut ini.



Gambar 2.1 Lokasi yang memberikan keuntungan maksimal

Lokasi yang memberikan keuntungan adalah antara A dan B dan yang optimal adalah pada titik O. lebih ke kiri dari titik A atau lebih ke kanan dari titik B perusahaan akan menderita kerugian.

2.6 Jam Kerja Pedagang

Jam kerja merupakan curahan waktu yang digunakan oleh individu dalam melaksanakan kegiatan bekerja untuk memperoleh penghasilan. Ketersediaan tenaga kerja untuk menghabiskan jam kerja dengan waktu yang panjang atau pendek merupakan keputusan tenaga kerja dengan waktu yang panjang atau pendek merupakan keputusan tenaga kerja itu sendiri (Sukirno 2006:76).

Menurut Aditama (2011:8) menyatakan Jam kerja secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang kayu glondong di Kelurahan Karang Kebagusan Jepara. Hal ini mengindikasikan semakin tinggi jam kerja yang dijalani pedagang maka semakin tinggi pendapatan yang diperoleh.

2.7 Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti Tahun Judul | Variabel Dan Alat Analisis | Hasil penelitian |
|----|---|--------------------------------------|--|
| 1. | Asakdiyah 2013, judul "Analisis faktor-faktor | Variabel : Y = tingkat pendapatan | R^2 sebesar ,697 menunjukkann variabel modal usaha, jam kerja, |

| | | | |
|-----------|---|--|--|
| | yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta” | X1 = jumlah modal usaha X2 = jam kerja X3 = jumlah tenaga kerja X4 = lama usaha Alat analisis Statistik Regresi Berganda | jumlah tenaga kerja dan lama usaha dapat menjelaskan variabel tingkat pendapatan pedagang pasar sebesar 69,7% dan sisanya sebesar 3,3 dijelaskan variabel lain diluar model penelitian. Berdasarkan f hitung $54,645 > f$ -tabel $2,46$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga disimpulkan modal usaha, jam kerja, tenaga kerja dan variabel lama usaha secara serempak berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang pasar. |
| 2. | Ma'rif 2013, judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang | Variabel Y= pendapatan X1= modal usaha X2= lokasi berdagang X3= kondisi tempat | Hasil perhitungan dengan uji koefisien determinasi ganda dapat diketahui modal, lokasi berdagang dan kondisi tempat berdagang secara bersama-sama mempengaruhi |
| No | Peneliti Tahun Judul | Variabel Dan Alat Analisis | Hasil penelitian |
| | Pasar Bandarjo Kabupaten Semarang” | Berdagang Alat Analisis Regresi Berganda | variabel dependen pendapatan pedagang pasar sebesar 52,8 %, sedangkan sisanya 47,8% dijelaskan faktor-faktor lain diluar model. |

| | | | |
|----|--|---|--|
| | | | Berdasarkan (uji F dapat diketahui modal usaha, lokasi berdagang dan variabel kondisi tempat berdagang secara simultan berpengaruh terhadap pendapatn pedagang pasar dengan nilai signifikan sebesar , |
| 3. | Subono, 2013 judul “Analisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pendapatan pengrajin sepatu (studi kasus pengrajin sepatu register dan non register di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto” | Variabel Y= pendapatan pengrajin sepatu X1= tenaga kerja X2= lama usaha X3 = tingkat pendidikan X4= jumlah produksi Alat analisis Analisis linier berganda yang berbasis OLS | R square .853 kesimpulan bahwa tenaga kerja, tingkat pendidikan, lama usaha dan variabel jumlah produksi berpengaruh terhadap pendapatan pengrajin sepatu sebesar 85,3% dan 14,7% dijelaskan faktor lain diluar model. |

| No | Peneliti Tahun Judul | Variabel Dan Alat Analisis | Hasil Penelitian |
|----|----------------------|----------------------------|------------------|
|----|----------------------|----------------------------|------------------|

| | | | |
|-----------|---|--|---|
| 4. | Artaman 2015, judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar seni sukawati di Kabupaten Gianyar” | <p>Variabel :</p> <p>Y= pendapatan pedagang</p> <p>X1 = modal usaha</p> <p>X 2 = lama usaha</p> <p>X3 = jam usaha</p> <p>X4 = Parkir</p> <p>X5 = lokasi usaha</p> <p>Alat Analisis Regresi Linier Berganda</p> | <p>Hasil analisis secara simultan menunjukkan Nilai F hitung (16.345) > F tabel (2,29) maka pengaruh variabel modal usaha, lama usaha, Jam kerja, parkir dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati. Sedangkan secara parsial variabel modal usaha, lama usaha, dan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar Seni Sukawati, sedangkan Variabel jam kerja , parkir tidak berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar Seni Sukawati.</p> |
| 5. | Wahyono , 2017 judul “ Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Bantul Kabupaten | <p>Variabel :</p> <p>Y= pendapatan pedagang</p> <p>X1 = modal</p> <p>X2 = tingkat pendidikan</p> <p>X3 = lama usaha</p> | <p>Variabel modal usaha (X1) dan jam kerja (X4) secara parsial kedua variabel tersebut yang signifikan mempengaruhi pendapatan pedagang Pasar Bantul Sedangkan variabel</p> |
| No | Peneliti Tahun Judul | Variabel Dan Alat Analisis | Hasil Penelitian |

| | | | |
|----|---------|---|--|
| 5. | Bantul” | <p>X4 = jam kerja</p> <p>Analisis Regresi Linier Berganda</p> | <p>tingkat pendidikan (X2) dan lama usaha (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Bantul. Selanjutnya variabel modal usaha, tingkat pendidikan, lama usaha, dan jam kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Bantul. Pengaruh tersebut sebesar 52,6% dan sisanya 47,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain.</p> |
|----|---------|---|--|

Dari table 2.7 diatas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Adapun persamaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Meneliti mengenai pendapatan pedagang pasar
2. Meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar

sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Obyek yang diteliti adalah pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati, sedangkan pada penelitian terdahulu meneliti tentang pendapatan pedagang Pasar Tradisional Di Yogyakarta, Pasar Bandarjo, pendapatan pengrajin sepatu.
2. Menggunakan analisis kuantitatif dan menggunakan alat analisis SPSS 16, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif.

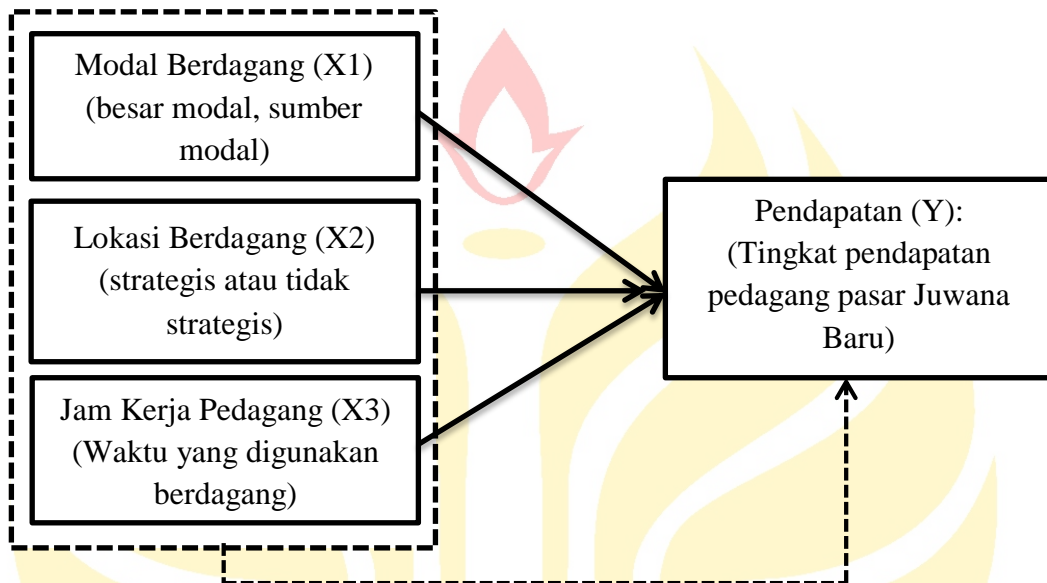
2.8 Kerangka berfikir

Salah satu faktor yang sangat penting dalam usaha pedagang adalah modal. Modal merupakan salah satu faktor yang penting dalam perusahaan. Modal adalah barang atau uang yang bersama-sama faktor produksi lainnya menghasilkan barang-barang baru yaitu hasil industri. Modal usaha yang relatif besar jumlahnya akan memungkinkan suatu unit penjualan banyak jenis produknya, dengan cara tersebut akan sangat memungkinkan pendapatan yang akan semakin besar.

Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan adalah lokasi penjualan. Lokasi untuk berdagang akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan, karena lokasi yang strategis untuk berjualan akan dapat dijangkau dengan mudah oleh pembeli. Lokasi dimana pasar itu dibangun akan sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk mengunjungi pasar tersebut.

Selain faktor modal dan lokasi berdagang, tingkat pendapatan juga ditentukan oleh lamanya waktu operasi. Hasil penelitian (Dewa Made Aris Artaman:2015: 61) adanya hubungan langsung antara jam kerja dengan tingkat pendapatan. Setiap penambahan waktu operasi akan makin membuka peluang bagi

pertambahannya omzet penjualan, jam kerja pedagang pasar tradisional sangat bervariasi.



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Peneliti

Keterangan :

- > Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu
- - - - -> Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama

2.9 Hipotesis

Berdasarkan kajian teoritis diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Modal berdagang berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar Juwana Baru.
2. Lokasi berdagang berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar Juwana Baru.
3. Jam kerja pedagang berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar Juwana Baru.

4. Modal berdagang, lokasi berdagang dan jam kerja pedagang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar Juwana Baru.



UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh simpulan dan saran sebagai berikut:

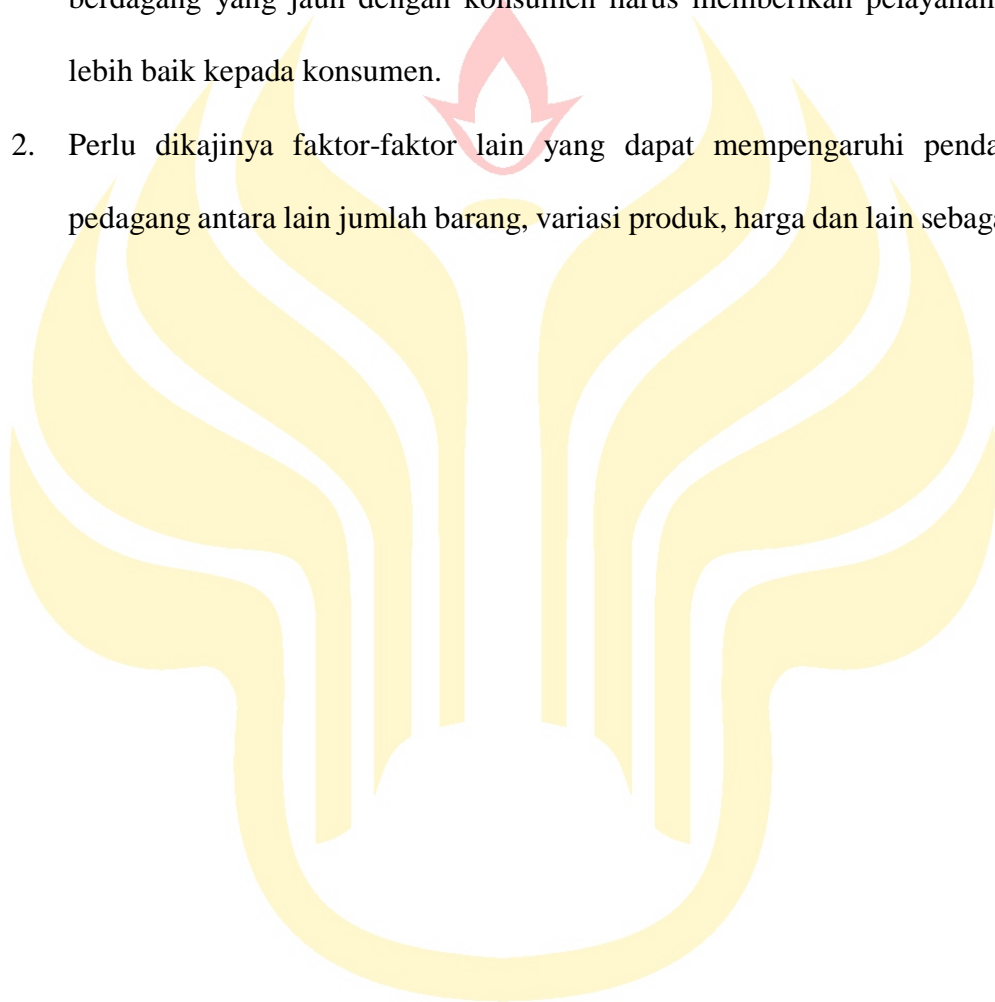
1. Bahwa modal berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Juwana Baru yaitu sebesar 0,078 dengan tingkat signifikan 0,000.
2. Bahwa lokasi berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar Juwana Baru yaitu sebesar 56792.074 dengan tingkat signifikan 0,000.
3. Bahwa jam kerja pedagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar Juwana Baru yaitu sebesar 31052.886 dengan tingkat signifikan 0.334.
4. Berdasarkan uji determinasi ganda (R^2) besarnya pengaruh positif modal berdagang, lokasi berdagang dan jam kerja pedagang terhadap pendapatan pedagang pasar Juwana Baru yaitu sebesar 0,878. Artinya besarnya pengaruh variabel bebas modal berdagang, lokasi berdagang dan jam kerja pedagang, secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen pendapatan pedagang sebesar 87,8% , sedangkan sisanya dipengaruhi variabel yang ada diluar model penelitian ini yaitu sebesar 12,2 %.

5.2 Saran

1. Sebaiknya para pedagang dalam meningkatkan pendapatannya harus memperhatikan masalah modal yang digunakan sehingga dengan jumlah modal yang besar maka pedagang lebih terjamin dalam pengadaan barang, baik dalam kontinuitasnya maupun dalam jumlah, variasi dan jenisnya. Dan

dalam menentukan lokasi berdagang yang baik seharusnya pihak pedagang lebih memperhatikan keadaan, letak yang dekat dengan konsumen dan lokasi berdagang yang jauh dengan konsumen harus memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen.

2. Perlu dikajinya faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang antara lain jumlah barang, variasi produk, harga dan lain sebagainya.



UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR PUSTAKA

- A. McEachern, Wiliam. 2001. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta.Salemba Empat.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekata Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asakdiyah dan Sulistyani. 2004. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta*. Jurnal Akuntansi & Manajemen, Vol.15 No.1, April 2004. Yogyakarta. STIE YKPN Yogyakarta.
- Bambang Prishardoyo, Agus Trimatwoto, & Shodiqin. 2005. *Pembelajaran Ekonomi*. Jakarta: Grasindo
- Boediono. 1982. *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Case, Karl, dan Fair, Ray. 2007.*Prinsip-Prinsip Ekonomi*.Jakarta:Erlangga
- Chintya, Wury Ajeng dan Ida Bagus Darsana. (2013). Analisis Pendapatan Pedagang Di Pasar Jimbaran Kelurahan Jimbaran. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana. Vol. 2, No. 6, Hal. 277-283.
- Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Kabupaten Pati
- Endarwati, Sosilo dan Wahyuningsih,Christine. 2012.Dampak Relokasi Pasar Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang. Jurnal Ilmiah. UNTAG Semarang.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan IV*. Semarang : BP UNDIP
- Gilarso. 1991. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta: Anggota IKAPI.
- Gregory N. Mankiw, 2011. *Principles of Economics* (Pengantar Ekonomi Mikro). Jakarta: Salemba Empat
- Maulana, Nova, Sulistyowati dan Turtiantoro. 2007. Studi Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Bulu Kota Semrang. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Diponegoro.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan, Dan Toko Modern.URL:www.bpkp.go.id

- Raharja, Pratama. 2002. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Samsul Ma'afif. 2013. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang", *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Samuelson, Paul dan Nordhaus, William. 2003. *Ilmu Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Soeratno. 2003. *Ekonomi Mikro Pengantar*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tarigan, Robinson. 2005. *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Wikipedia, "Pasar", <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Pasar>.
- Wahyudi dan Oktariana. 2007. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional*. Jurnal Ekonomi & Manajemen Dinamika, Vol.16 No.1, 2007. Semarang. Unnes Semarang.
- Wahyono, budi. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul*. Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi, Vol.6, Nomor 4. Universitas Negeri Yogyakarta.