

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kegiatan perekonomian disuatu lingkungan masyarakat mendorong perkembangan perekonomian disuatu negara. Perkembangan perekonomian tersebut terbentk dari beberapa sektor baik itu secara formal maupun informal. Kegiatan sektor informal memiliki peran cukup penting bagi pengembangan serta pembangunan nasional, kegiatan usaha informal memiliki peran membuka lapangan serta penyerapan tenaga kerja secara mandiri.

Usaha disektor informal kecil kemungkinannya untuk berkembang menjadi perusaha yang lebih besar, meskipun usaha disektor informal memiliki daya jual yang relatif tinggi. Hal ini karena kapasitas pengelolaan usaha yang masih bersifat tradisional. Meskipun begitu peran dari sektor informal memberi dampak positif dalam proses pembangunan sangat diperlukan, sektor informal merupakan unit usaha berskala kecil yang memproduksi dan juga mendistribusikan barang dan jasa. Adanya pasar tradisional sebagai tempat kegiatan ekonomi ditengah masyarakat merupakan contoh dari kegiatan usaha informal. Pasar tradisional mampu memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat disekitar pasar tersebut.

Pasar adalah wilayah atau tempat bertemunya penjual dan pembeli, atau dalam ekonomi pengertian pasar adalah tempat bertemunya antara produsen dengan konsumen. Pasar merupakan sistem, institusi, ataupun hubungan sosial dan tempat usaha menjual barang dan jasa (berupa tenaga kerja) dengan imbalan berupa uang. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta di tandai dengan adanya berupa transaksi penjual dan pembeli secara

langsung, bangunan dalam pasar tradisional biasanya terdiri dari kios-kios ataupun gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun di buka oleh suatu pengelola pasar itu sendiri (Wicaksono dkk, 2011).

Pedagang dapat diartikan sebagai penyalur barang dan jasa-jasa. Berdagang merupakan jalan alternatif lapangan kerja informal yang banyak menyerap tenaga kerja sebagai pedagang pasar tradisional. Oleh karena itu, sebagian masyarakat dapat mencari penghasilan guna memenuhi kebutuhan sehari-harinya dipasar tradisional tersebut.

Karakteristik pedagang pasar tradisional biasanya di miliki atau dikelola oleh pedagang-pedagang kecil, menengah, ataupun koperasi dengan usaha skala kecil juga dengan modal yang minim, dan melalui proses jual beli dengan cara tawar menawar harga. Pasar tradisional biasanya muncul dari kebutuhan masyarakat sekitar yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang di hasilkan, sedangkan konsumen yang membutuhkan barang tertentu untuk kebutuhan sehari-hari bisa mendapatkannya di situ.

Pasar tradisional bagi kebanyakan orang identik dengan tempat yang kumuh, kotor, sempit dan bau. Inilah yang menjadi masalah bagi para pembeli untuk mencari kebutuhannya di pasar. Tetapi dari kelemahan tersebut, pasar tradisional memiliki kelebihan yang yang tidak dimiliki oleh pasar modern yaitu pembeli bisa melakukan proses tawar menawar terhadap suatu barang yang di inginkan dengan penjual. Selain itu, pasar tradisional juga dapat menjalin keakraban antara para penjual dan juga pembeli (Toya, 2012).

Pasar tradisional Aek Nabara adalah pasar yang berada dekat dengan monumen Kota Aek Nabara, pasar ini adalah identitas dari kota Aek Nabara

dengan berbagai aktivitas yang padat. Pasar tradisional Aek Nabara merupakan salah satu penggerak perekonomian bagi masyarakat yang tinggal di daerah tersebut. Pedagang sayuran di Pasar Tradisional Aek Nabara rata-rata kebanyakan dari daerah yang tinggal di dekat daerah pasar, komoditi sayuran yang dijual para pedagang berasal dari daerah berastagi yang biasanya setiap pukul tiga pagi barang dagangan tersebut sudah tersedia disimpang tiga tugu Aek Nabara.

Pada tahun 2020, pemerintah Kabupaten Labuhan Batu mempunyai program untuk merelokasi pasar tradisional Aek Nabara mengingat pasar tradisional Aek Nabara yang sudah terlalu sempit dan kumuh, juga lokasi parkir kendaraan bagi pengunjung yang sangat minim, ditambah lagi adanya para pedagang yang berjualan di bahu jalan yang mengakibatkan arus lalu lintas semakin macet dan tidak terkendali, padahal sebelumnya pemerintah Kabupaten Labuhan Batu sudah menyiapkan toko/kedai bagi para pedagang tersebut, akan tetapi para pedagang tersebut menolak karena menurut mereka pendapatan mereka akan berkurang, karena toko/kedai yang telah disiapkan tidak terlalu terlihat bagi para calon pembeli yang mengakibatkan pendapatan mereka menurun.

Pedagang dapat dikatakan sejahtera apabila pendapatan (income) yang di dapat oleh pedagang tersebut besar, karena semakin besar pendapatan yang di terima maka keuntungan yang di dapat semakin tinggi, yang mengakibatkan kesejahteraan para pedagang semakin hari semakin meningkat. Pendapatan adalah semua penghasilan yang diperoleh dari pihak lain sebagai tanda balas jasa yang diberikan dimana penghasilan tersebut di gunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau perorangan (Winardi, 2002).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pedagang pasar adalah modal. Modal adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu proses produksi. Jumlah modal yang relatif besar akan sangat memungkinkan dalam suatu unit usaha penjualan dengan banyak jenis yang di produksinya. Maka dengan cara tersebut pendapatan yang di peroleh pedagang juga akan semakin meningkat. Modal adalah seluruh dana yang digunakan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya dalam berusaha, dalam kegiatan jual beli semakin banyak barang yang laku terjual maka akan semakin tinggi keuntungan yang diperoleh oleh karena itu untuk meningkatkan keuntungan maka pedagang harus meningkatkan jumlah dagangan. Untuk meningkatkan jumlah dagangan maka di perlukan peningkatan modal (Ma'arif, 2013).

Faktor lain yang bisa mempengaruhi pendapatan para pedagang pasar yaitu lokasi. Lokasi merupakan salah satu faktor penting dalam suatu penjualan. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penting dan sangat menentukan bagi keberhasilan suatu usaha. Banyak hal yang harus di pertimbangkan dalam memilih lokasi. Lokasi yang cocok di jadikan tempat berdagang karena berhubungan langsung dengan konsumen yaitu lokasi yang mudah di jangkau, lokasi yang mudah dilihat oleh para konsumen, serta lokasi yang sering di lalui 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 di jualnya kepada para calon konsumen, sehingga sangat berpengaruh kepada pendapatan yang diperoleh. Jadi, dengan pemilihan lokasi yang strategis itulah pedagang dapat memperoleh pendapatan yang maksimal. Keberadaan pasar tradisional sampai sekarang masih menjadi

pusat kegiatan ekonomi yang sangat penting bagi sebagian masyarakat di Indonesia (Putri, 2017).

Lama usaha juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan bagi pedagang, lama usaha merupakan lamanya pedagang dalam membuka usahanya yang sedang dijalani saat ini. Lamanya suatu usaha dapat meningkatkan pengalaman dalam berusaha dimana pengalaman dapat mempengaruhi tingkat pengamatan seseorang dalam berperilaku. Dengan kata lain, semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka akan semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan juga perilaku. Lama usaha dapat diartikan jangka waktu seorang pelaku usaha menjalani pekerjaannya dalam satuan tahun. Jangka waktu yang digunakan seseorang dalam menekuni pekerjaannya akan memiliki kemampuan memenuhi keinginan konsumen serta dapat mengetahui karakteristik pesaingnya. Hal ini membuat pengusaha tidak ragu lagi dalam menentukan keputusan dalam usahanya sehingga dapat menemukan cara untuk meningkatkan pendapatannya.

Selain lama usaha, faktor yang juga dapat mempengaruhi pendapatan adalah jam kerja. Pengaruh jam kerja terhadap pendapatan pedagang mempunyai arah hubungan yang searah terhadap pendapatan pedagang, artinya semakin besar jam kerja pedagang maka semakin besar pendapatan pedagang tersebut. Setiap penambahan waktu jam kerja akan semakin membuka peluang bagi bertambahnya pendapatan penjualan pedagang tersebut.

Kegiatan survey yang di laksanakan di Pasar Tradisional Aek Nabara tersebut di dapati permasalahan para pedagang sayur yaitu adanya faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan yang di sebabkan oleh modal, lokasi, lama

usaha, dan jam kerja Sehingga masalah-masalah tersebut menyebabkan pendapatan pedagang sayur di pasar tradisional tersebut bervariasi.

Dengan latar belakang diatas peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayuran Di Pasar Tradisional Aek Nabara.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang sayuran ?
2. Bagaimana pengaruh jam kerja terhadap pendapatan pedagang sayuran ?
3. Bagaimana pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pedagang sayuran?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap pendapatan pedagang sayuran ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh modal dapat mempengaruhi pendapatan pedagang sayur.
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh jam kerja dapat mempengaruhi pendapatan pedagang sayur.
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh lama usaha dapat mempengaruhi pendapatan pedagang sayur.
4. Untuk mengetahui apakah pengaruh lokasi dapat mempengaruhi pendapatan pedagang sayur.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa, penelitian ini dilakukan sebagai syarat untuk kelulusan di program studi agribisnis.
2. Sebagai bahan masukan khususnya bagi para pedagang sayuran di pasar tradisional.
3. Sebagai bahan informasi atau masukan bagi pihak yang membutuhkan, yang berkaitan dengan judul.
4. Sebagai referensi bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian yang berkaitan dengan judul.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Sayur

Sayuran merupakan bahan makanan yang berasal dari tumbuhan yang biasanya mengandung kadar air tinggi dan biasanya di konsumsi dalam keadaan yang segar atau setelah di olah secara minimal. Beberapa jenis sayuran dapat di konsumsi secara langsung tanpa harus di masak terlebih dahulu, sementara yang lainnya harus di olah terlebih sebelum dahulu di konsumsi dengan cara di rebus, di goreng serta di kukus. Sayuran berbentuk daun yang di makan mentah di sebut lalapan. Sayur merupakan makanan yang sehat untuk di konsumsi.

Sayuran adalah bagian tanaman yang di makan bukan sebagai makanan pencuci mulut. Pada umumnya sayuran dimakan sebagai pengiring atau pelengkap makanan pokok seperti ikan dan daging (Farida, 2010). Adapun penggolongan sayuran berdasarkan morfologinya di antaranya :

1. Sayuran Daun

Bagian tumbuhan yang terdapat hanya pada bagian batang. Kualitas sayuran daun yang baik adalah bagian daun utuh, tidak membusuk, dan tidak berlubang bekas gigitan hama. Bagian daun dan batang masih muda dan berwarna segar bagian daun lebar dan kompak. Contoh sayuran : sawi, bayam, kangkung, kubis, kol, daun singkong dan lainnya.

2. Sayuran Batang

Merupakan bagian dari tumbuhan yang terdiri dari buku dan ruas. Buku adalah tempat menempelnya daun. Kualitas umur batang yang baik adalah umur batang masih muda, warna sayuran muda, cerah dan bersih tidak ada bagian

batang yang busuk ataupun rusak akibat dari serangan hama. Contoh sayuran batang : rebung, asparagus, batang seledri, kailan, adas, kecambah dan lainnya.

3. Sayuran Bunga

Merupakan alat perkembangbiakan generative. Kualitas sayuran bunga yang baik adalah bunga atau kembang tersusun kompak, berwarna segar, tidak ada bagian yang rusak atau di gigit oleh hama. Contoh sayuran bunga : bunga turi, brokoli, bunga kol, bunga pisang dan lainnya.

4. Sayuran Buah

Hasil dari penyerbukan dan pertumbuhan yang terjadi pada organ bunga. Kualitas sayuran buah yang baik adalah tingkat umur cukup (tidak terlalu muda dan juga tidak terlalu dewasa). Sayuran buah segar dan juga berwarna cerah ukuran besar dan tidak ada bagian buah yang rusak, busuk, atau bekas gigitan hama. Contoh sayuran buah : tomat, paprika, cabai, labu siam, mentimun, pare dan lainnya.

5. Sayuran Umbi

Merupakan bagian tanaman yang membengkak akibat dari adanya penimbunan makanan. Kualitas sayuran umbi yang baik adalah sayuran umbi sudah cukup umur dan berukuran besar, tidak tumbuh tunas, bagian luar tidak busuk, atau bekas dari gigitan hama dan bentuknya lurus dengan diameter yang proposional. Contoh sayuran umbi : kentang, wortel, lobak, singkong, talas dan lainnya.

6. Sayuran Jamur

Kualitas sayuran jamur yang baik adalah sayuran jamur masih muda hingga cukup umur, bersih, dan tidak ada bagian yang busuk atau rusak akibat dari

hama. Contoh sayuran jamur : jamur merang, jamur kancing, jamur tiram, dan jamur kuping.

2.2. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang di peroleh oleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam waktu tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan (Sukirno, 2006). Sedangkan menurut Rahardja dan Manurung (2001) pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu. Berdasarkan dari kedua defenisi tersebut dapat di simpulkan bahwa pendapatan merupakan penghasil yang di terima oleh seseorang berdasarkan kinerjanya, baik itu pendapatan yang berupa uang maupun pendapatan yang bukan berupa uang selama waktu atau periode tertentu, baik itu harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan.

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

$$TR = P \times Q$$

Di mana : $TR = Total Revenue$

$P = Price$

$Q = Quantity$

Dengan demikian pendapatan penjual di peroleh dari seberapa banyaknya jumlah barang yang terjual dengan harga yang sebelumnya telah di sepakati antara

penjual dan pembeli. Berdasarkan uraian di atas dapat di simpulkan bahwa pendapatan pedagang pasar adalah pendapatan yang di terima atas jumlah barang yang terjual di kalikan dengan jumlah harga barang per unit menurut jenis dagangannya.

2.3. Jenis-Jenis Pendapatan

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

2.3.1. Pendapatan Ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang di peroleh seseorang atau keluarga yang di gunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah aset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposit, pendapatan transfer dan lainnya.

2.3.2. Pendapatan Uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang di peroleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang di berikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lainnya.

2.3.3. Pendapatan Personal

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

Menurut Tohar (2003) cara perolehan pendapatan dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu :

1. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor yaitu, pendapatan yang di peroleh sebelum dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

2. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih yaitu, pendapatan yang di peroleh setelah dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

Menurut Sundari (2017) jenis pendapatan seorang pengusaha atau organisasi akan sangat di tentukan oleh bidang usaha yang di geluti, karena itu seorang pengusaha atau organisasi mungkin hanya memiliki satu jenis pendapatan sementara seorang pengusaha atau organisasi lain memiliki lebih dari satu jenis pendapatan. Untuk keperluan manajerial, pendapatan dapat di kelompokkan menjadi beberapa jenis seperti di bawah ini :

1. Pendapatan Total yaitu jumlah seluruh pendapatan dari penjualan, seperti pendapatan total, pendapatan total ini adalah hasil perkalian dari jumlah unit terjual dengan harga jual per unit.
2. Pendapatan rata-rata yaitu pendapatan dari rata-rata setiap unit penjualan. Oleh karena itu pendapatan rata-rata dapat di rumuskan sebagai hasil dari pendapatan total dengan jumlah unit terjual.
3. Pendapatan tambahan atau pendapatan marjinal yaitu tambahan pendapatan yang di dapat untuk setiap tambahan satu unit penjualan atau produksi.

Menurut Nurhayati (2017) pendapatan pedagang adalah hasil yang di peroleh pedagang dari kegiatan berdagang di pasar dalam satu periode.

Pendapatan pedagang di ukur dengan indikator sebagai berikut :

- a. Besarnya keuntungan pada hari libur/akhir pekan
- b. Besarnya keuntungan pada hari-hari biasa

- c. Besarnya biaya restribusi
- d. Jumlah karyawan
- e. Besarnya biaya untuk membayar karyawan

2.3.4. Sumber-Sumber Pendapatan

Menurut Rahardja dan Manurung (2001 dalam Nurhayati, 2017) menyebutkan bahwa terdapat tiga sumber pendapatan, yaitu :

1. Gaji dan upah

Pendapatan dari gaji dan upah merupakan pendapatan sebagai balas jasa yang di terima oleh seseorang atas kinerjanya menjadi tenaga kerja pada satu organisasi.

2. Aset produktif

Pendapatan yang di terima oleh seseorang atas aset yang memberikan pemasukan sebagai balas jasa atas penggunaannya.

2.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Wahyono (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang terdiri dari :

2.4.1. Modal

Modal dagang adalah jumlah keseluruhan modal seorang pedagang pada saat menyediakan barang dagangan per bulan dengan satuan rupiah. Modal ini terdiri dari dua, yaitu modal uang dan modal barang dagangan. Modal uang adalah modal yang digunakan pedagang untuk membeli keperluan dagangannya yang bersumber dari milik pribadi ataupun pinjaman. Sedangkan modal barang dagangan adalah modal berasal dari supplier yang menitipkan barang dagangannya

dengan adanya perjanjian pembayaran setelah barang tersebut laku terjual. Menurut Ma'arif (2013), untuk meningkatkan jumlah barang dagangan maka diperlukan juga peningkatan modal.

Pengertian modal usaha menurut Putri (2017) adalah uang yang di pakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya, harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat di gunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat di artikan sebagai sejumlah uang yang di gunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis.

2.4.2. Jam Kerja

Menurut Sari (2017), analisis jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya di dapatkan. Menurut Nurhayati (2017) jam kerja adalah jumlah waktu yang di perlukan pedagang dalam melakukan aktivitas jual beli di pasar.

Besarnya suatu penghasilan yang didapat oleh pedagang juga dipengaruhi berapa lama waktu buka usaha yang digunakan untuk berdagang, semakin lama waktu usaha tersebut buka maka akan semakin besar pula pendapatan yang akan diterima oleh pedagang tersebut. Tetapi konsekuensinya semakin lama ia bekerja maka akan semakin sedikit juga waktu yang tersisa untuk melakukan hal-hal yang menyenangkan (Sudarman, 1989).

2.4.3. Lama Usaha

Menurut Calvin (2019), lama usaha adalah lamanya seseorang dalam menekuni usaha yang di jalankan. Lama usaha juga dapat di artikan sebagai lamanya waktu yang sudah di jalani pedagang dalam menjalankan usaha nya. Lama usaha adalah seberapa lama waktu yang sudah di jalani pedagang dalam menjalankan usaha dagangnya. Lamanya suatu usaha dalam berdagang dapat membuat pelaku usaha tersebut mempunyai pengalaman dalam bedagang, pengalaman tersebut dapat mempengaruhi pola pikir pedagang yang dapat mengamati perilaku konsumen dan juga apa yang sebenarnya yang dibutuhkan pasar (Husaini, 2017).

Lama usaha juga dapat mempengaruhi pendapatan suatu usaha berdagang. Lama usaha dapat diartikan jangka waktu seorang pelaku usaha menjalani pekerjaannya dalam satuan tahun. Lamanya usaha yang digunakan pelaku usaha dalam menekuni pekerjaannya akan memiliki kemampuan memenuhi keinginan dan juga permintaan konsumen serta dapat mengetahui karakter pesaingnya. Semakin lama pelaku usaha membuka usahanya maka pelaku usaha tersebut mempunyai keterampilan dan juga pengetahuan dalam bekerja. Dalam hal ini membuat pelaku usaha tidak ragu lagi dalam menentukan keputusan usahanya sehingga dapat menentukan cara dalam meningkatkan pendapatannya.

2.4.4. Lokasi Usaha

Lokasi usaha merupakan faktor yang sangat penting bagi para pedagang dalam mendapatkan pendapatan yang tinggi. Semakin strategis lokasi usaha maka akan semakin memudahkan para pedagang dalam menjual barang dagangannya. Karena lokasi yang dapat mempengaruhi pendapatan maka muncul berbagai

masalah diantaranya pedagang yang berjualan ditempat yang tidak seharusnya atau diluar zona yang telah ditentukan (Atun, 2019).

Menurut Kalvin (2019), lokasi merupakan tempat melayani konsumen dapat pula di artikan sebagai tempat memajangkan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang di produksi atau di jual baik jenis, jumlah, maupun harganya. Dengan demikian konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi terhadap produk yang di tawarkan secara langsung. Lokasi usaha terdiri dari dua jenis yaitu lokasi yang strategis dan tidak strategis. Lokasi usaha yang strategis memungkinkan untuk menarik perhatian konsumen karena lebih mudah dalam menjangkau barang yang ingin mereka beli.

2.5. Pengertian Pedagang

Menurut Sudirmansyah (2011 dalam Nuhayati, 2017) meyebutkan bahwa pedagang adalah orang yang melakukan usaha jualan, usaha kerajinan, maupun usaha pertukangan kecil, 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 keoda konsumen.

Pedagang di pasar tradisional di bedakan 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, dan dasaran palyon (Hentiani, 2011 dalam Nurhayati, 2017).

2.5.1. Perilaku Pedagang

Perilaku pedagang di pasar tradisional menurut (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23/MPP/KEP/I/1998) yaitu :

1. Jumlah pedagang yang saling meningkat

Jumlah pedagang yang ingin berjualan di pasar tradisional dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. Hal ini berdampak pada kebutuhan tempat yang juga semakin meningkat. Jika tempat tidak tersedia, maka timbul pemaksaan dan mengabaikan tata ruang pasar.

2. Kesadaran yang rendah terhadap kedisiplinan, keberhasilan, dan ketertiban.

Para pedagang yang umumnya berpendidikan rendah tidak memiliki kesadaran yang tinggi tentang perlunya kedisiplinan, kebersihan dan ketertiban. Kondisi ini dibiarkan begitu saja oleh pengelola pasar tanpa ada keinginan untuk melakukan proses edukasi ataupun pelatihan terhadap pedagang.

3. Pemahaman yang rendah terhadap konsumen selalu berubah ubah tetapi pada

produsen dan pedagang tidak bisa mengikutinya karena keterbatasan pedagang terhadap pengetahuan dan informasi.

2.5.2. Ciri-Ciri Pedagang Pasar Tradisional

Ciri-ciri pedagang tradisional adalah sebagai berikut :

1. Biasanya pada pedagang tradisional melakukan perdagangan hanya karena

memenuhi kebutuhan saat itu. Maksudnya adalah para pedagang tradisional biasanya kurang memperhitungkan tabungan. Pendapatan yang mereka dapatkan biasanya langsung di belikan untuk barang dagangannya.

2. Pendidikan para pedagang relative rendah sehingga mereka kurang melihat prospek perkembangan yang akan datang.

2.6. Defenisi Pasar

Adanya pasar karena ada suatu barang atau jasa yang tersedia yang dijual dan ada pembeli atau konsumen yang mengeluarkan uangnya untuk membeli barang atau jasa tersebut. Pasar adalah tempat bertemunya antara produsen (penjual) dan konsumen (pembeli) pada lokasi tertentu. Pasar dapat diartikan sebagai sumber informasi mengenai pilihan yang dapat dilakukan. Semakin banyak produsen di pasar maka pilihan konsumen juga semakin banyak, begitu juga sebaliknya. Konsumen juga berkepentingan terhadap kondisi pasar dari barang dan jasa yang dibutuhkannya (Ansar, 2017).

2.6.1. Fungsi Pasar

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

- a. Pasar menentukan barang dan harga
- b. Pasar dapat mengorganisasi produksi
- c. Pasar mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan
- d. Pasar melakukan penjatahan
- e. Pasar menyediakan barang dan jasa untuk masa yang akan datang

2.6.2. Jenis-Jenis Pasar

Berdasarkan Strukturnya

Struktur pasar adalah semua karakteristik pasar yang bisa berakibat pada perilaku dan juga kinerja (*performance*) perusahaan di pasar. Struktur pasar

menggambarkan tingkat persaingan disuatu pasar dari barang maupun jasa tertentu (Sudrajat dan Sujawi, 2018).

a. Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang dimana jumlah penjual dan pembeli sangat banyak dan juga produk atau barang yang ditawarkan relatif sama (homogen). contoh barang yang dijual pada pasar persaingan sempurna adalah beras, buah-buahan, sayuran dan lainnya. Menurut (Sjaroni et all., 2019) beberapa karakteristik agar sebuah pasar dapat dikatakan pasar persaingan sempurna, yaitu :

- a. Semua perusahaan memproduksi barang/produk yang homogen
- b. Produsen dan konsumen memiliki pengetahuan yang sempurna terkait dengan harga produk dan input yang dijual
- c. Output sebuah perusahaan relatif kecil dibandingkan dengan ouput pasar
- d. Perusahaan menerima harga yang ditentukan pasar
- e. Semua perusahaan bebas keluar masuk pasar

b. Pasar persaingan tidak sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar yang dimana jumlah penjual (produsen) lebih sedikit dari pada jumlah pembeli (konsumen), pada pasar ini para penjual dapat menentukan harga suatu barang. Berbeda dengan pasar persaingan sempurna, pasar persaingan tidak sempurna ini barang yang diperjualbelikan memiliki jenis yang berbeda-beda. Pasar persaingan tidak sempurna memiliki beberapa jenis didalamnya, yaitu :

1. Pasar Monopoli

Sebuah bentuk organisasi pasar dimana hanya terdapat sebuah perusahaan yang menjual produk dan produk tersebut tidak memiliki substitusi yang dekat, pasar monopoli memiliki ciri sebagai berikut :

- a. Hanya ada satu perusahaan yang beroperasi dipasar
- b. Terdapat hambatan untuk masuk kepasar
- c. Perusahaan dapat menentukan harga dan jumlah output nya
- d. Memungkinkan memperoleh laba diatas normal
- e. Perusahaan dapat melakukan deskriminasi harga

2. Pasar Monopolistik

Pasar bentuk ini merupakan pasar dengan struktur ini terdapat banyak penjual dari produk yang heterogen atau terdeferinsiasi dan mudah masuk kedalam pasar. Produk terdeferinsiasi adalah produk yang mirip dan memenuhi kebutuhan dasar yang sama. Pasar monopolistik merupakan yang paling umum kita hadapi dalam kehidupan sehari-hari terutama dibidang pakaian, sepatu dan lain sebagainya.

3. Pasar oligopoli

Pasar oligopoli merupakan bentuk pasar dimana hanya ada beberapa penjual dalam satu area. Ciri-ciri pasar oligopoli yaitu terdapat sejumlah kecil perusahaa yang memiliki kekuatan pasar, terdapat hambatan bagi perusahaan baru untuk masuk dan adanya saling ketergantungan perusahaan dalam pasar atau mutual interdependence (Sudrajat dan Sujawi, 2018).

2.6.3. Jenis Pasar Menurut Transaksinya

Menurut cara transaksinya, jenis pasar dapat dibedakan menjadi 2, yaitu :

1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dengan ditandai adanya transaksi secara langsung yang dilakukan oleh penjual dan biasanya ada proses tawar menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Barang yang dijual juga barang yang berupa kebutuhan pokok seperti bahan makanan dan juga pakaian (Syarifuddin, 2018).

2. Pasar modern

Pasar modern adalah jenis pasar dimana barang dan jasa dijual dengan harga pas sehingga tidak adanya transaksi dengan cara tawar menawar, pasar jenis ini antara penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan calon pembeli melihat harga dilabel yang sudah tertera harganya.

2.7. Penelitian Terdahulu

Dari hasil penelitian Sutan Syahrizal Harahap (2019) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Di Pasar Tradisional Sei Sikambing Kota Medan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang sayuran di pasar sei sikambing kota Medan. Metode pengumpulan data dalam penelitian di lakukan dengan menggunakan metode wawancara terhadap pedagang dengan menggunakan kuesioner. Jumlah pedagang responden adalah 40 orang. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel modal terhadap pendapatan pedagang sayur, sedangkan variabel kondisi

tempat berjualan, lama usaha, dan jam kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang sayuran. Dengan hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,747 menunjukkan bahwa 74,7% variansi dalam variabel pendapatan pedagang sayur di pasar tradisional Sei Sikambing dapat di jelaskan oleh variabel modal, lama usaha, kondisi tempat, dan jam kerja.

Selanjutnya dari hasil penelitian Calvin Vianus Sihura (2019) yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Mayur Di Kota Medan (Studi Kasus : Pasar Raya MMTC Medan, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh modal, jam kerja, lama usaha, dan sewa kios dapat mempengaruhi pendapatan pedagang sayur mayur di pasar raya MMTC Medan. Di dalam penelitian ini metode pengambilan sampel di lakukan dengan menggunakan metode sampel jenuh atau sensus, jumlah pedagang responden adalah 30 orang pedagang sayur-mayur, metode analisis data yaitu dengan menggunakan regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel modal terhadap pendapatan pedagang sayur mayur di pasar raya MMTC, sedangkan variabel jam kerja dan lama usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang sayur mayur di pasar raya MMTC Medan, untuk variabel sewa kios terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang sayur mayur di pasar MMTC Medan.

Kemudian dari hasil penelitian Nestalida Saragih dkk., (2020) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayuran Di Pasar Induk Angso Duo Batu Kota Jambi”. Dalam penelitian ini

metode analisis data yang di gunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif, analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan metode kuadrat terkecil atau Ordinary Least Square (OLS). Metode penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode penarikan sampel secara purposive sampling sehingga Jumlah pedagang responden yang akan di teliti yaitu sebanyak 40 pedagang sayuran dengan kriteria pedagang yang berdagang sayuran jenis bayam, kangkung, dan sawi. Dari hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa secara simultan faktor modal usaha, tingkat pendidikan, lama usaha, jam kerja, dan jumlah tenaga kerja sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang sayuran di pasar Angso Duo Baru Kota Jambi.

Selanjutnya dari penelitian Delima P. Sembiring (2021) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Sayur Mayur (Studi Kasus : Pasar Tradisional Sumbul Kecamatan Sumbul Kabupaten Dairi)”. Di dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk melihat keadaan yang terjadi dilokasi penelitian. Sedangkan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhinya menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa lokasi berdagang disepanjang jalan menuju lokasi yang seharusnya dan juga lokasi berdagang di stand/balerong pasar, sedangkan faktor yang mempengaruhinya secara serempak variabel modal, jam kerja, lama usaha, dan lokasi usaha berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang sayuran di Pasar Tradisional Sumbul sedangkan secara parsial variabel modal, jam kerja, dan lokasi usaha berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang sayur, sedangkan variabel lama

usaha tidak berpengaruh nyata terhadap pendapat pedagang sayur di Pasar Tradisional Sumbul.

Dari hasil penelitian Maya Salni Ponila dkk., (2018) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pendapatan Usaha Pedagang Sayur Di Pasar Flamboyan Kota Pontianak”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui besarnya modal kerja, pengalaman usaha, jam kerja, dan jumlah jenis barang terhadap pendapatan pedagang sayur di Pasar Flamboyan. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang, sedangkan untuk menganalisis data menggunakan *SPSS 21.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal kerja, jam kerja, dan jumlah jenis barang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang sayur di Pasar Flamboyan, sedangkan faktor pengalaman usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang sayur di Pasar Flamboyan Kota Pontianak.

2.8. Kerangka Pemikiran

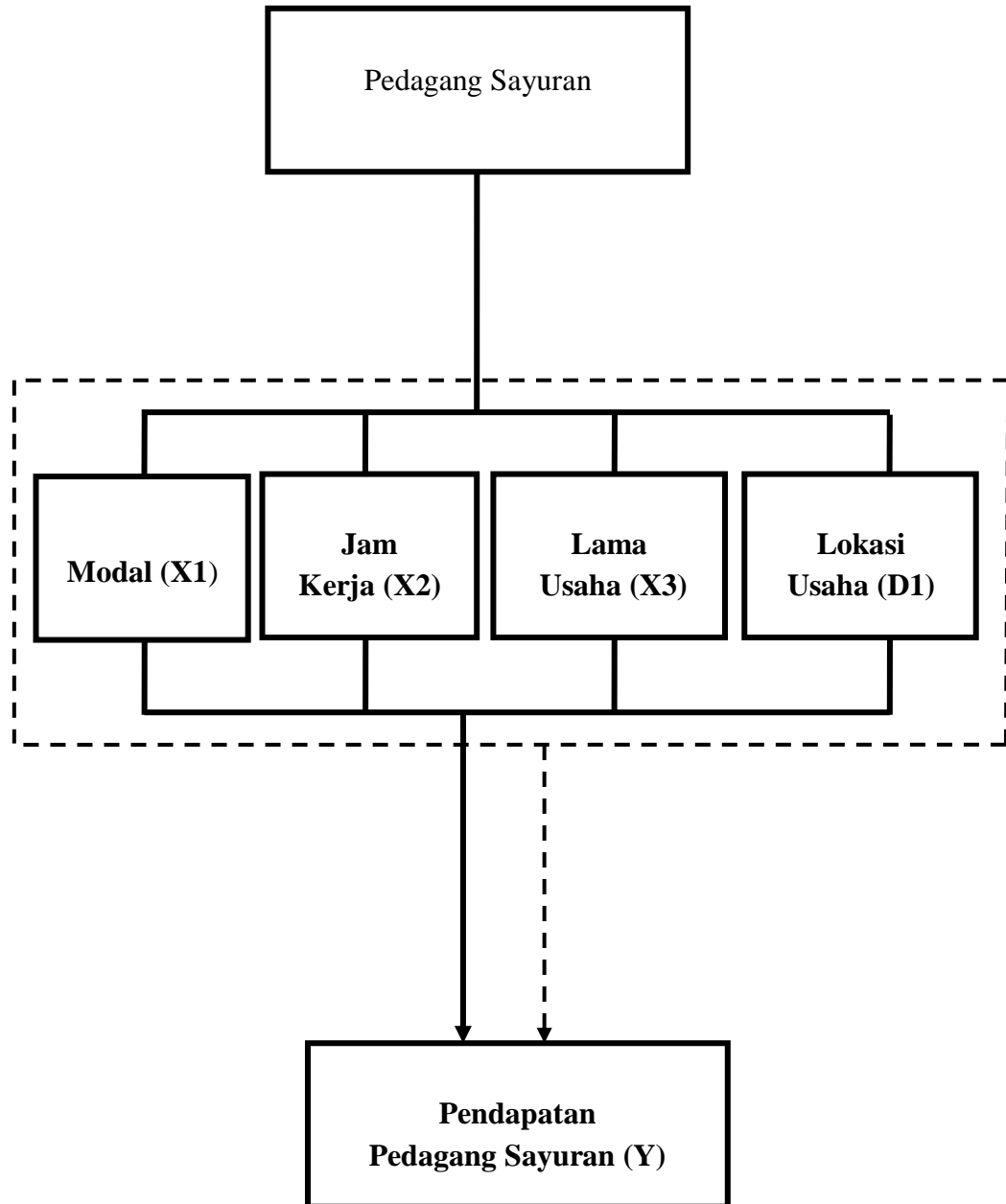
Pasar tradisional merupakan pasar yang dikelola oleh pemerintah atau swasta yang ciri tempat penjualannya berbentuk stan, los, toko atau kios, dimana di pasar tradisional sering terjadi kegiatan tawar menawar dalam aktivitas perdagangan antara penjual dan pembeli. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung.

Pendapatan merupakan sesuatu yang diperoleh dari menjual barang ataupun jasa yang dapat menghasilkan keuntungan atau dengan kata lain pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh oleh masyarakat atas prestasi

kerjanya dalam waktu tertentu baik itu harian, mingguan, bulanan maupun tahunan.

Pedagang sayur adalah pedagang yang produknya berupa menjual berbagai macam jenis sayuran demi memenuhi kebutuhan dan juga meningkatkan pendapatan, pedagang dapat dikatakan sejahtera apabila pendapatan yang diperoleh besar, karena semakin besar pendapatan yang diterima oleh suatu pedagang sayuran maka keuntungan semakin besar. Besarnya pendapatan pedagang sayur tersebut ditentukan dari beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu modal, jam kerja serta lokasi usaha. Setelah menganalisis faktor tersebut maka dapat dilihat apakah faktor-faktor tersebut dapat berpengaruh atau tidak terhadap pendapatan pedagang sayuran di Pasar Tradisional Aek Nabara.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dibuat kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan :

————— : Pengaruh Secara Parsial

- - - - - : Pengaruh Secara Simultan

2.9. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, serta landasan teori yang telah dibuat maka hipotesis penelitian adalah :

1. Diduga modal berpengaruh nyata dan positif terhadap pendapatan pedagang sayuran.
2. Diduga jam kerja berpengaruh nyata dan positif terhadap pendapatan pedagang sayuran.
3. Diduga lama usaha berpengaruh nyata dan positif terhadap pendapatan pedagang sayuran.
4. Diduga lokasi usaha berpengaruh nyata dan positif terhadap pendapatan pedagang sayuran.