

**PENGARUH MODAL, LOKASI, DAN PERMINTAAN
DI HARI RAYA IDUL FITRI TERHADAP PENDAPATAN
PEDAGANG PASAR RAKYAT WINONG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

dalam Ilmu Ekonomi Islam (EI)



Disusun Oleh:
Ahmad Asrori
1705026181

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG

2019

Dr. Ari Kristin Prasetyoningrum, S.E. M.Si.
Sewan RT. 04/ RW 06 Puduk Payung.

Warno, SE. M.Si.
RT 04 RW 01 Kalalang Lama, Sukorejo, Gunung Pati.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n Sdr, Ahmad Asrori

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersamaan ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Ahmad Asrori
Nomor Induk : 1705026181
Judul : Pengaruh Modal, Lokasi, Dan Permintaan Di Hari Raya Idul Fitri Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Winong.

Dengan ini saya mohon kiranya Skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. Ari Kristin Prasetyoningrum, S.E. M.Si
Nip.19790512 200501 2 004

Semarang, 16 Juli 2019

Pembimbing II

Warno, SE. M.Si.
Nip.19830721 201503 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka, Kampus III Ngaliyan, Telp. Fax. (024) 7608454 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Ahmad Asrori
NIM : 1705026181
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Modal, Lokasi, dan Permintaan di Hari Raya Idul Fitri Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Winong.

Telah di munaqosyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal:

24 Juli 2019

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir, guna memperoleh gelar sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 24 Juli 2019

Mengetahui.

Ketua Sidang

Choirul Huda, M.Ag.
NIP.19760109 200501 1 002

Penguji I

H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 19690420199603 1 002

Pembimbing I

Dr. Ari Kristin Prastvoningrum, SE, M.Ag.
NIP. 19790512 200501 2 004

Sekretaris Sidang

Dr. Ari Kristin Prastvoningrum, SE, M.Ag.
NIP. 19790512 200501 2 004

Penguji II

Dr. Ali Murtadho, M.Ag.
NIP. 19720830199803 1 003

Pembimbing II

Warno, SE, M.Si.
NIP.19830721 201503 1 002



MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu*” (Q.S. an-Nisa’ 29).

PERSEMBAHAN

Bissmillahirrohmanirrohim.

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT, Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Bapak Sudiyo dan Ibu Patonah selaku orang tua penulis tercinta, terimakasih atas kasih sayangmu, pengorbananmu, perhatianmu, keikhlasan serta do'amu yang tak hentinya mengalir.
2. Siti Shofi'ah selaku kakak saya, Jasmin dan Wiwid Dedy Stawan selaku kakak ipar dan keponakan saya, terimakasih atas semua dukungan dan motivasi selama ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ع = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

اي = ay

او = aw

D. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda misalnya الطَّبّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al-...* misalnya الصناعة = *al-shina'ah*. *Al-*ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta'Marbuthah (ة)

Setiap *ta'marbuthah* ditulis dengan "h" misalnya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan penuh tanggung jawab penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Dengan demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 15 Juli 2019

Deklarator



AHMAD ASRORI
1705026181

ABSTRAK

Pasar Rakyat merupakan salah satu tempat yang masih menjadi pusat kegiatan perekonomian sebagian besar masyarakat di Indonesia hingga saat ini. Di pasar masyarakat dapat menemukan berbagai macam barang kebutuhan. Pasar juga menjadi tempat para pedagang menjual berbagai macam jenis barang dagangan ataupun jasa. Dengan melakukan kegiatan perdagangan dipasar, para pedagang memperoleh penghasilan yang layak, oleh sebab itu pasar dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi sekaligus dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal, lokasi dan permintaan di hari raya idul fitri terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan sumber data primer. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 872 orang pedagang. Penghitungan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 90 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner berupa pertanyaan dan pilihan ganda yang dapat dijawab oleh responden. Analisis data menggunakan alat ukur validitas dan reliabilitas. Dengan menggunakan teknik analisis linier berganda, uji hipotesis parsial (uji t), uji simultan (Uji F) dan koefisien determinasi R^2 , dengan tingkat toleransi signifikansi sebesar 0,05 (5%).

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan yaitu uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,218 + 0,545 \text{ Modal } X_1 + 0,172 \text{ Lokasi } X_2 + 0,299 \text{ Permintaan } X_3$$

Hasil pengujian data menunjukkan Variabel modal (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan (Y) pedagang pasar, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Variabel lokasi (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan (Y) pedagang pasar, dengan nilai signifikansi sebesar 0,027. Variabel permintaan (X_3) di hari raya idul fitri

berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan (Y) pedagang pasar, dengan nilai signifikansi sebesar 0,017. Uji simultan F secara bersama-sama modal (X1), lokasi (X2) dan permintaan (X3) dihari raya idul fitri berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan (Y) pedagang pasar. Uji koefisien determinasi R^2 diketahui bahwa modal, lokasi, dan permintaan di hari raya idul fitri mempengaruhi pendapatan pedagang pasar sebesar 0,687 atau 68,7%, sedangkan sisanya 31,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: modal, lokasi, permintaan, pendapatan.

ABSTRACT

Traditional markets are one of places that still be an economic center activity of most of Indonesian people until now. In the market people can find some stuff of commodity. The market also places to sell various types of commodities and services. By doing selling activities in the market, the sellers can enrich income well, therefore markets can increase economic growth and public welfare. This research aims to analyze the influence of capital, location, and demand at idhul fitri against revenue traders of winong traditional market.

This research used the quantitative research and primary data sources. The population in this research consist of 872 sellers. The calculation of sample used formulas Solvin sample and can obtain 90 respondents. The data collection uses a questionnaire of question and multiple choice that can be answered by respondents. The analysis data used a measuring instrument validity dan reliability. By the use of analysis techniques of multiple linear, the hypotesis of partial test (t test), simulation test (F test) and coefficients of determination R2, to the level of tolerance significant as much as 0.05 (5%).

Based on the tests that have been carried out, namely the validity test, reliability test and classic assumption test, the multiple linier regression equation is obtained as follows:

$$Y = 2,218 + 0,545 \text{ Capital } X1 + 0,172 \text{ Location } X2 + 0,299 \text{ Demand } X3$$

The result of the examination showed that capital (X1) variable it has some positive effect on traders significantly, with the singificance 0,000. Location (X2) variable it has some positive effect on traders significantly, with the singificance 0,027. Demand (X3) at idhul fitri variable it has some positive effect on traders significantly, with the singificance 0,017. While simultaneous F test in together capital (X1), location (X2) and demand (X3) at idhul fitri influential simultaneously to the income (Y) of traders. The coefficients of determination R2 known

that capital, location, and demand at idul fitri determined traders income as much as 0,687 or 68,7 % , while the rest 31,3% influenced other variables are not included in this research.

Keyword : capital, location, demand, income.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr wb.

Bismillahirrahmanirrahim

Segalah puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat serta salam yang selalu penulis haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat-sahabat, dan pengikut pengikutnya.

Berkat rahmat dan hidayah yang telah dilimpahkan oleh Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini, yang berjudul : “Pengaruh Modal, Lokasi, dan Permintaan di Hari Raya Idul Fitri Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Winong”, Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dengan moral dan bantuan apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terimakasih penulis ucapkan terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

3. Bapak Dr. H. Ahmad Furqan, LC. MA, selaku ketua Jurusan Program S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Ari Kristin Prasetyoningrum, S.E. M.Si. dan Bapak Warno, SE. M.Si. selaku pembimbing penulis.
5. Semua Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membimbing dan mengajar penulis selama belajar dibangku kuliah.
6. Seluruh Pedagang dan Pengelola Pasar Winong yang telah membantu memberikan fasilitas dan waktunya selama penulis melakukan penelitian. Semua itu sangatlah berarti bagi penulis.
7. Kedua Orang tua tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil, serta do'a dan kasih sayang yang selama ini diberikan kepada penulis.
8. Zumrotul Azizah, Terimakasih atas kebahagiaan yang senantiasa diberikan setiap harinya.
9. Kerabat serta saudara semua, terutama keluarga besar mbah patonah, terimakasih atas perhatian dan kasih sayangnya selama ini.
10. Teman-teman seperjuangan penulis, terimakasih atas kasih, semangat, kebersamaan dan waktu yang telah kita lewati bersama selama ini.
11. Serta semua orang yang telah mendoakan penulis dan semua pihak yang telah membantu terciptanya Skripsi ini.

Terimakasih atas semua kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Penulis tidak dapat membalasnya, hanya bisa mendo'akan dan berikhtiar karena hanya Allah SWT yang dapat membalas semua kebaikan. Akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna, khususnya bagi penulis sendiri dan tentunya bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaiqum wr wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vi
HALAMAN DEKLARASI	viii
HALAMAN ABSTRAK	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	17
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	17
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	18
1.4 Sistematika Penulisan.....	19

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pasar	22
2.1.1 Definisi Pasar	22
2.1.2 Jenis Pasar	27
2.1.3 Bentuk-Bentuk Pasar	31
2.1.4 Fungsi Pasar	33
2.1.5 Pasar Menurut Perspektif Ekonomi Islam..	36
2.2 Pendapatan	41
2.2.1 Definisi Pendapatan.....	41
2.2.2 Jenis-Jenis Pendapatan	43
2.2.3 Sumber Pendapatan	44
2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan	45
2.2.5 Pendapatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam	48
2.3 Modal	50
2.3.1 Definisi Modal.....	50
2.3.2 Jenis-Jenis Modal	52
2.3.3 Penggunaan Modal	54
2.3.4 Menentukan Besaran Modal.....	55
2.3.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Modal	56
2.3.6 Sumber-Sumber Modal	58
2.3.7 Modal dalam perspektif Ekonomi Islam	58
2.4 Lokasi	60
2.4.1 Definisi Lokasi	60

2.4.2	Memilih Lokasi Usaha	61
2.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	64
2.5	Permintaan.....	66
2.5.1	Definisi Permintaan.....	66
2.5.2	Kurva Permintaan.....	68
2.5.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan.....	69
2.5.4	Permintaan Di Hari Raya Idul Fitri	72
2.5.5	Permintaan dalam Perspektif Ekonomi Islam	73
2.6	Tinjauan Pustaka	75
2.7	Kerangka Pemikiran Teoritik	79
2.8	Hipotesis.....	82

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Dan Sumber Penelitian.....	84
3.1.1	Jenis Penelitian.....	84
3.1.2	Sumber Data.....	85
3.2	Populasi Dan Sampel	86
3.2.1	Populasi	86
3.2.2	Sampel.....	86
3.3	Teknik Pengumpulan Data	89
3.4	Devinisi Operasional Variabel Penelitian	92
3.5	Teknik Analisi Data	95
3.5.1	Metode Statistik Deskriptif	95
3.5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	96

3.5.2.1 Uji Validitas.....	96
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	96
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	97
3.5.3.1 Uji Normalitas	97
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas	98
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	98
3.5.4 Analisis Uji Hipotesis.....	99
3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda..	99
3.5.4.2 Uji t.....	100
3.5.4.3 Uji F.....	101
3.5.4.4 Koefisien Determinasi R^2	103

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	105
4.1.1 Letak Geografis Kabupaten Pati	105
4.1.2 Pertumbuhan PDRB Kabupaten Pati	106
4.1.3 Perekonomian Kabupaten Pati	109
4.2 Gambaran Umum Pasar Rakyat Winong	112
4.2.1 Pasar Rakyat Winong.....	112
4.2.2 Struktur Organisasi Pasar Rakyat Winong	114
4.3 Gambaran Umum Responden	115
4.3.1 Usia Responden	115
4.3.2 Jenis Kelamin Responden	116
4.3.3 Pendidikan Responden.....	117
4.3.4 Analisis Statistik Deskriptif	118

4.3.4.1	Variabel Modal (X1).....	118
4.3.4.2	Variabel Lokasi (X2).....	121
4.3.4.3	Variabel Permintaan di Hari Raya Idul Fitri (X3)	125
4.3.4.4	Variabel Pendapatan (Y).....	128
4.4	Hasil Penelitian.....	131
4.4.1	Metode Analisis Data.....	131
4.4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	132
4.4.1.1.1	Uji Validitas.....	132
4.4.1.1.2	Uji Reliabilitas.....	134
4.4.1.2	Uji Asumsi Klasik.....	135
4.4.1.2.1	Uji Normalitas	135
4.4.1.2.2	Uji Multikolinieritas	137
4.4.1.2.3	Uji Heteroskedastisitas	139
4.4.1.3	Analisis Hipotesis	140
4.4.1.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	140
4.4.1.3.2	Analisis Signifikasi Parsial t	142
4.4.1.3.3	Analisis Signifikasi Simultan F.....	144
4.4.1.3.4	Analisis Koefisien Determinasi R ²	146
4.5	Pembahasan.....	147

BAB V : PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	154
5.2 Saran.....	155
5.3 Penutup.....	156

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

- 1.1. Pasar Rakyat Dikabupaten Pati.
- 1.2. Jumlah Pedagang Pasar Rakyat Winong Tahun 2015 Menurut Jenis Dagangan.
- 3.1 Penarikan Sampel Penelitian.
- 3.2 Devinisi Operasional Variabel.
- 4.1 Pertumbuhan PDRB Kabupaten Pati 2011-2016.
- 4.2 Distribusi PDRB Kab Pati atas Dasar Harga Menurut Lapangan Usaha, 2014-2016.
- 4.3 Banyaknya Sarana Perekonomian Tiap Desa di Kec Winong Tahun 2017.
- 4.4 Jenis Dagangan dan Jumlah Pedagang Pasar Rakyat Winong.
- 4.5 Daftar Kepala Pasar dan Staf Petugas Pasar.
- 4.6 Profil Responden Pedagang Pasar Rakyat Winong Berdasarkan Usia.
- 4.7 Profil Responden Pedagang Pasar Rakyat Winong Berdasarkan Jenis Kelamin.
- 4.8 Profil Responden Pedagang Pasar Rakyat Winong Berdasarkan Tingkat Pendidikan.
- 4.9 Mean, Median Modus Variabel Modal
- 4.10 X1.1 Pertanyaan pada Variabel Modal
- 4.11 X1.2 Pertanyaan pada Variabel Modal
- 4.12 X1.3 Pertanyaan pada Variabel Modal
- 4.13 Mean, Median, Modus Variabel Lokasi

- 4.14 X2.4 Pertanyaan pada Variabel Lokasi
- 4.15 X2.5 Pertanyaan pada Variabel Lokasi
- 4.16 X2.6 Pertanyaan pada Variabel Lokasi.
- 4.17 X2.7 Pertanyaan pada Variabel Lokasi.
- 4.18 X2.8 Pertanyaan pada Variabel Lokasi.
- 4.19 Mean, Median, Modus Variabel Permintaan di Hari Raya Idul Fitri.
- 4.20 X3.9 Pertanyaan Pada Variabel Permintaan.
- 4.21 X3.10 Pertanyaan Pada Variabel Permintaan.
- 4.22 X3.11 Pertanyaan Pada Variabel Permintaan.
- 4.23 Mean, Median, Modus Variabel Pendapatan.
- 4.24 Y.12 Pertanyaan pada Variabel Pendapatan.
- 4.25 Y.13 Pertanyaan pada Variabel Pendapatan.
- 4.26 Y.14 Pertanyaan pada Variabel Pendapatan.
- 4.27 Y.15 Pertanyaan pada Variabel Pendapatan.
- 4.28 Hasil Uji Validitas.
- 4.29 Hasil Uji Reabilitas.
- 4.30 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov Smirnov.
- 4.31 Hasil Uji Multikolinieritas.
- 4.32 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.
- 4.33 Hasil Uji t.
- 4.34 Hasil Uji Signifikansi Simultan F.
- 4.35 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 .

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual

4.1 Uji Normalitas dengan Melihat Diagram Histogram.

4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.

DAFTAR LAMPIRAN

- 1.1 Kuesioner
- 1.2 Data Tabulasi Modal (X1)
- 1.3 Data Tabulasi Lokasi (X2)
- 1.4 Data Tabulasi Permintaan (X3)
- 1.5 Data Tabulasi Pendapatan (Y)
- 1.6 Hasil Olah Data
 - 1.6.1 Uji Validitas
 - 1.6.2 Uji Reliabilitas
- 1.7 Dokumentasi.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sebuah negara dapat dilihat dari pembangunan yang dilakukan, sepertihalnya negara-negara berkembang di dunia. Sebagai negara berkembang, Indonesia melakukan berbagai upaya pembangunan diberbagai sektor yaitu sektor ekonomi, sektor politik, sektor sosial budaya, dan lain sebagainya. Pembangunan tersebut dilakukan untuk mengantarkan negara Indonesia kepada era modernisasi yang diharapkan dapat memacu pertumbuhan ekonomi sehingga taraf hidup masyarakat semakin meningkat.

Suatu perekonomian secara bebas didefinisikan sebagai sejumlah kegiatan konsumsi dan produksi yang saling berkaitan. Istilah ini dapat menunjukkan kegiatan dalam suatu wilayah dalam suatu negara. Perdagangan merupakan suatu konsep perekonomian yang mana pembangunan perdagangan perlu dilakukan guna meningkatkan pendapatan produsen dan sekaligus menjamin kepentingan konsumen, meningkatkan

penerimaan devisa memperluas lapangan kerja dan lebih memeratakan kesempatan berusaha.¹

Perdagangan atau pertukaran mempunyai arti khusus dalam ilmu ekonomi. Perdagangan diartikan sebagai proses tukar menukar yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Tempat penyelenggaraan perdagangan adalah pasar. Badan usaha, rumah tangga dan pemerintahan adalah pemain utama dalam panggung ekonomi. Tindakan mereka berlangsung di setiap pasar. Perkataan “pasar” pertama kali digunakan untuk menunjukkan suatu tempat dimana barang diperdagangkan.²

Pasar merupakan pemegang peranan penting dalam kegiatan ekonomi dan juga mempengaruhi pembangunan perekonomian suatu negara. Pasar adalah tempat berlangsungnya perdagangan. Pasar juga merupakan pusat kegiatan perekonomian, banyak masyarakat yang bergantung didalamnya untuk mencari pendapatan dan kebutuhan guna kelangsungan hidupnya. Pasar merupakan sarana atau tempat dimana para rumah tangga konsumen, produsen dan pemerintah memperoleh

¹ Djiwandono J. Soedradjad, *Perdagangan dan Pembangunan: Tantangan, Peluang dan Kebijakan Perdagangan Luar Negeri Indonesia*, (Jakarta: PT Pustaka LP3ES, 1992), h 43.

² Verlina. Veka, “*Analisis Pengaruh Ritalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Persepektif Ekonomi Islam*”, Skripsi Program Sarjana, UIN Raden Intan, Lampung, 2018.

kebutuhan dan sumber pendapatan. Peran pasar juga tidak hanya sebagai keseimbangan harga, tetapi pemerintah juga menggunakan harga pasar sebagai tolok ukur untuk menentukan tingkat inflasi serta membuat kebijakan selanjutnya.

Keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator paling nyata terlihat pada kegiatan masyarakat disuatu wilayah. Menurut bentuk fisik, pusat perdagangan dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pusat perbelanjaan modern. Seiring dengan berkembangnya zaman dan semakin majunya teknologi pasar tidak hanya sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli bagi masyarakat yang ada di sekitar pasar, lebih dari itu pasar dijadikan sebagai sarana penggerak roda perekonomian dalam skala besar.³ Dari segi ekonomi baik pasar modern maupun pasar rakyat merupakan tempat bergantungnya banyak orang untuk memperoleh pendapatan. Pasar juga tempat terciptanya peluang kerja, mulai dari pekerjaan sebagai pedagang kecil hingga menengah, keamanan pasar, kepengurusan pasar, hingga sebagai tukang parkir. Pasar menciptakan banyak pekerjaan bagi masyarakat. Oleh sebab itu keberadaan pusat-pusat perdagangan penting untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan.

³ I Kade Dwi Perwira Putra, I Gusti Wayan Murjana Yasa, *Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Jumlah Pengunjung, Pendapatan Pedagang, dan Pendapatan Pasar Dikota Denpasar*, E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Unud, 6 (9) tahun 2018, hal : 1737-1768, Unud, Bali.

Eksistensi pusat perbelanjaan modern seperti minimarket, supermarket, hingga hipermarket sedikit mengusik keberadaan pasar rakyat. Kesamaan fungsi yang dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern dan pasar rakyat, telah menimbulkan persaingan antara keduanya. Menjamurnya pusat perbelanjaan modern dikhawatirkan akan mematikan keberadaan pasar rakyat yang merupakan refleksi dari ekonomi kerakyatan. Pasar rakyat memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah, mulai dari faktor desain, tata ruang, tata letak, dan tampilan yang tidak sebaik pusat perbelanjaan modern, alokasi waktu operasional yang relatif terbatas, kurangnya teknologi yang digunakan, kualitas barang yang kurang baik, kurangnya promosi penjualan, rendahnya tingkat keamanan, kesemprawutan parkir, hingga berbagai isu yang merusak citra pasar rakyat seperti maraknya informasi produk barang yang menggunakan zat kimia berbahaya, praktik penjualan daging oplosan, serta kecurangan-kecurangan lain dalam aktifitas penjualan dan perdagangan. Kompleksitas kelemahan pasar rakyat tersebut menyebabkan konsumen beralih dari pasar rakyat ke pusat perbelanjaan modern.⁴

⁴ Firdausa. Rosetyadi Artistian, Fitrié Arianti, *Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak*, Journal Of Economics, UNDIP, Semarang, Vol 2 No 1 Tahun 2013, Hal 1

Islam telah mengenal perdagangan atau aktifitas jual-beli sejak dahulu. Didalam kitab suci Al-Qur'an secara tegas dijelaskan bahwa Allah SWT menghalalkan jual beli atau perniagaan dan mengharamkan riba. Bahkan sebelum Allah SWT mengangkat Nabi Muhammad sebagai Rasul-Nya, beliau terkenal sebagai seorang pedagang yang jujur. Berikut Allah SWT menjelaskan tentang jual beli atau perdagangan dalam salah satu ayat Al-Quran, Surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ
(٢٧٥)

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya” (Q.S. al-Baqarah; 275)

Allah SWT menyerukan kepada kita bahwa perniagaan harus dilakukan dengan cara yang adil, Allah juga melarang pedagang memperlmainkan harga dipasar serta berperilaku curang, dijelaskan dalam Ayat Al-Qur'an Surat an-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونُوا تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu*” (Q.S. an-Nisa' 29)

Kedua ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana jual beli atau perdagangan yang diperbolehkan dalam Islam. Telah kita ketahui sistem perdagangan yang sangat dianjurkan Allah SWT adalah sistem jual beli atau perdagangan. Dalam ayat diatas secara tegas Allah memperbolehkan jual beli, jual beli yang dimaksud adalah jual beli yang dilakukan dengan jujur, adil, suka – sama suka dan tidak menimbulkan kemudlaratan antara keduanya (penjual dan pembeli). Allah juga melarang kita berperilaku curang dan memperlmainkan harga pasar.

Pasar rakyat merupakan salah satu pusat kegiatan perekonomian, dimana didalam pasar rakyat penjual dan pembeli

berinteraksi langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Terdapat satu ciri yang identik dengan pasar rakyat yaitu perilaku tawar-menawar antara penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan harga. Perilaku tersebut sangat rentan dengan kemudlaratan apabila tidak dilakukan dengan hati-hati. Penjelasan-penjelasan pedagang tentang barang dagangannya kepada calon pembeli baik itu tentang spesifikasi produk ataupun fluktuasi harga, sebaiknya dilakukan dengan jujur agar tidak merugikan salah satu pihak serta terhindar dari dosa karena kebohongan dan kemudlaratan.

Kabupaten Pati merupakan salah satu kota yang memiliki beberapa pasar rakyat. Pemerintah Kabupaten Pati juga sangat memperhatikan perkembangan pasar rakyat. Terbukti dengan adanya beberapa kebijakan pembenahan beberapa pasar tradisional di Kabupaten Pati. Salah satu usaha untuk meningkatkan perkembangan pasar rakyat yaitu melakukan pembenahan di berbagai sektor meliputi sarana, prasarana, pengelolaan pasar hingga melakukan pembenahan keseluruhan fisik pasar. Berikut ini pasar rakyat yang ada di Kabupaten Pati:

Tabel: 1.1
Pasar Rakyat Di Kabupaten Pati

No	Nama Pasar	Jumlah Pedagang
1.	Pasar Bulumanis	391
2.	Pasar Dosoman	50
3.	Pasar Gembong	505
4.	Pasar Godi	1
5.	Pasar Hewan Pragolo	66
6.	Pasar Hewan Tayu	89
7.	Pasar Hewan Winong	63
8.	Pasar Juwana Baru	1697
9	Pasar Kayen Baru	235
10.	Pasar Porda Juwana	467
11.	Pasar Pujasera Pati	70
12.	Pasar Puncel	191
13.	Pasar Puri Baru	1425
14.	Pasar Rogowongso	548
15.	Pasar Sleko 1	154
16.	Pasar Sleko 2	111
17.	Pasar Sopoyono	60
18.	Pasar Tayu	16
19.	Pasar Trangkil	446
20.	Pasar Wedaruijaksa	89

21.	Pasar Winong	872
Jumlah		7546

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Pati Tahun 2019.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah pasar rakyat di Kabupaten Pati sebanyak 21 pasar. Pasar-pasar tersebut tersebar di beberapa wilayah Kabupaten Pati. Salah satu pasar rakyat yang berada di Kabupaten Pati adalah Pasar Rakyat Winong. Walaupun bukan pasar terbesar tetapi Pasar Rakyat Winong sangat berpengaruh di kawasan Pati Selatan khususnya di Kecamatan Winong. Di pasar tersebut terdapat 872 pedagang dan menempati peringkat ke tiga terbesar se Kabupaten Pati menurut jumlah pedagangnya. Berikut tabel jumlah pedagang Pasar Rakyat Winong menurut jenis dagangan :

Tabel : 1.2
Jumlah Pedagang Pasar Rakyat Winong Tahun 2015
Menurut Jenis Dagangan

No.	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1.	Lain-lain	43
2.	Jajan	87
3.	Jam/Aks	22
4.	Kelontong/Grb	78
5.	Konfeksi	207

6.	Ikan/Daging	61
7.	Emas	31
8.	Sayur	55
9.	Buah	61
10.	Makanan/Minuman	64
11.	Sembako	159

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Pati tahun 2015.

Pasar Rakyat Winong memiliki luas kurang lebih 9788 m². Diantara luas tersebut terdiri dari luas halaman plataran ± 1.938,72 m² dan luas bangunan ± 7.849,28 m². Pasar Rakyat Winong Masuk dalam golongan Kelas 1B. Data tahun 2015 menunjukkan struktur bangunan permanen pasar berjumlah antara 40% sampai dengan 60%. Secara keseluruhan Pasar Rakyat Winong memiliki jumlah kios 43 unit dan memiliki jumlah los 633 unit.⁵

Grafik jumlah pedagang tahun 2015 menurut tempat jualan, menunjukkan bahwa pedagang yang menempati kios sebanyak 13 pedagang, menempati kios swadaya sebanyak 30 pedagang, menempati los sebanyak 633 pedagang dan pedagang lesehan sebanyak 204 pedagang. Ukuran kios, kios swadaya, los dan pelataran lesehan yang ditempati pedagang ukurannya

⁵ Profil Pasar Rakyat Winong 2015.

beragam, ukuran untuk kios mulai dari 4 x 3 meter per kios sampai dengan terbesar 5 x 6 meter per kios, ukuran kios swadaya mulai dari 1,5 x 3,5 meter per kios sampai dengan terbesar 3,5 x 3,5 meter per kios, untuk ukuran los juga beragam mulai dari 0,9 x 0,9 meter per los sampai dengan terbesar ukuran 4 x 6 meter per los, dan untuk pedagang yang lesehan tidak terdapat data ukuran tempat karena mereka biasanya dagang di sekitar kios dan los pasar.⁶

Pedagang yang berjualan di Pasar Rakyat Winong jumlahnya sangat besar. Banyaknya pedagang tersebut menunjukkan bahwa potensi pasar yang sangat besar terhadap perolehan pendapatan pedagang. Pada hakikatnya pedagang berjualan di Pasar Rakyat Winong adalah karena perolehan keuntungan mereka yang tinggi.

Masih banyaknya pedagang yang berjualan secara lesehan menyebabkan kondisi pasar terlihat kurang tertata dan terkesan kumuh. Oleh sebab itu perlu adanya pembenahan pasar dari segi sarana dan prasarana pasar. Pembenahan tersebut untuk menunjang kenyamanan pedagang pasar dan terutama kenyamanan pengunjung pasar tersebut. Tempat yang nyaman dapat meningkatkan kualitas transaksi. Transaksi yang berkualitas dapat menyebabkan peningkatan daya beli konsumen.

⁶ Profil Pasar Rakyat Winong 2015.

Sehingga pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung pasar dan peningkatan pendapatan pedagang pasar tersebut.

Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi pendapatan pedagang pasar yaitu modal. Modal merupakan salah satu faktor penting dalam suatu produksi. Modal usaha yang relatif besar jumlahnya, akan memungkinkan suatu unit penjualan dengan banyak jenis produk. Dengan cara itu, pendapatan yang akan diperoleh juga akan semakin besar. Akan tetapi, pasar tradisional mayoritas pedagangnya berasal dari masyarakat menengah kebawah. Jadi, dalam mendapatkan suatu modal kebanyakan para pedagang masih mengandalkan hasil pertanian maupun ketrampilannya saja. Padahal jika para pedagang pasar tersebut ingin menambah modal, para pedagang bisa meminjam modal tersebut di bank atau BPR. Pedagang harus pintar-pintar atau berani dalam menentukan modal, karena ketersediaan modal yang dimiliki akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan mereka.⁷ Pedagang Pasar Rakyat Winong kebanyakan menggunakan modal sendiri. Persyaratan dan tingginya bunga menyebabkan pedagang enggan untuk meminjam modal dagang dari bank. Pegang lebih memilih untuk menggunakan modal

⁷ Suriadi. Ahmad, Ahmad Suhendri, “*Analisis Determinan Faktor Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Rembiga Kecamatan Selaparang Kota Mataram*”, *Jurnal Kompetitif : Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 4. No. 2. September 2018.

sendiri dengan begitu tidak perlu memikirkan untuk membayar cicilan dan bunga bank. Padahal jika pedagang menambah modalnya maka potensi peningkatan pendapatan mereka akan lebih besar. Hasil riset yang dilakukan oleh Khasan Setiaji dan Ana Listia Fatuniah (2018), Nur Isni Atun (2016), Zulfa Nur Afifi (2017), Rusmusi, Afrah Nabila Maghfira (2018), dan Husaini, Ayu Fadhlani (2017), menyatakan bahwa modal berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang, itu berarti jika modal yang digunakan pedagang lebih besar maka kemampuan pedagang untuk menambah kuantitas dan komoditas barang akan bertambah sehingga potensi peningkatan pendapatan juga akan lebih besar. Jika modal berkurang maka kemampuan pedagang untuk menambah kuantitas dan komoditas barang dagangan akan terbatas.

Penempatan lokasi berdagang di tempat yang strategis juga mempengaruhi perkembangan dan eksistensi perdagangan kedepannya. Lokasi perdagangan yang strategis dan sesuai untuk jual beli sangat penting dan utama bagi para pedagang. Jika salah dalam memilih lokasi dan penempatan berdagang maka pedagang akan menjadi sulit untuk berkembang dan kesulitan dalam mendapatkan pembeli/konsumen.⁸ Seperti halnya di pasar,

⁸ Iksyaniyah. Nuril, Yoyok Soesatyo, *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pasar Baru Krian Sidoarjo*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, FE, Universitas Negeri Surabaya, Volume 3 No 3 Tahun 2015

walaupun pasar merupakan pusat kegiatan ekonomi namun tak semua lokasi berdagang dipasar ramai pengunjung. Adapun tempat yang sepi pengunjung biasanya terletak jauh dari pintu masuk pasar, pojok pasar, dan tempat-tempat lain yang lokasinya kurang strategis dan jarang dilalui oleh pengunjung pasar. lokasi berdagang yang strategis akan menarik banyak pembeli sehingga mempengaruhi peningkatan pendapatan pedagang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Khasan Setiaji dan Ana Listia Fatuniah (2018), Nur Isni Atun (2016), dan Husaini, Ayu Fadhlani (2017), menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berarti lokasi berdagang yang setrategis akan menarik banyak konsumen sehingga usaha dagang akan berkembang dan pendapatan akan meningkat. Semakin strategisnya tempat berdagang maka akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang.

Selain faktor modal dan lokasi, faktor lain yang mempengaruhi pendapatan pedagang adalah permintaan di hari-hari tertentu misalnya hari raya idul fitri. Pedagang memanfaatkan hari-hari menjelang idul fitri untuk meraup keuntungan yang berlipat, karena biasanya dihari-hari romadon menjelang idul fitri permintaan suatu barang akan meningkat terutama barang-barang kebutuhan pokok. Oleh sebab itu dengan adanya permintaan yang tinggi maka keuntungan pedagang juga akan meningkat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zulfa Nur

Afifi (2017), dan Hijri Juliansyah, Saraturrahmi (2018), menyatakan bahwa permintaan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Itu berarti, jika permintaan akan suatu barang meningkat akan mempengaruhi peningkatan penjualan dan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang. Semakin tingginya jumlah permintaan maka pendapatan pedagang juga akan meningkat.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan di Pasar Rakyat Winong, keadaan pasar tersebut sebenarnya sudah cukup baik. Tempat-tempat berjualan para pedagang seperti los dan kios tertata dan kondisinya masih 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 atau letaknya di pojokan pasar. Selain itu banyak pedagang yang berjualan secara lesehan, mereka menempati jalan-jalan disekitar los pasar yang seharusnya menjadi jalur melintas bagi pengunjung pasar untuk berbelanja. Hal tersebut menyebabkan keadaan pasar yang terlihat semprawut karena lahan pasar yang tidak seimbang dengan banyaknya pedagang yang berjualan di dalam pasar. Kondisi tersebut sangat dikeluhkan pedagang, mereka mengeluh

karena pengunjung pasar yang semakin berkurang, dan berakibat menurunnya omset pendapatan pedagang. Sebenarnya pemerintah telah melakukan perluasan pasar, tapi bangunan baru yang telah dibangun sejak tahun 2017 belum bisa ditempati para pedagang. Padahal bangunan tersebut telah selesai dibangun akhir tahun 2017 lalu.

Tidak hanya itu saja yang jadi masalah, kondisi tempat untuk berjualan di pasar ini juga masih ada kekurangan misalnya di beberapa sudut pasar masih ditemukan tumpukan sampah tentu menimbulkan bau yang kurang sedap, ditambah lagi jika hujan sebagian lantai lorong pasar terjadi genangan air yang menyebabkan jalan yang dilalui pembeli becek. Kondisi tempat untuk berjualan merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam suatu usaha. Kondisi tempat yang nyaman dan bersih akan berpengaruh terhadap minat pembeli untuk datang ke pasar, karena pembeli akan merasa nyaman dengan tempat itu sehingga akan menguntungkan para pedagang.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Modal, Lokasi, dan Permintaan di Hari Raya Idul Fitri Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Winong”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong ?
2. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong ?
3. Apakah permintaan pada hari raya Idul Fitri berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong ?
4. Apakah modal, lokasi, dan permintaan dihari raya idul fitri secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong ?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat penelitian sebagai berikut :

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh modal dagang terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh lokasi dagang terhadap pendapat pedagang Pasar Rakyat Winong.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh permintaan di Hari Raya Idul Fitri terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi masyarakat penelitian ini bermanfaat untuk memberi pengetahuan tentang hal-hal yang berpengaruh terhadap pendapatan dalam perdagangan terutama pedagang Pasar Rakyat Winong. Serta memberikan pengetahuan tentang teori-teori tentang pasar, pasar rakyat, pendapatan, modal kerja, lokasi, dan permintaan dalam ekonomi Islam.
2. Secara Teoritis, dapat mengetahui bahwa adanya momen hari besar seperti hari raya Idul Fitri dapat menambah pendapatan pedagang. Menambah pengetahuan tentang pentingnya penambahan modal kerja, lokasi dagang yang strategis dan potensi permintaan yang tinggi pada momen hari raya Idul Fitri.
3. Secara Praktis,
Sebagai bahan pertimbangan bagi:
 - a. Penulis
 - Penelitian ini digunakan sebagai syarat untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
 - Sebagai suatu eksperimen yang dapat dijadikan salah satu acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

- Dapat menambah wawasan dan pengalaman baru yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam meningkatkan proses belajar sesuai disiplin ilmu penulis, terutama setelah terjun ke dunia entrepreneur.
- b. Bagi Fakultas/ Universitas
- Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau sumbangan pemikiran yang konstruktif bagi civitas akademika kampus Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
 - Sebagai bahan informasi penggunaan strategis yang cocok untuk pengembangan usaha terutama bagi pemerhati ilmu pengetahuan sosial dan ekonomi.
- c. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan
- Sebagai kontribusi nuansa dan wacana baru bagi perkembangan dan pengembangan metode serta konsep Ilmu Pengetahuan Sosial.
 - Dapat memberi tambahan informasi atau masukan untuk menciptakan berbagai macam solusi permasalahan.

1.4. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan pembahasan sistematika penelitian mulai dari bab I sampai bab V. Bab ini merupakan gambaran awal penelitian untuk melakukan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Membahas landasan teori yang terdiri dari materi tentang Pasar, Pasar Tradisional/Rakyat, Pendapatan, Modal, Lokasi Usaha, dan Permintaan dalam pandangan Islam. Penelitian terdahulu. Yang terakhir membahas hipotesis yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti tersebut.

BAB III : METODE PENELITIAN

Memuat penjelasan mengenai metode penelitian yang berisi mulai model penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, pengujian instrumen penelitian sampai teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Memuat tentang hasil analisis dari pengelolaan data, baik analisis data secara deskriptif maupun analisis data berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Memaparkan kesimpulan mengenai penjelasan modus dari profil responden, hasil F dan uji t, serta saran bagi pedagang Pasar Rakyat Winong.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pasar

2.1.1 Definisi Pasar

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian.⁹

Menurut W.J. Stanton (2011), Pasar adalah kumpulan orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja, serta kemauan untuk membelanjakannya, jadi sesuatu disebut pasar jika ada tiga syarat utama, yaitu: sekumpulan orang, daya beli (Uang), dan kemauan untuk membeli barang atau jasa.¹⁰ Pasar merupakan tempat bertemunya antara orang yang mau menjual dan ada orang yang mau membeli suatu barang atau jasa tertentu dengan harga tertentu. Para penjual dan pembeli saling bertemu di pasar, masing-masing dari mereka mempunyai keinginan dan kepentingan sendiri-sendiri.¹¹

⁹ Pusat Pengkaji dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI)UII, *Ekonomi Islam*, Rajawali Pers, Jakarta, 2013, Edisi 1-5, hal 301

¹⁰ Muh Abdul Halim, *Teori Ekonomi Mikro Edisi 3*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2018, hal 84

¹¹ Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Kanisius, Yogyakarta, 1992. Hal 154.

Pasar dalam arti sempit adalah tempat berkumpul dan bertemunya para penjual (produsen) dan pembeli (konsumen) pada suatu lokasi tertentu. Sedangkan Pasar dalam arti luas adalah mekanisme bertemunya kepentingan konsumen dan produsen, merupakan sumber informasi bagi pelaku ekonomi, serta juga merupakan sarana dalam meningkatkan kepuasan konsumen maupun produsen. Oleh karena itu pasar ini mempunyai banyak fungsi bagi pelaku ekonomi, konsumen, produsen, maupun pemerintah. Antara lain pasar berfungsi sebagai sumber informasi bagi konsumen, produsen, bahkan juga pemerintah. Dengan demikian, pasar mempunyai peranan dan fungsi yang sangat strategis bagi pelaku bisnis (produsen) dan masyarakat secara keseluruhan.¹²

Dalam ilmu ekonomi modern, pengertian pasar lebih dititik beratkan pada kegiatan jual belinya. Hal ini menjadikan pasar dapat terbentuk dimana saja dan kapan saja. Secara eksplisit pasar diartikan sebagai salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjadi barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan alat tukar yang telah disepakati secara umum. Barang dan

¹² Noor. Henry Faisal, *Ekonomi Publik*, Akademia Permata, Padang, 2013, hal-102

jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah berupa uang atau surat berharga lainnya.¹³

Pasar merupakan lembaga ekonomi dimana para pembeli dan para penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang atau jasa. Jadi pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Ada dua unsur utama menentukan struktur pasar yaitu jumlah pembeli dan penjual dipasar dan tingkat kebakuan produk. Sebaliknya faktor-faktor tersebut dipengaruhi oleh:

1. Karakteristik produk, jika produk-produk lain merupakan produk pengganti yang baik dari suatu produk, maka tingkat persaingan di pasar semakin ketat.
2. Fungsi produk, industri-industri yang fungsi produksinya menunjukkan keadaan *increasing return scale* yang *outputnya* relative besar dibandingkan dengan permintaan totalnya biasanya jumlah produsennya yang lebih sedikit sehingga tingkat persaingannya lebih ringan daripada di dalam industri-industri yang fungsi produknya *constant* atau *decreasing return to scale* yang masuk kepasar dengan tingkat *output* yang relatif kecil dibandingkan dengan permintaan total.

¹³ Sumar'in, *Ekonomi Islam (Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Persepektif Islam)*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013. Hal 80.

3. Pengaruh pembelian, jika hanya ada sedikit pembeli, maka tingkat persaingan akan lebih rendah daripada jika pembelinya banyak.¹⁴

Sebagai pusat kegiatan ekonomi, pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, sedangkan sebagai pusat kebudayaan merupakan sarana tempat terjadinya interaksi antara warga masyarakat sebagai tempat pembauran dan pusat informasi. Pasar merupakan kumpulan seluruh pembeli dan potensial atas tawaran pasar tertentu. Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial.¹⁵

Menurut Undang-Undang nomor 112 tahun 2007, tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat berbelanja, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar tradisional/pasar rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik

¹⁴ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2008, hal 111.

¹⁵ Rosmawati. Eka Yan, *Pengaruh Keberadaan Pasar Tradisional Terhadap Kesejahteraan Pedagang Dampaknya Pada Retribusi Pasar*, Skripsi IAIN Syeh Nur Jati, Cirebon, 2015.

Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Pasar tradisional, yang saat ini disebut sebagai pasar rakyat merupakan wadah yang secara langsung dapat dimanfaatkan para petani/nelayan untuk menjual hasil bumi, sehingga dapat memaksimalkan potensi wilayah terkait. Jika dibandingkan dengan pasar modern/pusat perbelanjaan, pasar tradisional memberikan ruang lebih untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat berkembang. Pasar jenis ini memiliki nilai sosial budaya yang tidak dimiliki oleh pasar modern/pusat perbelanjaan. Selain itu, pasar rakyat juga membuka lapangan kerja yang lebih luas.¹⁶

Pasar rakyat adalah suatu bentuk pasar nyata sebagai mana definisi pasar, dimana barang yang diperjualbelikan bisa dipegang oleh pembeli. Barang yang diperjualbelikan di pasar rakyat biasanya adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari. Pasar rakyat menyediakan barang/komoditas yang beraneka macam/jenis seperti beras, sayur, ikan, daging, dll, serta tidak spesifik. Kebanyakan, atau sebagian besar pasar rakyat secara keleluasaan distribusi dapat dikategorikan sebagai pasar lokal,

¹⁶ Tim BPS, *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Dan Toko Modern Tahun 2018*, Badan Pusat Statistik, Jakarta, 2018.

karena hanya menjangkau daerah tertentu yang luas cakupannya adalah sempit.¹⁷

Penelitian ini mendefinisikan pasar rakyat sebagai tempat bertemunya penjual yang menawarkan barang dagangan atau jasa, dan pembeli datang untuk membeli barang atau jasa guna memenuhi kebutuhannya. Didalam proses transaksinya terdapat perilaku tawar menawar antara penjual dengan pembeli untuk mencapai kesepakatan harga. Selain sebagai sarana negosiasi harga, percakapan yang dilakukan antara pedagang dengan pembeli dapat digunakan sebagai sarana interaksi sosial. Begitupun juga Pasar Rakyat Winong sebagai objek penelitian merupakan jenis pasar rakyat.

2.1.2 Jenis Pasar

Menurut Muh Abdullah Halim:2018 pembagian jenis-jenis pasar sebagai berikut:¹⁸

- a. Jenis Pasar Menurut Wujud atau Bentuk Kejadiannya
 1. Pasar Nyata, adalah pasar dimana barang-barang yang akan diperjualbelikan benar-benar ada dan dapat di beli oleh masyarakat.
 2. Pasar Abstrak, adalah pasar yang mempunyai ciri-ciri yaitu : lokasinya tidak terlihat, konsumen dan produsen

¹⁷ Samuelson, Paul A. dan William D. Nordhaus, *Ilmu Mikro Ekonomi*, Pt Media Global Edukasi, Jakarta, 2000. Hal 312.

¹⁸ Muh Abdul Halim, *Teori Ekonomi Mikro...* 2018.

tidak bertemu secara langsung, pemasaran melalui internet, pemesanan melalui telepon, barang yang dijual tidak terlihat secara langsung hanya berupa foto dan keterangan barang. Contoh pasar *online*, pasar saham, pasar modal, dan sebagainya.

b. Jenis Pasar Menurut Cara Transaksinya.

1. Pasar Tradisional/Pasar Rakyat

Menurut Badan Statistik Nasional: 2018, Pasar Tradisional/Pasar Rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN dan BUMD termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli dagangan melalui tawar-menawar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, kue-kue, dan lain-lain.

2. Pasar Modern.

Pasar modern merupakan pasar dengan sistem pelayanan mandiri, terdapat dalam satu bangunan dengan berbagai fasilitas pendukung yang menunjang kenyamanan konsumen, menjual barang dagangannya secara ecer dan

berbentuk Minimarket, Supermarket, Departemen Store, Hypermartket ataupun grosir.

c. Jenis Pasar Menurut Keleluasaan Distribusi atau Luas Jangkauannya.

1. Pasar Lokal.

Pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu kota tempat produk itu dihasilkan.

2. Pasar Daerah.

Adalah membeli dan menjual produk dalam satu daerah produk itu dihasilkan.

3. Pasar Nasional.

Adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu negara tempat produk itu dihasilkan.

4. Pasar Internasional.

Pasar yang membeli dan menjual produk dari beberapa negara.

d. Pasar Menurut Jenisnya.

1. Pasar Konsumsi atau Pasar Barang Kelontong.

Adalah pasar yang menjual barang-barang untuk keperluan konsumsi (Keperluan sehari-hari). Misalnya beras, telur, minyak goreng dan bumbu masak.

2. Pasar *Input* (Faktor Produksi).

Adalah pasar yang menjual barang-barang untuk keperluan produksi. Misalnya mesin untuk produksi barang, lahan untuk pabrik.

3. Pasar Menurut Jenis Barang Yang Dijual.
Misalnya Pasar Ikan, Pasar Buah dan lain sebagainya.
4. Pasar Menurut Lokasi.
Misalnya Pasar Kebayoran yang berlokasi di Kebayoran Lama, Pasar Ciputat yang berlokasi di Ciputat.
5. Pasar Menurut Hari.
Pasar yang dinamakan sesuai haru bukannya. Misalnya Pasar rabu yang buka kusus hari Rabu, Pasar Senen yang kusus buka dihari Senin.

Menurut Sadono Sukirno(2015), berpendapat bahwa pasar dimana pembeli dan para penjual melakukan interaksi dapat dibedakan dalam dua jenis yaitu:¹⁹

- a. Pasar Barang, adalah tempat dimana para pembeli dan para penjual dari suatu barang atau jasa melakukan interaksi untuk menentukan jumlah dan harga barang atau jasa yang diperjualbelikan.
- b. Pasar Faktor, adalah tempat dimana para pengusaha (pembeli faktor-faktor produksi) mengadakan interaksi dengan pemilik-pemilik faktor produksi untuk menentukan harga (pendapatan) dan jumlah faktor-faktor produksi yang akan digunakan dalam menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa yang diminta masyarakat.

¹⁹ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2015. Hal 396.

2.1.3. Bentuk-Bentuk Pasar

Fatoni (2014) membedakan bentuk-bentuk pasar menjadi empat yaitu:

a. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna terjadi ketika jumlah produsen sangat banyak dengan memproduksi produk yang sejenis dan mirip dengan jumlah konsumen yang banyak.

b. Pasar Monopolistik

Pasar monopolistik terjadi apabila jumlah produsen atau penjual banyak dengan produk yang serupa/sejenis, tetapi memiliki konsumen yang berbeda beda antara produsen satu dengan yang lain.

c. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah bentuk persaingan pasar yang didominasi oleh beberapa produsen atau penjual di suatu wilayah atau area.

d. Pasar Monopoli

Pasar monopoli terjadi jika pasar hanya terdiri atas satu produsen atau penjual.²⁰

Pasar Rakyat yang akan menjadi objek penelitian oleh peneliti adalah bentuk pasar persaingan sempurna. Pasar

²⁰ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Pustaka Setia, Bandung, 2014, hal- 135.

persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan dipasar. Adapun ciri-ciri dari pasar persaingan sempurna adalah seperti yang diuraikan dibawah ini yaitu:²¹

a. Perusahaan Adalah Pengambil Harga

Pengambil harga atau price taker berti suatu perusahaan yang ada di dalam pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar. Apapun tindakan perusahaan dalam pasar, ia tidak akan menimbulkan perubahan keatas harga yang berlaku. Harga barang dipasar ditentukan oleh interaksi diantara keseluruhan produsen dan keseluruhan pembeli.

b. Setiap Perusahaan Mudah Keluar Atau Masuk

Sekiranya perusahaan mengalami kerugian, dan ingin meninggalkan industri tersebut, langkah ini dapat dengan mudah dilakukan. Sebaliknya apabila ada produsen yang ingin melakukan kegiatan di industri tersebut, produsen tersebut dapat dengan mudah melakukan kegiatan yang diinginkannya tersebut.

c. Menghasilkan Barang Serupa

Barang yang dihasilkan berbagai perusahaan tidak mudah untuk dibeda-bedakan. Barang yang dihasilkan sangat sama

²¹ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga...* hal 231-233.

atau serupa. Tidak terdapat perbedaan yang nyata diantara barang yang dihasilkan suatu perusahaan dengan produksi perusahaan lainnya.

d. Terdapat Banyak Perusahaan di Pasar

Sifat ini 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.

e. Pembeli Mempunyai Pengetahuan Sempurna Mengenai Pasar

Dalam pasar persaingan sempurna juga dimisalkan bahwa jumlah pembeli adalah sangat banyak. Namun demikian dimisalkan pula bahwa masing-masing pembeli tersebut mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai keadaan di pasar, yaitu mereka mengetahui tingkat harga yang berlaku dan perubahan-perubahan keatas harga tersebut. Akibatnya para produsen tidak dapat menjual barangnya dengan harga yang lebih tinggi dari yang berlaku dipasar.

2.1.4. Fungsi Pasar

Menurut Soeratno (2003) didalam jurnal Ahmad Suriadi dan Ahmad Suhendri, terdapat 5 fungsi pasar yaitu:²²

²² Ahmad Suriadi, Ahmad Suhendri, "Analisis Determinan Faktor Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Rembiga Kecamatan Selaparang Kota

- a. Pasar menentukan harga barang. Pada sistem Ekonomi Pasar, harga merupakan ukuran nilai barang. Jika suatu barang permintaannya meningkat, berarti masyarakat membutuhkan lebih banyak. Akan jangka yang relatif singkat perusahaan tidak bisa menambah jumlah barang yang ditawarkan secara seketika. Akibatnya harga barang tersebut naik. Kenaikan harga suatu barang akan mendorong produsen memproduksi barang tersebut.
- b. Pasar dapat mengorganisasi produksi. Harga barang dipasar menjadi acuan perusahaan dalam menentukan metode produksi yang paling efisien.
- c. Pasar mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.
- d. Pasar melakukan penjatahan Konsumsi saat ini dibatasi oleh jumlah barang dan jasa yang dapat dihasilkan saat ini.
- e. Pasar menyediakan barang dan jasa untuk masa yang akan datang.

Sedangkan Pasar Rakyat memiliki dua fungsi yaitu: fungsi ekonomi dan fungsi sosial.²³

- a. Ada empat fungsi ekonomi yang dapat diperankan oleh pasar rakyat yaitu:

Mataram”, Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi, Vol. 4. No. 2. September 2018.

²³ Endrawanti. Susilo, *Dampak Relokasi Pasar Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang*, Jurnal Ilmiah, UNTAG, Semarang.

1. Pasar rakyat merupakan tempat dimana 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 pasar rakyat merupakan pilar penyangga ekonomi masyarakat kecil.
 2. Pasar rakyat merupakan tempat yang relatif lebih bisa dimasuki oleh pelaku ekonomi lemah yang menempati posisi mayoritas, terutama yang bermodal kecil.
 3. Pasar rakyat merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah, lewat retribusi yang ditarik dari para pedagang.
 4. Akumulasi aktifitas jual beli di pasar merupakan faktor penting dalam perhitungan tingkat pertumbuhan ekonomi baik pada skala lokal, regional maupun nasional.
- b. Fungsi sosial pasar rakyat yaitu:
1. Pasar rakyat merupakan ruang untuk saling bertemu muka.
 2. Pasar rakyat adalah tempat bagi masyarakat, terutama dari kalangan bawah, untuk melakukan interaksi sosial dan tukar informasi atas segenap permasalahan yang mereka hadapi.

2.1.5. Pasar Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin menunjukkan adanya peranan pasar yang besar. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu *price intervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar. Pasar disini mengharuskan adanya moralitas, antara lain: persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparancy*), dan keadilan (*justice*). Jika nilai-nilai ini sudah ditegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar.²⁴

Dalam suatu hadis riwayat Anas berisi sebuah percakapan antara sahabat dengan Rasulullah. Para sahabat berkata “*wahai Rasulullah tentukanlah harga untuk kita!*”. Beliau menjawab “*Allah itu sesungguhnya adalah penentu harga, penahan, pencurah, serta pemberi rizki. Aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku di mana salah salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta*” (HR. Abu Daud). Dalam hadis tersebut jelas dinyatakan bahwa pasar merupakan hukum alam (*sunnatullah*) yang harus dijunjung tinggi. Tak seorangpun

²⁴ Pusat Pengkaji dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI)UII, *Ekonomi Islam....hlm* : 301.

secara individual dapat memengaruhi pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah. Pelanggaran terhadap harga pasar, misalnya penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat, merupakan suatu ketidakadilan (*zulm/ injustice*) yang akan dituntut pertanggungjawabannya dihadapan Allah. Sebaliknya dinyatakan bahwa penjual yang menjual barang dagangannya dengan harga pasar adalah laksana orang yang berjuang dijalan Allah (*jihad fii sabilillah*), sementara yang menetapkan sendiri termasuk sebuah perbuatan ingkar kepada Allah.²⁵

Oleh sebab itu pemerintah tidak memiliki kewenangan untuk melakukan intervensi harga terhadap harga pasar dalam kondisi normal. Ibnu Taimiyah mengatakan jika masyarakat melakukan transaksi jual beli dalam kondisi normal tanpa ada bentuk distorsi atau penganiayaan apapun dan terjadi perubahan harga karena sedikitnya penawaran atau banyaknya permintaan, maka ini merupakan kehendak Allah SWT.²⁶

Ibnu Taymiyah berpendapat bahwa, kenaikan harga itu antara lain disebabkan karena adanya penurunan komoditas dan pertumbuhan penduduk. Penurunan komoditas dapat secara tepat dimaknai sebagai penurunan pasokan, sedangkan pertumbuhan

²⁵ Pusat Pengkaji dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI)UII, *Ekonomi Islam....*hlm 302-303.

²⁶ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, Edisi Pertama, 2006. Hal 161.

penduduk dapat dimaknai dengan kenaikan permintaan. Kenaikan harga karena penurunan pasokan atau kenaikan permintaan ditandai sebagai kehendak Allah untuk menunjukkan sifat impersonal dari mekanisme pasar.²⁷

Ibnu Taimiyah merinci beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan akibatnya terhadap harga: keinginan masyarakat (*raghbah*), jumlah permintaan (*thulab*), kekuatan atau kelemahan dari kebutuhan akan barang (*qilah al-hajah wa katsrauha* atau *quwwah al-hajah wad ha'fuha*), kualitas pelanggan atau partner transaksi (*mu'awid*), jenis uang yang dibayarkan dalam pertukaran (*naqd ra'ij* atau *naqd ghayr ra'ij*), kualitas pelaku transaksi (*al-taghabudh min al-tharpayn*), dan biaya yang dikeluarkan (*qimah al-manfa'ah*).²⁸

Islam memberi penghargaan terhadap mekanisme pasar berdasar pada ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dan dengan prinsip suka sama suka, di dalam Al-Qurán dijelaskan dalam surah an-Nisa' ayat 29 :

²⁷ Yadi Janwari, *Pemikiran Ekonomi Islam: Dari Masa Rasulullah Hingga Masa Kontemporer*, PT Remaja Rosdakarya, Cetakan Pertama, Bandung, 2016, Hal 215.

²⁸ Yadi Janwari, *Pemikiran Ekonomi Islam...* hal 217.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka-sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha penyayang kepadamu*”, (QS. an-Nisa’; 29).

Agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan *mutual goodwill* bagi para pelakunya, maka nilai-nilai moralitas mutlak harus ditegakkan. Secara khusus nilai moralitas yang mendapat perhatian penting dalam pasar adalah persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparancy*) dan keadilan (*justice*). Nilai-nilai moralitas ini memiliki akar yang kuat dalam ajaran Islam, sebagaimana dicantumkan dalam berbagai ayat Al-Quran.²⁹

Berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar. Untuk itu teks-teks Al-Qur’an selain memberikan stimulasi imperaktif untuk pedagang, dilain pihak juga mencerahkan aktivitas tersebut dengan sejumlah rambu atau aturan main yang bisa diterapkan di pasar dalam upaya

²⁹ Pusat Pengkaji dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI)UII, *Ekonomi Islam....*hlm 303.

menegakkan kepentingan semua pihak, baik individu ataupun kelompok.³⁰

Islam memberikan ajaran kapan seorang muslim dapat melakukan transaksi, bagaimana mekanisme transaksi dan komoditas barang maupun jasa apa saja yang dapat diperjualbelikan di pasar muslim. Islam mengatur bagaimana seorang pedagang dapat mengharmonisasikan aktivitas perdagangan dengan kewajiban beribadah. Dimana secara umum ajaran Islam tidak memperkenankan jika aktivitas bisnis dan perdagangan dapat melupakan kita kepada kehadiran Allah SWT (*dzikrullah*). Kemudian secara khusus Islam tidak memperkenankan aktivitas pasar berlaku pada saat masuk waktu sholat Jum'at. Bagaimana mekanismenya, yang menjadi acuan adalah konsep yang tidak saling menzalimi dan kesepakatan secara "*at-taradhin*"(sukasama suka). Sedangkan untuk objek yang dapat diperjualbelikan, yang menjadi acuan adalah selama tidak berbahaya bagi dirinya maupun orang lain, maka pelaku pasar dapat memperjual-belikannya.³¹

Ketika di Madinah Rasulullah menerapkan sejumlah aturan, agar persaingan pasar berlangsung adil. Diantara aturan itu adalah :

³⁰ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*,... hlm 158.

³¹ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*....hlm 173.

- a. Melarang *tallaqi rukban*, yakni menyongsong khalifah diluar kota. Dengan demikian pedagang tadi mendapatkan keuntungan dari ketidaktahuan khalifah yang baru datang dari luar kota terhadap situasi pasar.
- b. Mengurangi timbangan dilarang, karena itu berarti barang dijual dengan harga sama tetapi jumlah lebih sedikit.
- c. Menyembunyikan cacat barang dilarang, karena itu berarti penjual mendapat harga baik dari barang yang buruk.
- d. Dan sejumlah larangan lain agar terciptanya persaingan yang adil dipasar.³²

2.2 Pendapatan

2.2.1 Definisi Pendapatan

Pendapatan adalah kenaikan asset atau penurunan kewajiban (kombinasi dari keduanya) yang timbul sebagai akibat dari penyerahan jasa-jasa ataupun penjualan produk yang menjadi usaha utama.³³ Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan

³² Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*....hlm 183.

³³ Novita. Wiwin, Abdul Salam, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Laba Usaha Dagang Pada Pedagang Sembako Muslim (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Bantul)*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Universitas Alma Ata Yogyakarta, Vol 6, No 1 : 62-72, 2016.

kepada obyek ekonomi berdasarkan prestasi yang diserahkan yaitu pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Pendapatan diperoleh dari hasil penjualan yang melebihi biaya produksi atau dengan cara mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh (Mulyanto Sumardi,1985).³⁴

Komang dan Henny dalam jurnalnya berpendapat bahwa pendapatan merupakan hal yang sangat penting bagi para pedagang, maka banyaknya pengunjung yang datang ke pasar akan menyebabkan meningkatnya permintaan barang yang berpengaruh pada pendapatan. Hal tersebut merupakan akibat sirkulasi modal pedagang kecil, sehingga modal menjadi sangat produktif. Tingkat produktifitas ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, misalnya besarnya modal, jumlah tenaga kerja, jam kerja, lokasi usaha, pengalaman kerja, permintaan dan lain-lain.³⁵

Pasar merupakan tempat dimana para pedagang berkumpul untuk mejajakan barang dagangannya, mereka berharap mendapatkan pendapatan dari hasil penjualan barang dagangan atau jasa yang mereka miliki. Pendapatan mereka tentu

³⁴ Putri, Erleine Rastiani utami. Y. Bagiyo Mudakir, *Dampak Penataan Simpang Lima Kota Semarang Terhadap Pendapatan Pedagang Makanan*, Diponegoro Journal Of Economics, Vol 2, No 3, Tahun 2013, hal 2

³⁵ Komang Gede Candra Adi Putra, Dr. Made Henny Urmila Dewi, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Badung Kota Denpasar : Studi Sebelum Dan Sesudah Di Relokasi*, E-Jurnal EP Unud, Bali, Vol 7 No 6: 1140-1167.

berbeda tergantung seberapa banyak barang atau jasa mereka yang terjual. Keterbatasan modal usaha juga berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, karena semakin banyak barang yang terjual maka pendapatan juga semakin besar. Lokasi yang kurang strategis juga mempengaruhi pendapatan pedagang, lokasi yang strategis akan banyak menarik pembeli sehingga berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang. Jam kerja juga berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, karena semakin panjang durasi berjualan maka semakin banyak barang terjual dan peluang peningkatan pendapatan terbuka. Selain modal, lokasi, dan jam kerja, biasanya pedagang memanfaatkan permintaan yang tinggi pada hari raya idul fitri, dihari-hari tersebut digunakan pedagang untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya.

Dalam Islam pendapatan seseorang berbeda, pendapatan merupakan salah satu pemberian rezeki yang diperoleh dengan cara dan usaha yang halal. Allah SWT telah menentukan rezeki manusia sejak sebelum manusia dilahirkan dan dengan ketentuan masing-masing. Manusia memerlukan harta untuk kelangsungan hidupnya. Allah tidak memberikan harta kepada manusia secara instan, tetapi manusia harus bekerja keras dan melakukan usaha-usaha untuk mendapatkannya. Oleh sebab itu, seorang muslim dalam mencari rizki harus dengan cara yang benar, halal dan di ridhoi Allah SWT.

2.2.2 Jenis- Jenis Pendapatan

Menurut Jaya didalam Budi Wahyono (2011), secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan yaitu:³⁶

- a. Gaji dan upah, yaitu imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu atau satu bulan.
- b. Pendapatan dari usaha sendiri merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
- c. Pendapatan dari usaha lain, yaitu pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampinga, antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun dan lain sebagainya.

2.2.3 Sumber Pendapatan

Menurut Sumardi dan Evers yang dikutip Riningsih (2005) pendapatan yang diterima seseorang berasal dari berbagai sumber pendapatan yaitu:

³⁶ Budi Wahyono, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Dipasar Bantul Kabupaten Bantul*, Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, UNY, Yogyakarta, 2017.

- a. Pendapatan sektor formal, yaitu pendapatan yang bersumber dari upah atau gaji yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan.
- b. Pendapatan sektor informal, yaitu pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti dagang, tukang dan buruh.
- c. Pendapatan sub intern, yaitu pendapatan yang bersumber dari usaha sendiri seperti dari hasil bercocok tanam, hasil dari ternak, hasil dari kebun dan sebagainya.³⁷

2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan.

Pada dasarnya tujuan utama seseorang mendirikan usaha adalah memperoleh pendapatan. Untuk memperoleh pendapatan tersebut tentu dipengaruhi beberapa faktor, seperti pendidikan dan pengalaman, semakin tinggi pendidikan dan pengalaman seseorang maka semakin tinggi pula pendapatannya. Selain itu pendapatan juga dipengaruhi beberapa faktor yaitu Modal usaha, Lokasi usaha, Permintaan dan lain sebagainya.

a. Modal Usaha

Setiap usaha membutuhkan modal untuk operasional usaha yang bertujuan agar mendapatkan keuntungan maksimal.

³⁷ Riningsih, *Pengaruh Modal Kerja Dan Satuan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pada Industri Kecil Pengrajin Genting Di Desa Karangasem Kec Wirosari Kab Grobogan*, Skripsi Pend Ekonomi, Unnes, Semarang, 2005. Hal 25.

Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu diperlukan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau menambah biaya operasional agar tujuan pewirausaha meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.³⁸

Didalam jurnal Khasan dan Ana dijelaskan bahwa modal menghasilkan barang baru atau merupakan alat untuk memupuk pendapatan maka ada minat atau dorongan untuk menciptakan modal. Meningkatkan jumlah modal yang digunakan maka juga akan meningkatkan pendapatan. Dengan kata lain, semakin tinggi modal yang digunakan maka akan juga menentukan pendapatan yang diperoleh, sebab usaha yang sedang dirintis akan luas dengan adanya modal yang besar.³⁹

b. Lokasi Usaha

Pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan artinya dengan lokasi usaha yang baik atau strategis maka akan mempermudah pedagang untuk menjual barang dagangannya

³⁸ Swasta, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta, 2008. Hal 201.

³⁹ Khasan Setia Aji, Ana Listia Fatuniah, *Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi*, Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis, Vol 6 No 1 Tahun 2018, UNNES, Semarang. Hal 6.

dan mempermudah pelanggan untuk berbelanja. Dengan kata lain lokasi usaha yang strategis jika memenuhi kriteria-kriteria meliputi: aksesibilitas, visibilitas, lalulintas, lokasi parkir, ekspansi, lingkungan dan persaingan.⁴⁰

c. Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu selama periode waktu tertentu.⁴¹ Permintaan suatu barang pada momen perayaan Hari Raya Idul Fitri biasanya mengalami peningkatan. Peningkatan permintaan tersebut dimanfaatkan pedagang untuk meraup keuntungan yang lebih besar. Para pedagang menambah stok barang dagangan mereka jauh hari sebelum hari Raya Idul Fitri. Sehingga pedagang dapat menjual barang dagangan sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Tak jarang, pedagang sedikit menaikkan harga barang yang dijualnya untuk mendapatkan keuntungan lebih. Jika jumlah barang dagangan yang terjual tinggi maka pendapatan yang diperoleh pedagang juga akan tinggi.

⁴⁰ Khasan Setia Aji, Ana Listia Fatuniah, *Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Lokasi...*Hal 13.

⁴¹ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2005.

2.2.5 Pendapatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Istilah pendapatan atau keuntungan adalah sinonim dengan istilah laba (Indonesia), *profit* (Inggris) dan *ribh* (Arab). Dalam Al-Qur'an ayat yang menjelaskan tentang *ribh* yaitu surat al-Baqarah ayat 16, yaitu sebagai berikut:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تَّجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا
مُهْتَدِينَ (١٦)

Artinya: “Mereka itu lah yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk” (QS. Al-Baqarah; 16).

Di dalam sebuah buku menurut ulama' malikiyah, pendapatan bersih atau laba terbagi menjadi tiga macam:

- a. *Ar-Ribh at-Tijari* (laba usaha) *Ribh* tjari dapat diartikan sebagai penambahan pada harta yang telah dikhususkan untuk perdagangan sebagai hasil dari proses barter dan perjalanan bisnis. Dalam hal ini termasuk laba haqiqi sebab laba tersebut muncul karena proses jual beli.
- b. *Al-Ghallah* yaitu penambahan yang terdapat pada barang dagangan sebelum penjualan.
- c. *Al-Faidah* yaitu penambahan pada barang milik yang ditandai dengan perbedaan antara harga waktu pembelian dan

harga penjualan, yaitu sesuatu yang baru berkembang dari barang-barang milik.⁴²

Islam sangat menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Kriteria-kriteria Islam secara umum yang dapat memberi pengaruh dalam penentuan batasan pengambilan keuntungan yaitu:

a. Kelayakan Dalam Penetapan Laba

Islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Ali bin Abi Thalib r.a berkata dalam hadist:

Yang artinya: “wahai para saudagar ! ambilah (laba) yang pantas maka kamu akan selamat (berhasil) dan jangan kamu menolak laba yang kecil karena itu akan menghalangi kamu dari pendapatan (laba) yang banyak”.

Dari hadist tersebut batasan laba ideal (yang pantas dan wajar) dapat dilakukan dengan merendahkan harga.keadaan ini sering menimbulkan bertambahnya jumlah barang dan meningkatnya peranan uang dan pada gilirannya akan membawa pada penambahan laba.

b. Keseimbangan Antara Tingkat Kesulitan dan Laba

Islam menghendaki adanya keseimbangan antara laba dengan tingkat kesulitan perputaran serta perjalanan modal. Semakin

⁴² Husein Syahatah, *Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam*, Akbar Media Eka Sarana, Jakarta, 2001. Hal 157.

tinggi resiko, maka semakin tinggi pula laba yang diinginkan pedagang.

c. Masa Perputaran Modal

Peranan modal berpengaruh pada standarisasi laba yang diinginkan oleh pedagang atau seorang pengusaha, yaitu semakin panjang perputaran dan bertambahnya tingkat resiko maka semakin besar pula laba yang diinginkan. Begitu juga sebaliknya semakin berkurangnya tingkat bahaya maka pedagang akan menurun standar labanya.

d. Cara menutupi harga penjualan jual beli dengan harga tunai sebagaimana juga boleh dengan kredit, dengan syarat adanya keridhoan antara keduanya.⁴³

2.3 Modal

2.3.1 Definisi Modal

Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainstansi, pengurusan izin-izin, biaya instansi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja, sementara itu modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha.⁴⁴

⁴³ Husein Syahatah, *Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam*,...Hal 157.

⁴⁴ Kasmir, *Kewirausahaan (Edisi Revisi)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2013.

Kasmir (2010) mendefinisikan modal kerja sebagai modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan sehari-hari, terutama yang memiliki jangka waktu pendek. Modal kerja juga diartikan seluruh aktiva lancar yang dimiliki suatu perusahaan atau setelah aktiva lancar dikurangi dengan utang lancar. Atau dengan kata lain modal kerja merupakan investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau aktiva jangka pendek, seperti kas, bank, surat berharga, piutang, sediaan, dan aktiva lancar lainnya. Biasanya modal kerja digunakan untuk beberapa kegiatan dalam satu periode.⁴⁵

Modal kerja merupakan modal yang harus dikeluarkan untuk membeli atau membuat barang dagangan. Selain modal kerja, modal yang dikeluarkan diawal untuk jangka panjang disebut modal awal. Sedangkan untuk membayar biaya operasional bulanan disebut modal operasional.⁴⁶

Modal adalah sejumlah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya; yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal merupakan salah satu input (Faktor produksi) yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya

⁴⁵ Kasmir, *Kewirausahaan*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010. Hal

⁴⁶ Saban Echdar, *Manajemen Entrepreneurship-Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*, ANDI, Yogyakarta 2013.

pendapatan yang akan diperoleh.⁴⁷ Para ekonom menggunakan istilah modal (*capital*) untuk mengacu pada stok peralatan dan struktur yang digunakan untuk produksi. Artinya, modal ekonomi mewakili akumulasi barang-barang yang diproduksi pada masa lalu yang digunakan saat ini untuk membuat barang dan jasa yang baru.⁴⁸ Modal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah modal awal pedagang yang digunakan untuk membeli barang dagangan yang akan dijual kembali.

2.3.2 Jenis-Jenis Modal Kerja

Kasmir(2010) berpendapat bahwa modal kerja perusahaan dibagi kedalam dua jenis yaitu:

a. Modal Kerja Kotor (*gross working capital*).

Adalah semua komponen yang ada diaktiva lancar secara keseluruhan dan sering disebut modal kerja. Artinya mulai dari kas, bank, surat berharga, piutang, sediaan, dan aktiva lancar lainnya. Nilai total dari komponen aktiva lancar tersebut menjadi jumlah modal kerja yang dimiliki perusahaan.

b. Modal Kerja Bersih (*net working capital*)

⁴⁷ Maghfira. Afrah Nabila, *Pengaruh Modal, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang*, Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA). Universitas Jendral Soedirman. Vol 20 No 40 Tahun 2018.

⁴⁸ Mankew. N. Gregory, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Salemba Empat, Jakarta Selatan, 2012, hal 406.

Merupakan seluruh komponen aktiva lancar dikurangi dengan seluruh total kewajiban lancar (utang jangka pendek). Utang lancar meliputi utang dagang utang wesel, utang bank jangka pendek(1 tahun), utang gaji, utang pajak, dan utang lancar lainnya.⁴⁹

Menurut Jaribah didalam jurnal Novita dkk(2016), ada dua bentuk modal, diantaranya:

a. Modal Barang

Adalah modal material yang berfungsi menambahkan ketika dipergunakan dalam proses.

b. Modal Uang

Adalah sejumlah uang yang dipergunakan dalam membiayai proses. Modal uang tidak dinilai sebagai salah satu unsur dagang jika tidak dipergunakan dalam proses dagang untuk mendapatkan modal barang.⁵⁰

Sadono Sukirno (2006), juga membedakan modal menjadi dua macam yaitu:

a. Modal Tetap.

Merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis dalam satu proses produksi tersebut. Modal

⁴⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, Rajawali Pers, jakarta, 2010.

⁵⁰ Novita. Wiwin, Abdul Salam, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Laba Usaha Dagang Pada Pedagang Sembako Muslim (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Bantul)*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Universitas Alma Ata Yogyakarta, Vol 6, No 1 : 62-72, 2016.

tidak bergerak dapat meliputi tanah, bangunan, peralatan dan mesin-mesin.

b. Modal Tidak Tetap.

Merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali proses produksi tersebut.⁵¹

2.3.3 Penggunaan Modal

Penggunaan dana untuk modal kerja dapat diperoleh dari kenaikan aktiva dan penurunan pasiva. Secara umum dikatakan bahwa penggunaan modal kerja biasa dilakukan perusahaan untuk tujuan:

- a. Pengeluaran untuk gaji, upah, dan biaya operasional perusahaan lainnya.
- b. Pengeluaran untuk membeli bahan baku atau barang dagangan.
- c. Untuk menutupi kerugian penjualan surat berharga.
- d. Pembentukan dana.
- e. Pembelian aktiva tetap (tanah, bangunan, kendaraan, mesin dan lain-lain).
- f. Pembayaran utang jangka panjang (obligasi, hipotek, utang bank jangka panjang).
- g. Pembelian atau penarikan kembali saham yang beredar.

⁵¹ Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*, Pt Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006.

- h. Pengambilan uang atau barang untuk kepentingan pribadi.
- i. Dan penggunaan lainnya.⁵²

2.3.4 Menentukan Besarnya Modal

Kebutuhan modal kerja harus dihitung secara cermat, sehingga mencerminkan kebutuhan yang sesungguhnya. Dalam praktiknya besar kecilnya kebutuhan modal kerja suatu perusahaan sangat tergantung dari dua hal, yaitu:

- a. Besar kecilnya operasi pokok/penjualan, artinya makin besar operasi pokok atau penjualan, maka kebutuhan modal juga makin besar, demikian pula sebaliknya apabila operasi pokok kecil, maka modal kerja juga besar.
- b. Kecepatan perputaran modal kerja, artinya makin cepat perputaran modal kerja maka kebutuhan modal kerja juga relatif besar, demikian pula sebaliknya makin lambat perputaran modal kerja maka kebutuhan modal kerja juga relatif kecil.⁵³

Kebutuhan modal kerja dihitung dengan cara saldo rata-rata adalah dengan membandingkan antara Penjualan Bersih

⁵² Kasmir, *Kewirausahaan*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, Hal 312.

⁵³ Kasmir, *Kewirausahaan*,... Hal 316.

dengan Perputaran Modal Kerja. Berikut ini rumus yang digunakan:⁵⁴

$$\text{Besarnya Modal Kerja} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Perputaran Modal Kerja}}$$

2.3.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Modal

Faktor-faktor yang menentukan jumlah modal kerja antara lain yaitu:

- a. Besar kecilnya kegiatan usaha, di mana semakin besar kegiatan usaha semakin besar modal kerja yang dibutuhkan, apabila hal lain tetap. Selain besar kecilnya usaha, sifat suatu usaha juga mempengaruhi besarnya modal.
- b. Kebijakan tentang penjualan (kredit atau tunai). Persediaan, saldo ke kas minimal, dan pembelian bahan (tunai atau kredit).
- c. Faktor lainnya:
 1. Faktor-faktor ekonomi
 2. Peraturan pemerintah yang berkaitan dengan uang ketat atau kredit ketat
 3. Tingkat bunga yang berlaku
 4. Peredaran uang
 5. Tersedianya bahan-bahan dipasar
 6. Kebijakan perusahaan lainnya.⁵⁵

⁵⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*,... Hal 316.

Sedangkan menurut Indriyo yang dikutip Riningsih (2005) bahwa besar kecilnya kebutuhan modal kerja dapat disebabkan oleh beberapa hal yaitu:

a. Volume penjualan

Faktor ini adalah faktor yang paling utama, karena perusahaan memerlukan modal kerja untuk menjalankan aktifitasnya yang mana puncak dari aktifitasnya itu adalah aktifitas penjualan.

b. Pengaruh musim

Dengan adanya pengaruh musim terhadap permintaan barang atau jasa maka penjualan akan berfluktuasi. Fluktuasi penjualan akan mengakibatkan perbedaan-perbedaan jumlah kebutuhan modal kerja dan hal lain yang menimbulkan adanya modal kerja variabel.

c. Kemajuan teknologi

Perkembangan teknologi dapat mempengaruhi atau merubah proses produksi menjadi lebih cepat dan lebih ekonomis. Dengan demikian dapat mengurangi jumlah kebutuhan modal kerja.

⁵⁵ Ahmad Kamaruddin, *Dasar-Dasar Manajemen Modal Kerja*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002. Hal 6-7.

- d. Beberapa kebijakan dapat pula merubah besarnya modal kerja seperti: politik, penjualan kredit, politik persediaan bahan baku, atau persediaan kas.⁵⁶

2.3.6 Sumber-Sumber Modal

Kebutuhan Modal kerja dapat dipenuhi dari diri sendiri maupun dari pihak lain berupa pinjaman ataupun kredit. Berdasarkan sumber-sumber modal dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

- a. Modal sendiri, yaitu modal yang berasal dari investasi sendiri dalam bentuk;
- 1) Saham (*stock*)
 - 2) Cadangan penyusutan (*depreciation allowance*)
 - 3) Laba yang ditahan (*retained earning*)
- b. Modal pinjaman, yaitu modal yang berasal dari pihak lain, baik dari lembaga institusional maupun lembaga non institusional.⁵⁷

2.3.7 Modal Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Modal dalam konsep ekonomi Islam berarti semua harta yang bernilai dalam pandangan syar'i, dimana aktivitas manusia ikut berperan serta dalam usaha produksinya dengan tujuan

⁵⁶ Riningsih, *Pengaruh Modal Kerja Dan Satuan Jam Kerja Terhadap Pendapatan...* Hal 13.

⁵⁷ Khasan Setiaji, Ana Listia Fatuniah, "Pengaruh Modal, Lama Usaha, Lokasi terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi", *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis, UNNES, Vol 6 No 1, 2018.*

pengembangan. Uang merupakan modal serta salah satu faktor produksi yang penting, tetapi bukan yang terpenting karena manusia menduduki tempat diatas modal yang disusun oleh sumber daya alam. Pandangan ini berbeda dengan pandangan sementara pelaku ekonomi modern yang memandang uang segala sesuatu, sehingga tidak jarang manusia atau sumberdaya alam dianiyaya atau ditelantarkan.⁵⁸

Ekonomi Islam dalam konsep pengembangan modal memberikan ketentuan–ketentuan yang jelas dan terarah, antara lain konsep pengembangan modal yang ditawarkan adalah dengan menyerahkannya pada tiap individu sesuai dengan kemampuannya masing-masing. dengan catatan segala bentuk pengembangan yang akan dilakukan, harus memenuhi ketentuan-ketentuan syari’ah yang ada sebagaimana yang diatur dalam syariah muamalat. Dengan demikian, adanya pengembangan modal usaha yang dilakukan sesuai dengan sistem ekonomi Islam, diharapkan akan tercipta kondisi perekonomian masyarakat yang kondusif.⁵⁹

⁵⁸ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Alfabeta, Bandung, 2011. Hal 122.

⁵⁹ Suhendi, Hendi, *Fiqih Muamalat*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2005. Hal 57.

2.4 Lokasi

2.4.1 Definisi Lokasi

Pengertian teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tatar ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki lokasi strategis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya terhadap keberadaan berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.⁶⁰

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual baik jenis jumlah maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.⁶¹

Pendapat lain tentang pengertian lokasi usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Memilih lokasi usaha yang tepat merupakan salah satu faktor penentu berhasil atau tidaknya suatu usaha mencapai kesuksesan.⁶²

⁶⁰ Tarigan R, *Perencanaan Pembangunan Wilayah Edisi Revisi*, Bumi Aksara, Jakarta, 2006. Hal 77.

⁶¹ Kasmir, *Kewirausahaan*, Rajawali Pers, Jakarta, 2006. Hal 129.

⁶² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 2002, hal 92.

Memilih lokasi bisnis yang tepat untuk kegiatan bisnis adalah sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan bisnis untuk masa depan. Untuk menentukan lokasi bisnis ada dua langkah yang perlu ditetapkan yaitu:

- a. Menentukan masyarakat yang akan dilayani.
- b. Memilih lokasi diantara masyarakat tersebut.⁶³

2.4.2 Memilih Lokasi Usaha

Secara terminologi pemilihan lokasi adalah memilih untuk menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi(tempat) dengan paling banyak faktor-faktor positif. Penentuan lokasi yang tepat akan meminimumkan “beban” biaya (investasi dan operasional) jangka pendek maupun jangka panjang. Pemilihan dalam Islam dikenal dengan bahasa *Ikhtiyar* yang berarti proses perenanaan dan memilih hal yang baik dan lokasi dalam Islam dikenal dengan bahasa “al makanu” yang artinya tempat. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemilihan lokasi sebenarnya tidak jauh beda dengan pengertian pada umumnya, namun yang membedakan, ikhtiyar mengandung unsur direnanakan dan memilih.⁶⁴

Pemilihan lokasi untuk perluasan perusahaan, ketika perusahaan mengalami perkembangan yang pesat maka

⁶³ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2012. Hal 106.

⁶⁴ Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Prespektif Integrasi*, UIN-Maliki Perss, Malang, 2017. Hal 76-77.

perluasan lokasi merupakan sebuah kebutuhan. Dalam dalil-dalil syariah juga diterangkan tentang ikhtiyar (pemilihan) ini. Sebagai mana dalam hadis Nabi juga menerangkan yang berbunyi sebagai berikut : Artinya: *“jika engkau ingin mengerjakan sesuatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan tersebut baik, ambillah dan jika perbuatan itu jelek, maka tinggalkanlah”*. (HR Ibnu Mubarak).

Hubungan dalil diatas dengan konsep pemilihan lokasi adalah, bahwa pilih lokasi yang baik akan berdampak kebaikan dalam penempatan suatu pabrik baru atau pengembangan lokasi pabrik pusat, dan sebaliknya jangan memilih lokasi yang jelek karena akan berdampak negatif terhadap proses kinerja perusahaan.⁶⁵

Lokasi usaha sangat penting karena menyangkut efisiensi dan efektivitas usaha. perusahaan produksi membutuhkan bahan baku, tenaga kerja dan faktor input lainnya dengan tepat, cepat, dan mudah. Bagi perusahaan dagang, memerlukan lokasi yang dekat dengan pasar guna menjangkau langsung konsumennya. Selain itu, lokasi usaha yang tepat akan menekan biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Dengan demikian memilih lokasi usaha yang tepat perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan lain karena beroperasi secara

⁶⁵ Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Prespektif Integrasi...* hal 77-78.

efisien dan efektif, serta akan menentukan keberlangsungan perusahaan tersebut.⁶⁶

Kegiatan dalam menentukan lokasi usaha tidaklah mudah, selain memperhatikan faktor-faktor yang berkaitan dengan usahanya juga harus menilai dan memilih mana lokasi usaha yang paling strategis dari beberapa alternatif calon lokasi usaha.⁶⁷ Seperti halnya memilih lokasi dagang di pasar rakyat, lokasi yang sekiranya strategis dapat memacu peningkatan pendapatan pedagang. Biasanya lokasi berdagang yang strategis adalah dekat dengan pintu masuk pasar dan dilalui banyak pengunjung pasar tersebut. Sebaliknya lokasi berdagangan yang kurang strategis biasanya terletak jauh dari pintu masuk pasar atau di dalam pasar, di pojok pasar, dan tempat-tempat yang jarang sekali dilalui oleh pengunjung pasar tersebut.

Pemilihan lokasi usaha hendaknya mempertimbangkan faktor lingkungan jangan sampai kita malah merusak lingkungan disekitarnya. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran surah al-A'raf ayat 56 yaitu:

⁶⁶ Yogi Sugiarto Maulana, *Analisis faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Pabrik PT Sung Chang Indonesia Cabang Kota Banjar*, Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis, STISIP Bina Putra Banjar, Vol. 2 No. 2, Februari 2018, hlm 211-221.

⁶⁷ Yogi Sugiarto Maulana, *Analisis faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Pabrik...*hal 211-221.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ
 اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ (٥٦)

Artinya: “Dan Jangan lah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepadanya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmad Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”. (QS. Al-A’raf; 56).

Allah melarang kita merusak lingkungan, karena itu dapat merugikan orang lain. Allah memerintahkan kita untuk selalu menjaga dan melindungi lingkungan, karena lingkungan amatlah penting untuk kehidupan manusia selanjutnya. Seperti halnya menentukan lokasi untuk usaha, sebaiknya memilih lokasi yang sekiranya tidak merusak lingkungan dan merugikan masyarakat sekitarnya. Akan lebih baik jika usaha yang kita bangun dapat memberikan efek positif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar.

2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi

Pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan secara cermat terhadap beberapa faktor-faktor sebagai berikut:

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b. *Visibitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c. Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama:

1. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying (keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus).
 2. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan.
- d. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
 - e. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
 - f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Contoh rumah makan yang berdekatan dengan kampus, sekolah, perkantoran, pesantren dan sebagainya.
 - g. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Misalnya ingin membuka usaha retail di suatu lokasi, apakah di dekat lokasi tersebut telah terdapat usaha retail lain.
 - h. Peraturan pemerintah, misalnya peraturan yang melarang lokasi departemen store berdekatan dengan pasar rakyat.⁶⁸

Pendapat lain untuk menentukan lokasi dalam masyarakat tertentu, maka perlu dipertimbangkan faktor-faktor berikut:

⁶⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...* hal 92.

- a. Karakteristik demokrasi konsumen, yaitu keadaan atau struktur penduduk berdasarkan usia, jenis kelamin, tempat tinggal, dan sebagainya yang akan berpengaruh terhadap bentuk, mutu dan jumlah barang yang akan diproduksi dan dijual.
- b. Kondisi ekonomi setempat.
- c. Keadaan penduduk dan penghasilan.
- d. Persaingan.
- e. Iklim sosial dan perdagangan.⁶⁹

2.5 Permintaan

2.5.1 Definisi Permintaan

Dalam konsep ilmu ekonomi permintaan adalah jumlah barang dan jasa (disebut juga komoditas), yang akan dibeli konsumen pada periode dan keadaan tertentu.⁷⁰ Permintaan menunjukkan jumlah produk yang diinginkan dan mampu dibeli konsumen pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu, dan hal lain diasumsikan konstan. Karena permintaan mengacu pada priode waktu tertentu, seperti satu hari, satu minggu, atau satu bulan, maka pikirkanlah permintaan

⁶⁹ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2012. Hal 106.

⁷⁰ Muh Abdul Halim, *Teori Ekonomi Mikro...* hal 9

sebagai tingkat pembelian yang diinginkan perperiode waktu pada berbagai tingkat harga yang mungkin.⁷¹

Jumlah barang atau jasa yang diminta adalah jumlah yang konsumen rencanakan untuk dibeli selama priode waktu tertentu pada harga tertentu. Jumlah yang diminta semestinya tidak sama dengan jumlah yang benar-benar dibeli. Kadang jumlah barang yang diminta melebihi jumlah barang yang tersedia, sehingga jumlah yang dibeli kurang dari jumlah yang diminta.⁷²

Permintaan merupakan keinginan akan produk tertentu yang didukung oleh kemampuan serta memuaskan keinginan dan kebutuhan hidup pembeli. Pada umumnya permintaan dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, harga barang substitusi , jumlah anggota keluarga, pendapatan keluarga, selera konsumen dan pendidikan.⁷³

Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang diinginkan dibeli atau dimiliki pada berbagai tingkat harga pada

⁷¹ McEachem. William, *P`yjangantar Ekonomi Mikro: Pendekatan Kontemporer*, Salemba Empat, Jakarta, 2001.

⁷² Michael Parkin, *Parkin Ekonomi (Buku 1 : Mikro)*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2017, Edisi 11, hal-67.

⁷³ Perdana, B.N, M. Handayani, K. Budi Raharjo, *Hubungan Faktor Sosial Ekonomi Dengan Tingkat Permintaan Daging Sapi Di Pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal*, *Animal Agrikultur Jurnal*, Vol 2 No 4 , 2013, hal 112

waktu tertentu.⁷⁴ Dalam penelitian ini permintaan yang dimaksud adalah permintaan oleh konsumen yang terjadi pada periode waktu yaitu ketika hari raya idul fitri, pada waktu menjelang hari raya idul fitri biasanya masyarakat berbondong-bondong ke pasar untuk mencari suatu barang yang mereka butuhkan untuk merayakan hari raya umat Islam tersebut. Pasar Rakyat Winong merupakan pasar yang biasanya menjadi tempat tujuan masyarakat mencari dan membeli barang kebutuhannya. Pasar tersebut juga merupakan pasar yang cukup besar dan barang dagangan yang diperdagangkan terbilang lengkap. Banyaknya masyarakat yang berkunjung dan berbelanja ke Pasar tersebut menunjukkan pentingnya keberadaan pasar. Hal tersebut berdampak baik terhadap perekonomian masyarakat Winong dan khususnya penjual yang berjualan dipasar tersebut. Permintaan konsumen yang meningkat akan mempengaruhi jumlah penjualan pedagang dan semestinya akan mempengaruhi peningkatan pendapatan pedagang. oleh sebab itu, peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh permintaan dihari raya idul fitri terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

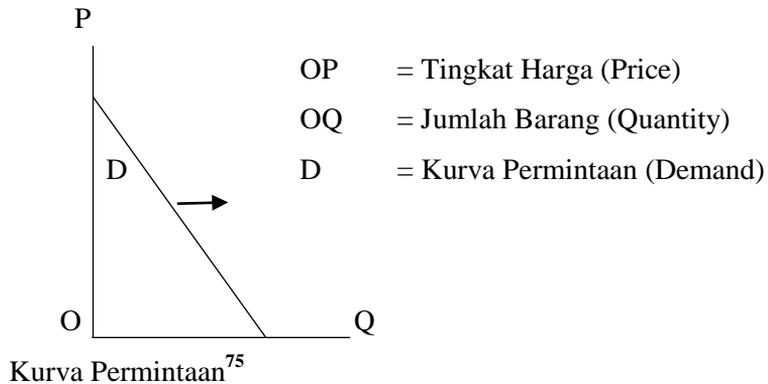
2.5.2 Kurva Permintaan

Kurva Permintaan adalah suatu kurva yang ditunjukkan oleh hubungan erat antara jumlah barang yang diminta dengan

⁷⁴ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi...* hal

harga. Permintaan akan suatu jenis barang adalah jumlah-jumlah barang itu yang pembeli-pembelinya bersedia membeli barang pada tingkat harga tertentu, pada suatu pasar dan pada waktu tertentu.

Berikut ini kurva Permintaan:



2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Permintaan seseorang atau suatu masyarakat terhadap suatu barang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain disamping harga. Diantara faktor-faktor tersebut yaitu:⁷⁶

⁷⁵ Nur Laily, Budiono Pristyadi, *Teori Ekonomi (Cetakan Pertama)*, Graha Ilmu, Jakarta, 2013, Hal: 14.

⁷⁶ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam (Edisi Pertama)*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006. Hal 84-85.

- a. Pendapatan, semakin tinggi pendapatan seseorang permintaan terhadap suatu barang akan meningkat, walaupun harga barang tersebut tidak berubah.
- b. Harga barang-barang lain yang terkait, faktor lain yang juga berpengaruh adalah harga barang-barang lain yang terkait dengan barang yang sedang dianalisis. Permintaansusu murni akan meningkat apabila harga susu bubuk naik.
- c. Selera, karena ada perubahan selera oleh konsumen.
- d. Jumlah penduduk, semakin besar jumlah penduduk di suatu daerah, semakin banyak permintaan terhadap produk di daerah tersebut.

Dalam kitab fatwanya Ibnu Taimiyah juga memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan, dan kemudian tingkat harga, beberapa faktor ini yaitu :

- a. Keinginan orang (*al-raghabah*) terhadap barang-barang sering kali berbeda-beda. Perbedaan ini dipengaruhi oleh berlimpah atau langkanya barang yang diminta tersebut (*al-matlub*). Suatu barang akan lebih disukai apabila ia langka dari pada tersedia dalam jumlah yang berlebihan.
- b. Jumlah harga yang diminta (*demandar/tullab*) juga mempengaruhi harga. Jika jumlah orang yang meminta suatu barang besar, maka harga akan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan yang meminta jumlah sedikit.

- c. Harga juga akan dipengaruhi oleh kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang-barang itu, selain juga besar dan kecilnya permintaan. Jika kebutuhan terhadap suatu barang kuat dan berjumlah besar, maka harga akan naik lebih tinggi dibandingkan dengan kebutuhannya lemah dan sedikit.
- d. Harga juga akan bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut (*al-mu'awid*). Jika pembeli ini merupakan orang kaya dan terpercaya (*kredibel*) dalam membayar kewajibannya, maka kemungkinan ia akan memperoleh tingkat harga yang lebih rendah dibandingkan dengan orang yang tidak kredibel (suka menunda kewajiban atau mengingkarinya).
- e. Tingkat harga juga dipengaruhi oleh jenis (uang) pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli. Jika uang yang digunakan adalah uang yang diterima luas (*naqd ra'ij*), maka kemungkinan harga akan lebih rendah jika dibandingkan dengan menggunakan uang yang kurang diterima luas.
- f. Hal diatas dapat terjadi karena tujuan dari suatu transaksi harus menggantungkan penjual dan pembeli. Jika pembeli memiliki kemampuan untuk membayar dan dapat memenuhi semua janjinya, maka transaksi akan lebih mudah/lancar dibandingkan dengan pembeli yang tidak memiliki kemampuan membayar dan mengingkari janjinya.
- g. Kasus yang sama juga dapat diterapkan pada orang yang menyewakan suatu barang. Kemungkinan ia berada pada

posisi yang sedemikian rupa sehingga penyewanya dapat memperoleh manfaat dengan tanpa (tambahan) biaya apapun. Namun kadang-kadang penyewa tidak dapat memperoleh manfaat ini jika tanpa tambahan biaya.⁷⁷

2.5.4 Permintaan Di Hari Raya Idul Fitri

Permintaan adalah banyaknya kesatuan barang yang akan dibeli oleh pembeli pada bermacam-macam tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu.⁷⁸ Permintaan juga dapat diartikan keinginan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa tertentu dalam periode waktu tertentu. Permintaan suatu barang pada momen perayaan Hari Raya Idul Fitri biasanya mengalami peningkatan. Peningkatan permintaan tersebut dimanfaatkan pedagang untuk meraup keuntungan yang lebih besar. Para pedagang biasanya menambah stok barang dagangan mereka sebelum bulan Ramadan untuk mengantisipasi lonjakan kenaikan permintaan barang dagangan menjelang Idul Fitri. Sehingga dengan menambah stok barang pedagang dapat menjual barang dagangan lebih banyak. Tak jarang, pedagang sedikit menaikkan harga barang yang dijualnya untuk mendapatkan keuntungan lebih besar.

⁷⁷ Pusat Pengkaji dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI)UII, *Ekonomi Islam*....hlm 307-309.

⁷⁸ Muhammad David Rusdi, Made Suparta, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Kota Surabaya*, Jurnal Ekonomi & Bisnis, UNTAG, Vol 1 No 2, tahun 2016.

Hari Raya Idul Fitri merupakan momen tahunan yang dirayakan umat muslim. Masyarakat muslim merayakan momen Hari Raya Idul Fitri dengan berbagai persiapan termasuk juga mempersiapkan dana yang cukup guna membeli berbagai keperluannya. Oleh sebab itu pedagang berani untuk menambah stok barang dagangan mereka. Jika jumlah barang dagangan yang terjual tinggi maka pendapatan yang diperoleh pedagang juga akan lebih tinggi. Hal tersebut sesuai dengan hubungan permintaan dengan pendapatan yaitu ketika permintaan terhadap suatu barang menurun maka pendapatan yang diterima oleh pedagang akan menurun. Sebaliknya ketika permintaan terhadap suatu barang meningkat maka pendapatan yang diterima pedagang akan meningkat.⁷⁹ Penelitian ini dilakukan berdasarkan hari raya idul fitri 1440 Hijriah atau pada tahun 2019.

2.5.5 Permintaan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Permintaan merupakan keinginan akan produk tertentu yang didukung oleh kemampuan serta memuaskan keinginan dan kebutuhan hidup pembeli.⁸⁰ Tetapi permintaan dalam Islam tidak boleh berlebihan, permintaan harus dibangun atas dasar

⁷⁹ Hijri Juliansyah, Saraturrahmi, *Pengaruh Modal dan Permintaan Terhadap Pendapatan Pedagang Ikan Tongkol Lisong Dikota Lhokseumawe*, Jurnal Ekonomi, FEB, Universitas Malikussaleh, Vol 01 No 1, 2018.

⁸⁰ Perdana, B.N, M. Handayani, K. Budi Raharjo, *Hubungan Faktor Sosial Ekonomi...* hal 112.

kebutuhan akan *mashlahah*, baik *mashlahah* yang diterima di dunia maupun di akhirat.

Islam menganjurkan kepada seorang muslim agar senantiasa memakan barang yang halal dan baik. Dalam Islam kita tidak boleh berlebih-lebihan walaupun memiliki uang yang banyak, justru seorang muslim diharuskan mengutamakan kebaikan (*maslahah*). Islam juga tidak menganjurkan permintaan suatu barang dengan tujuan ria' atau sombong. Permintaan dalam Islam menilai suatu komoditas tidak semuanya bisa dikonsumsi maupun digunakan, masih perlu dibedakan antara yang halal dan yang haram. Allah telah berfirman yang artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezeqikan kepadamu, dan bertaqwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadanya.*"(QS. Al-Maidah ayat 87-88).⁸¹

Sehingga dalam teori permintaan Islam membahas permintaan barang halal, barang haram, dan hubungan antara keduanya. Sedangkan dalam permintaan konvensional, semua

⁸¹ Abdurrohman Kasdi, *Permintaan dan Penawaran Dalam Pengaruh Pasar (Studi Kasus di Pasar Bintoro Demak)*, Jurnal Bisnis, STAIN Kudus, Vol 4 No 2 tahun 2016.

komoditi dinilai sama, bisa dikonsumsi atau digunakan. Permintaan dalam Islam bertujuan mendapatkan kesejahteraan atau kemenangan dunia juga akhirat, dan akhirat (*falah*) sebagai turunan dari keyakinan bahwa ada kehidupan akhirat setelah meninggalkan dunia, sehingga anggaran yang ada harus disisihkan sebagai bekal untuk kehidupan akhirat.⁸²

2.6 Tinjauan Pustaka

Jurnal Khasan Setiaji dan Ana Listia Fatuniah (2018), “Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi”. Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa: a). terdapat pengaruh positif dan signifikan modal, lama usaha dan lokasi usaha secara simultan terhadap pendapatan pedagang, b). Terdapat pengaruh positif dan signifikan modal terhadap pendapatan pedagang pasar yaitu hasil uji F hitung sebesar 74,922 lebih besar dari F tabel 2,71 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Selain itu berdasarkan hasil uji koefisien determinasi parsial (r^2) besarnya variabel modal sebesar 27,9%, lama usaha sebesar 13,0% dan Lokasi usaha sebesar 19,8%. Maka dari ketiga variabel tersebut, diketahui bahwa variabel modal memberikan pengaruh paling besar terhadap pendapatan dan variabel lama usaha memberikan pengaruh paling kecil terhadap pendapatan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah metode penelitian yang digunakan.

⁸² Abdurrohman Kasdi, *Permintaan dan Penawaran Dalam Pengaruh Pasar...*

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu berorientasi pada pedagang Pasar Johar sedangkan penelitian ini berorientasi pada pedagang Pasar Winong. Selain itu variabel bebas yang diteliti dalam penelitian terdahulu yaitu Modal, Lama Usaha dan Lokasi Usaha, sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Modal, Lokasi dan Permintaan di Hari Raya Idul Fitri.

Jurnal Nur Isni Atun (2016), “Pengaruh Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman”. Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel modal, lokasi, dan jenis dagangan terhadap variabel pendapatan pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. Besarnya pengaruh dapat dilihat melalui hasil F hitung sebesar 496,810 dengan signifikansi 0,000 hal tersebut menunjukkan semakin tinggi nilai modal, lokasi dan jenis dagangan semakin tinggi juga pendapatan yang akan diperoleh. Selain itu, nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0,942 yang berarti variabel-variabel bebas dapat menjelaskan variasi-variasi terikat sebesar 94,20% sedangkan sisanya 5,80% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel modal dan lokasi. Sedangkan yang membedakan penelitian ini merupakan variabel jenis dagangan tidak diteliti dan tambahan satu variabel bebas yaitu permintaan, selain itu penelitian terdahulu berorientasi pada pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Bantul

sedangkan penelitian ini berorientasi pada pedagang Pasar Rakyat Winong.

Jurnal Hijri Juliansyah, Saraturrahmi (2018), “Pengaruh Modal dan Permintaan Terhadap Pendapatan Pedagang Ikan Tongkol Lisong Dikota Lhokseumawe”. Dari penelitian tersebut diketahui hasilnya sebagai berikut: secara parsial (uji t) variabel modal berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang ikan tongkol lisong di Kota Lhokseumawe, dan variabel permintaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang ikan tongkol lisong di Kota Lhokseumawe. Secara simultan uji F variabel modal dan permintaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang ikan tongkol lisong di Kota Lhokseumawe. Sedangkan nilai R^2 sebesar 0.8125245, nilai tersebut merupakan proporsi semua variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat pendapatan yaitu sebesar 81.5245 %. Sedangkan sisanya adalah 0.184755 atau 18.4755% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama terdapat variabel modal dan permintaan. Perbedaanya penelitian ini menambahkan variabel bebas yaitu lokasi, dan perbedaan lainnya yaitu penelitian terdahulu berorientasi pada pedagang ikan tongkol lisong di Kota Lhokseumawe, sedangkan penelitian ini berorientasi pada pedagang Pasar Rakyat Winong.

Penelitian Zulfa Nur Afifi (2017), “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Induk Wonosobo Setelah Relokasi Sementara Pasca Kebakaran Tahun 2014”. Di dalam penelitian ini variabel Modal, Tingkat Pendidikan dan Permintaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang, uji secara parsial variabel permintaan di Hari Raya mempengaruhi terhadap pendapatan pedagang yaitu didasarkan pada t hitung sebesar $2,732 \geq t$ tabel $1,987$ dan nilai probabilitas signifikan sebesar $0,008$. Sedangkan variabel Lokasi usaha dan Jam Kerja tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan uji secara simultan variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu pendapatan pedagang. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini berorientasi kepada pedagang Pasar Rakyat Winong, sedangkan penelitian terdahulu perorientasi pada pedagang Pasar Induk Wonosobo setelah relokasi. Variabel independen pada penelitian ini yaitu Modal (X1), Lokasi (X2), dan Permintaan (X3).

Jurnal Rusmusi, Afrah Nabila Maghfira (2018), “Pengaruh Modal, Jam Kerja, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ikan Hias Mina Restu Purwakarta Utara”, dalam penelitian ini variabel modal usaha, jam kerja, dan lama usaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan. Variabel modal memiliki pengaruh dominan terhadap pendapatan pedagang ikan hias di Pasar Ikan Hias Mina Restu. Persamaan penelitian ini

terletak pada variabel modal dan permintaan. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini pada variabel lama usaha dengan lokasi usaha. Selain itu penelitian terdahulu berorientasi pada pedagang di Pasar Ikan Hias Mina Restu Purwakarta Utara, sedangkan penelitian ini berorientasi pada pedagang Pasar Winong Pati.

Jurnal Husaini, Ayu Fadhlani (2017), Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan”. Berdasarkan uji parsial variabel modal kerja berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, dapat dilihat dari t hitung $(103,385) \geq t$ tabel $(1,671)$. Uji parsial terhadap variabel lokasi usaha juga berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, yaitu berdasarkan t hitung $(2,750) \geq t$ tabel $(1,671)$. Sedangkan variabel lama usaha dan jam kerja tidak berpengaruh terhadap perolehan pendapatan pedagang pasar tersebut. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama menggunakan variabel bebas modal kerja dan lokasi usaha, sedangkan perbedaannya penelitian ini tidak menggunakan variabel lama usaha dan jam kerja tetapi menambahkan satu variabel bebas lain yaitu permintaan. Penelitian terdahulu juga berorientasi kepada pedagang monza di Pasar Simalingkar Medan, sedangkan penelitian ini berorientasi kepada pedagang Pasar Winong.

2.7 Kerangka Pemikiran Teoritik

Modal merupakan faktor penting dalam kegiatan usaha. Modal diperlukan untuk penopang sebuah usaha agar dapat berdiri

kuat dan berkembang. Beberapa modal usaha diperlukan dalam usaha antara lain pengetahuan, modal barang, dan modal uang. Namun, beberapa pelaku usaha kesulitan untuk mendapatkan modal uang. Modal uang dapat di peroleh dari modal sendiri yairu modal dari investasi sendiri dan modal pinjaman yaitu modal yang berasal dari pihak lain. Modal yang besar memungkinkan bertambah banyaknya jumlah produk yang akan dihasilkan dan keberagaman produk yang akan dijual. Dengan begitu pengusaha akan memperoleh pendapatan yang besar. Hasil penelitian yang dilakukan Khasan Setia Aji dan Ana Listia Fatuniah (2018), terhadap pedagang pasar menunjukkan bahwa variabel modal usaha berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang.

Lokasi usaha juga merupakan faktor penting dalam sebuah usaha. Ketepatan dalam memilih lokasi usaha akan menentukan jumlah konsumen yang berpotensi membeli produk. Lokasi usaha yang setrategis akan mempermudah calon pembeli menemukan dan melihat produk yang kita dijual, sehingga dengan bertambah banyaknya konsumen akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah penjualan dan pada akhirnya perolehan pendapatan akan lebih besar. Hasil penelitian Nur Isni Atun (2016), terhadap pedagang pasar menunjukkan bahwa variabel Lokasi usaha berpengaruh terhadap perolehan pendapatan pedagang pasar tersebut.

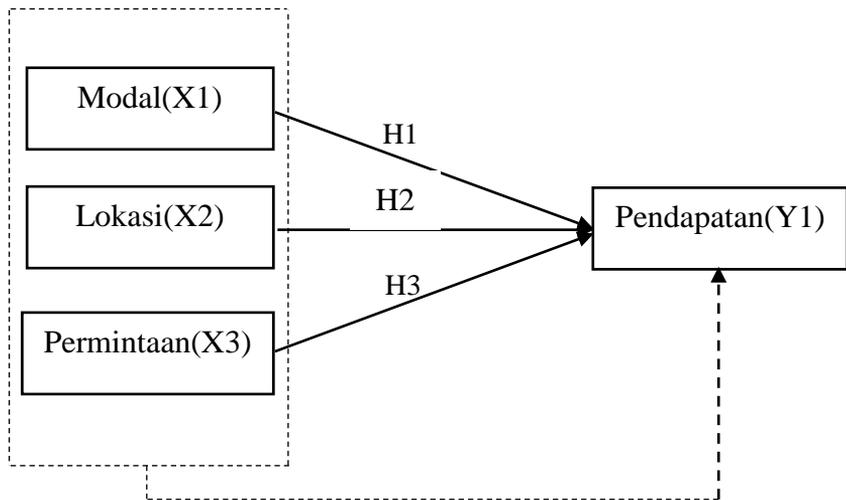
Selain faktor modal dan lokasi usaha, permintaan juga menjadi faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang. Sebab

pengusaha memanfaatkan bertambah banyaknya permintaan produk pada momen perayaan hari besar keagamaan seperti momen Hari Raya Idul Fitri untuk meraup pendapatan yang lebih besar. Momen perayaan Hari Raya Idul Fitri bagi umat Islam merupakan momen yang sangat skral, umat Islam akan merayakannya dengan berbagai cara. Dalam perayaan tersebut Umat Islam akan berbelanja berbagai macam kebutuhan antara lain belanja perabotan rumah, belanja pakaian, belanja makanan, dan lain sebagainya. Hal tersebut tentu membuat kurva pembelian barang akan meningkat, sehingga dapat dimanfaatkan pengusaha untuk menambah stok barang dan dijualnya kembali pada saat perayaan Hari Raya Idul Fitri tersebut. Dengan banyaknya potensi pembeli maka peluang peningkatan penjualan barang akan meningkat sehingga akan berpengaruh pada peningkatan pendapatan. Hasil penelitian yang dilakukan Zulfa Nur Afifi (2017), terhadap pedagang pasar menunjukkan bukti bahwa permintaan pada hari raya berpengaruh besar terhadap perolehan pendapatan pedagang. Serta penelitian yang dilakukan Hijri Juliansyah, Saraturrahi (2018), terhadap pedagang ikan tongkol lesong menunjukkan bukti bahwa permintaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang.

Berdasarkan penelitian penelitian terdahulu diketahui bahwa hal-hal yang mempengaruhi pendapatan pedagang yaitu modal, lokasi, jam kerja, lama usaha, tenaga kerja dan permintaan. Dalam penelitian ini mengungkapkan beberapa variabel yaitu: modal, lokasi, jam kerja, dan permintaan di hari raya idhul fitri pedagang di Pasar

Rakyat Winong untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pendapatan yang diterima mereka. Untuk mempermudah penelitian maka peneliti membuat sebuah kerangka berfikir sitematis sebagai berikut:

Gambar: 2.1
Kerangka Konseptual



2.8 Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka teori hipotesis penelitian ini adalah:

H₁ : Modal berdagang berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

H₂ : Lokasi berdagang berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

H_3 : Permintaan di hari raya idul fitri berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

H_4 : Modal, Lokasi, dan Permintaan di hari raya idul fitri bersama-sama secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁸²

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik atau angka. Pada dasarnya, pendekatan ini menggunakan angka-angka, seperti presentasi tingkat pengangguran, kemiskinan, data rasio keuangan, dan lain sebagainya. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2017, Hal 8.

dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.⁸³

3.1.2. Sumber Data

Data adalah segala informasi yang digunakan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Data yang buruk akan memberikan hasil yang buruk pula atau dikenal dengan istilah “*garbage in garbage out*”. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:⁸⁴

a. Data Primer

Data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut secara kusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti. Data diperoleh secara langsung dengan cara menyebar angket kepada pedagang Pasar Rakyat Winong yang pada penelitian ini sebagai objek penelitian.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah

⁸³ Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi (Edisi Pertama)*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015. Hal 109.

⁸⁴ Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif.....*hal 171 dan 186.

dalam bentuk publikasi. Data dalam penelitian ini diperoleh dari data publikasi dinas terkait berupa katalog-katalog, data statistik dan lain sebagainya.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi merupakan seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.⁸⁵ Sementara Sugiyono (2007:90) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian.⁸⁶ populasi dalam penelitian ini sebanyak 872, jumlah tersebut sesuai dengan jumlah pedagang yang berjualan di Pasar Rakyat Winong.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.⁸⁷ Sampel disini merupakan sebagian

⁸⁵ Anwar Sanusi, *Metodelogi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta Selatan, 2011. Hal 87.

⁸⁶ Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif.....*hal 190.

⁸⁷ Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif.....*hal 192.

kecil dari populasi yang digunakan peneliti sebagai obyek penelitian. Penelitian ini mengambil sampel dari jumlah banyaknya pedagang di Pasar Rakyat Winong.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Oleh sebab itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁸⁸

Pengambilan sampel menggunakan Teknik Nonprobability Sampling dengan metode sampling insidental, dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁸⁹

Untuk menghitung batas minimum pengambilan sampel dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

81. ⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,... Hal

85. ⁸⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,... Hal

N : Ukuran Populasi (Jumlah seluruh populasi Pasar Rakyat Winong)

e : Presentase ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diujikan, untuk penelitian ini digunakan 10%.

Maka perhitungan sampe penelitian dengan menggunakan rumus tersebut adalah;

$$n = \frac{872}{1 + 872(0.1)^2}$$

$$n = \frac{872}{1 + 8,72}$$

$$n = \frac{872}{9,72}$$

$$n = 89,71$$

Dari perhitungan sampel tersebut, maka dapat diketahui ukuran sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah 89,71 atau dibulatkan menjadi 90 pedagang Pasar Rakyat Winong.

Berikut merupakan penentuan jumlah sampel yang akan diambil yaitu sebagai berikut:

Tabel: 3.1
Penarikan Sampel Penelitian

No.	Jenis Dagangan	Populasi	Penarikan Sampel	
			%	Sampel
1.	Lain-lain	43	$(43/872) \times 100\% = 5,5\%$	$5,5\% \times 90 = 5$
2.	Jajan	87	$(87/872) \times 100\% = 10\%$	$10\% \times 90 = 9$
3.	Jam/Aksesoris	22	$(22/872) \times 100\% = 2,5\%$	$2,5\% \times 90 = 2$
4.	Kelontong/Grb	78	$(78/872) \times 100\% = 9\%$	$9\% \times 90 = 8$
5.	Konfeksi	207	$(207/872) \times 100\% = 24\%$	$24\% \times 90 = 22$
6.	Ikan/Daging	61	$(61/872) \times 100\% = 7\%$	$7\% \times 90 = 6$
7.	Emas	31	$(31/872) \times 100\% = 3,5\%$	$3,5\% \times 90 = 3$
8.	Sayur	55	$(55/872) \times 100\% = 6\%$	$6\% \times 90 = 5$
9.	Buah	61	$(61/872) \times 100\% = 7\%$	$7\% \times 90 = 6$
10.	Makanan/Minuman	64	$(64/872) \times 100\% = 7,5\%$	$7,5\% \times 90 = 7$
11.	Sembako	159	$(159/872) \times 100\% = 18\%$	$18\% \times 90 = 17$
Jumlah		872	100%	90

Sumber: Data Diolah tahun 2019.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Pada penelitian kuantitatif dikenal beberapa metode , antara lain metode angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi.⁹⁰

a. Metode Angket atau Kuesioner

Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim

⁹⁰ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya)*, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta, 2005, hal 133.

untuk diisi oleh responden. Bentuk umum sebuah angket terdiri dari bagian pendahuluan berisikan petunjuk pengisian angket, bagian identitas, berisikan identitas responden seperti: nama, alamat, umur, pekerjaan, jenis kelamin, status pribadi dan sebagainya, kemudian baru memasuki bagian isi angket.⁹¹

Pertanyaan dalam angket diperoleh dari masing-masing indikator, baik indikator variabel independen maupun dependen. Kuesioner tersebut diberikan lasung kepada responden agar lebih efektif dan untuk mempermudah dalam memberikan penjelasan yang terkait dengan pengisian kuesioner tersebut.

Guna menetapkan angket/kuesioner memerlukan pengukuran menggunakan sebuah skala. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁹² Penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup. Skala yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini adalah skala Likert. Kuesionernya berbentuk pilihan untuk memudahkan bagi responden dalam memberikan jawaban,

⁹¹ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif...* Hal 133.

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...* Hal

karena alternatif jawaban telah disediakan dan dalam menjawab pertanyaan tersebut hanya membutuhkan waktu yang relatif singkat. Kuesioner ini berbentuk pilihan ganda, dimana setiap item soal disediakan empat jawaban dengan skor masing-masing yaitu sebagai berikut:

1. Untuk jawaban “A” diberikan skor 4
2. Untuk jawaban “B” diberikan skor 3
3. Untuk jawaban “C” diberikan skor 2
4. Untuk jawaban “D” diberikan skor 1

Bentuk kuesioner dengan pola tersebut sebelumnya sudah pernah dipakai oleh Samsul Ma’arif untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang pada tahun 2013.

b. Wawancara

Menurut Bungin(2013) metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai. Dalam penelitian ini pihak yang sebagai narasumber yaitu pedagang Pasar Rakyat Winong. peneliti mengajukan pertanyaan kepada pedagang ataupun pengelola pasar dengan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya.

c. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.⁹³ Dalam penelitian ini observasi dilakukan pada Modal, Lokasi dan Permintaan di Hari Raya Idul Fitri terhadap pengaruhnya pada pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Sugiyono mendefinisikan variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁹⁴

Dalam penelitian ini variabel dibagi dua yaitu: Variabel bebas (Independen) dan variabel terikat (Dependen).

- a. Variabel bebas (Independen) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), variabel independen dalam penelitian ini yaitu: Modal(X1), Lokasi Usaha(X2), dan Permintaan di hari raya idhul fitri (X3).

⁹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,... Hal 145.

⁹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,... Hal 39.

- b. Variabel terikat (Dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, vafiabel depeden penelitian ini yaitu: Pendapatan pedagang(Y1).

Tabel: 3.2

Devinisi Operasional Variabel

No	Variabel	Devinisi Operasional	Indikator	Skala Penelitian
1	Modal (X1)	-Jumlah modal kerja yang digunakan untuk usaha. -Sumber modal yang di gunakan untuk usaha.	- Jumlah modal usaha. -Modal sendiri -Modal pinjaman. (Swasta, Basu dan Irawan, 2008)	Skala Likert
2	Lokasi (X2)	- Lokasi/tempat berjualan pedagang di Pasar Rakyat Winong	-Strategis atau tidaknya lokasi tempat berjualan pedagang di Pasar Rakyat Winong. -	Skala Likert

			<p>Keterjangkauan lokasi berdagang.</p> <p>-Fasilitas umum.</p> <p>-Lahan parkir.</p> <p>(Andy Tjiptono, 2002)</p>	
4	Permintaan (X3)	Permintaan pada hari-hari menjelang idhul fitri atau pada momen perayaan hari raya idhul fitri.	<p>-Peningkatan penjualan produk.</p> <p>-Peningkatan jumlah pembeli.</p> <p>-Penambahan stok barang.</p> <p>(Komang dan Heny, 2018), dan (Hijri Juliansah dan Saraturrahmi, 2018).</p>	Skala Likert
5	Pendapatan (Y1)	Seluruh pendapatan	-Keuntungan atau laba yang	Skala Likert

		berupa uang yang diterima pedagang setiap harinya.	diperoleh pedagang pasar -Target pendapatan pedagang pasar. (Putri dan Bagiyo, 2013)	
--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah 2019.

3.5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Regresi linier berganda yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas.⁹⁵ Data yang digunakan adalah data kuantitatif atau data numerik. Teknik analisis tersebut digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel terikat berupa pendapatan pedagang pasar dan beberapa variabel bebas yaitu: modal usaha, lokasi usaha, dan permintaan pada hari raya idhul fitri di Pasar Rakyat Winong. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

3.5.1. Metode Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek

⁹⁵ Anwar Sanusi, *Metodelogi Penelitian Bisnis*,... Hal 134.

yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.⁹⁶ Statistik deskriptif yaitu metode statistik yang berusaha menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik data, seperti berapa rata-ratanya, seberapa jauh data-data bervariasi, dan lain sebagainya.⁹⁷

3.5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Variabel dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Variabel dikatakan tidak valid jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$.⁹⁸

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika

⁹⁶ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2014, hal 29.

⁹⁷ Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013. Hal 200.

⁹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Dengan Program IBM SPSS 20*, UNDIP, Semarang, 2012. Hal 52.

jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (label) jika *cronbach's alpha* $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* $< 0,60$.⁹⁹

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji data yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut guna menjawab hipotesis penelitian.¹⁰⁰ oleh sebab itu untuk memenuhi persyaratan tersebut harus dilakukan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedestisitas.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal, karena data yang baik adalah data yang mempunyai distribusi yang normal. Uji distribusi normal merupakan syarat untuk semua uji statistik. Uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah uji *Kolmogorov Smirnov*. Apabila nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi

⁹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis...* Hal 47-48.

¹⁰⁰ Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2016, Hal 92.

tidak normal.¹⁰¹ Uji normalitas juga dapat diketahui dengan melihat diagram P-P Plot, jika sebaran titik residual mengikuti garis diagonal maka data tersebut berdistribusi normal.

3.5.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan syarat untuk semua uji hipotesis kausalitas (regresi). Multikolinieritas dapat dideteksi dengan menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel bebas. Menguji adanya multikolinieritas adalah dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas, yaitu dengan melihat VIF, apabila VIF suatu model kurang dari 10, maka model tersebut dinyatakan bebas dari kasus multikolinieritas.¹⁰²

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedestisitas artinya varians variabel dalam model tidak sama. Kosekuensi heteroskedestisitas dalam model regresi menurut Karim dan Hadi (2007) adalah penaksir (estimator) yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun dalam sampel besar. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat adanya kasus heteroskedestisitas adalah dengan memperhatikan *plot* dari sebaran residual (*ZRESID) dan variabel yang diprediksi

¹⁰¹ Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial...* Hal 93.

¹⁰² Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial...* Hal 102-103.

(*ZPRED). Jika sebaran titik dalam *plot* tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedestisitas.¹⁰³

3.5.4. Analisis Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan salah satu cara dalam statistika untuk menguji “parameter” populasi berdasarkan statistika sampelnya untuk dapat ditolak atau tak ditolak pada tingkat signifikansi tertentu. Pengujian hipotesis adalah membuat kesimpulan sementara untuk melakukan penyanggahan dan/atau pembenaran dari permasalahan yang akan ditelaah baik pada ukuran baik pada ukuran sampel besar maupun kecil. hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai nilai suatu parameter populasi yang dimaksudkan untuk menguji atau menyimpulkan sementara yang harus diuji kebenarannya yang berguna untuk pengambilan keputusan. Pengujian hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti sampel yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karenanya tidak ditolak, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh karena itu harus ditolak.¹⁰⁴

3.5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menjelaskan suatu variabel respons (variabel terikat/independen) menggunakan lebih dari satu variabel

¹⁰³ Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial...* Hal 103.

¹⁰⁴ Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial...* Hal 107.

input (variabel bebas, independen variabel/eksogen).
 Persamaan regresi ganda dinotasikan sebagai berikut:¹⁰⁵

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = variabel respons,

X₁ = Modal Usaha

X₂ = Lokasi Usaha

X₃ = Jam Kerja

X₄ = Permintaan di hari raya idhul fitri

a = Konstanta

b = Parameter regresi

e = *error disturbances*

3.5.4.2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui kemaknaan koefisien parsial. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka kita menerima hipotesis alternatif.¹⁰⁶ Itu berarti, uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan atau tidak, dengan menganggap variabel lain konstanta. Jika nilai sig. ≤ 0,05 maka Ho ditolak, Artinya variabel bebas berpengaruh

¹⁰⁵ Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*.. Hal 318.

¹⁰⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, UNDIP, Semarang, 2009. Hal 88.

signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan jika nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima, artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan formasi Hipotesis Nihil (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_1)

$H_0 : \beta_1 = 0$, berarti variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

$H_1 : \beta_1 > 0$, berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. *Level of significant* ($\alpha = 0,05$) sampel $n =$ jumlah sampel.

3. Menentukan kriteria pengujian

H_1 ditolak apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

H_0 ditolak apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

4. Kesimpulan

Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh positif.

Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh.

3.5.4.3. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksud dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel

terikat.¹⁰⁷ Uji F merupakan pengujian signifikan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3), yaitu modal, lokasi, dan permintaan pada hari raya Idul Fitri secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) yaitu pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

- a. Perumusan Hipotesis Nihil (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_1).
 1. $H_0 = \beta_1 = 0$, tidak ada pengaruh yang positif dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat Y .
 2. $H_1 \neq \beta_1 = 0$, ada pengaruh yang positif dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel Y .
- b. Kesimpulan yang diambil dalam pengujian ini dengan menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05).
 1. Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel terikat.
 2. Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama

¹⁰⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...* Hal 88.

tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel terikat.

Uji F juga dapat dilihat membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat, sebaliknya jika F hitung lebih kecil dari F tabel maka variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.5.4.4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dengan sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen.¹⁰⁸

Koefisien determinasi keseluruhan (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan oleh variabel modal, lokasi, permintaan dihari raya idul fitri untuk pedagang Pasar Rakyat Winong Kabupaten Pati. Selain

¹⁰⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...* Hal 87.

melakukan uji F dan uji t, perlu juga dicari koefisien determinasi (R^2), digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh variabel independen yaitu modal, lokasi dan permintaan di hari raya idul fitri terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Letak Geografis Kabupaten Pati

Pusat pemerintahan Kabupaten Pati adalah Kota Pati atau Kecamatan Pati Kota. Secara administratif tercatat Kabupaten Pati dibagi menjadi 21 Kecamatan, 5 Kelurahan, dan 401 Desa. Tahun 2017, jumlah penduduk Kabupaten Pati mencapai 1.283.790 jiwa dengan luas wilayah 1.489,19 Km² dan sebaran penduduknya 862 jiwa/Km².

Secara geografis Kabupaten Pati terletak antara 6°25' sampai dengan 7°00' lintang selatan dan antara 100°50' sampai dengan 111°15' bujur timur. Berdasarkan posisi geografisnya tersebut Kabupaten Pati memiliki batas-batas; sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Jepara dan berbatasan langsung dengan laut Jawa, disisi selatan berbatasan dengan Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Blora, disisi sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kudus dan Kabupaten Jepara, dan disisi sebelah timur berbatasan dengan kabupaten Rembang dan laut Jawa.

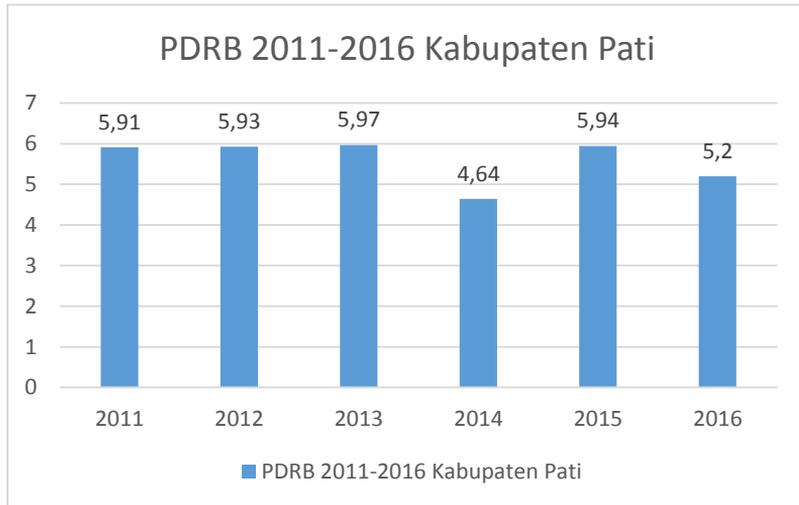
Berdasarkan hasil EPT tahun 2002, luas wilayah kabupaten pati adalah 150.368 Ha yang terbagi atas luas area persawahan seluas 59.332 Ha, lahan bukan sawah seluas 66.086

Ha dan luas lahan bukan pertanian seluas 24.950 Ha. Wilayah Kabupaten Pati terletak pada ketinggian 0-1.000 m diatas permukaan air laut, terbagi atas relief daratan yaitu: lereng gunung muria yang membentang sebelah barat bagian utara Laut Jawa dan termasuk dalam wilayah Kecamatan Gembong, Kecamatan Tlogowungu, Kecamatan Gunungwungkal dan Kecamatan Cluwak. Dataran rendah membujur ditengah sampai utara Laut Jawa, yang termasuk dalam wilayah Kecamatan Dukuhseti, Tayu, Margoyoso, Wedarijaksa, Juwana, Winong, Gabus, Kayen bagian utara, dan Tambakromo bagian utara. Pegunungan kapur yang membujur di sebelah selatan meliputi sebagian kecil wilayah Sukolilo, Kayen, Tambakromo, Winong dan Pucakwangi.

4.1.2 Pertumbuhan PDRB Kabupaten Pati

Perkembangan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga konstan 2010 menurut lapangan usaha Kabupaten Pati tahun 2011-2016 dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel: 4.1
Pertumbuhan PDRB Kabupaten Pati 2011-2016



Sumber: BPS Kabupaten Pati 2017

Dalam tabel tersebut menjelaskan laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto di Kabupaten Pati, dalam grafik tersebut terlihat bahwa pertumbuhan ekonomi Kabupaten Pati cenderung fluktuatif, pencapaian tertinggi pada tahun 2012-2013 ekonomi Kabupaten Pati mengalami pertumbuhan mencapai 5,97%, sedangkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Pati mengalami titik terendah pada tahun 2013-2014 yang hanya mencatatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 4,64%, tapi secara keseluruhan dari 2011-2016 pertumbuhan ekonomi Kabupaten Pati rata-rata mencapai 5%.

Tabel: 4.2
Distribusi PDRB Kabupaten Pati Atas Dasar Harga Berlaku
Menurut Lapangan Usaha, 2014-2016 (Persen)

	Lapangan Usaha	2014	2015	2016
A	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	26,26	27,08	26,68
B	Pertambangan dan Penggalian	1,90	1,93	1,93
C	Industri Pengolahan /	27,62	27,00	27,04
D	Pengadaan Listrik dan Gas	0,09	0,09	0,09
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,06	0,05	0,05
F	Konstruksi	7,57	7,57	7,53
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	14,16	13,88	13,86
H	Transportasi dan Pergudangan /	2,69	2,76	2,75
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	3,39	3,38	3,55
J	Informasi dan Komunikasi	1,97	1,96	2,00
K	Jasa Keuangan dan Asuransi /	2,42	2,43	2,48
L	Real Estate	1,00	1,01	1,04
M,N	Jasa Perusahaan	0,21	0,21	0,22
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	3,59	3,56	3,53
P	Jasa Pendidikan	4,30	4,38	4,45
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	0,95	0,95	0,97
R,S,T,U	Jasa lainnya	1,83	1,76	1,81
	Produk Domestik Regional Bruto	100	100	100

Sumber: BPS Kabupaten Pati 2017.

Tabel tersebut menjelaskan Distribusi Produk Domestik Regional Bruto menurut lapangan usaha Kabupaten Pati 2014-2016. Dalam tabel tersebut terlihat yang mampu memberikan sumbangan terbesar terhadap PDRB Kabupaten Pati adalah sektor industri pengolahan yaitu kisaran 27%. Sektor pertanian, kehutanan dan perikanan berada diposisi kedua sumbangan

terhadap PDRB Kabupaten Pati berada dikisaran 26%. Dari sektor perdagangan besar dan eceran berada pada peringkat tiga sumbangan terhadap PDRB Kabupaten Pati sebesar 14,16% pada tahun 2014 dan mengalami penurunan beruntun 2015 berada di angka 13,88% dan 2016 berada diangka 13,86%. Dengan melihat data tersebut, sektor perdagangan masuk dalam tiga besar yang mendominasi pertumbuhan ekonomi yang paling besar di Kabupaten Pati. Sehingga dengan adanya laju perekonomian di sektor perdagangan di Kabupaten Pati dari tahun 2014-2016 dapat mendukung penelitian yang akan peneliti lakukan.

4.1.3 Perekonomian Kabupaten Pati

Pasar merupakan salah satu pilihan utama masyarakat untuk mendapatkan kebutuhan sehari-hari. Hal itu juga dirasakan masyarakat di Kabupaten Pati, yang sesuai dengan kondisi sosial ekonomi masyarakatnya. Menurut data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Pati menunjukkan bahwa di Kabupaten Pati pada tahun 2017 terdapat 3 toko grosir tradisional, 4 toko grosir modern, 14 pasar daerah/umum, 7 pasar hewan, 1 pasar burung dan 1 pusat jajanan khas Pati. Dari jumlah tersebut tidak semua kecamatan di Kabupaten Pati terdapat Pasar Umum. Di kawasan Pati pasar umum terbesar adalah Pasar Winong dan satu pasar hewan yaitu Pasar Hewan Winong, kedua pasar tersebut terdapat di Kecamatan Winong.

Kecamatan Winong merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Pati yang berada di bagian Selatan. Kecamatan Winong terletak 16 Km arah selatan dari Ibukota Kabupaten Pati. Batas wilayah Kecamatan Winong yaitu sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Jakenan, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Pucakwangi, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Tambakromo dan Kabupaten Grobogan, dan sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Gabus. Luas wilayah Kecamatan Winong adalah 9993,9 Ha, terdiri dari lahan sawah seluas 4220,49 Ha dan lahan bukan sawah seluas 5773,42 Ha. Jumlah penduduk pada akhir tahun 2017 sebanyak 50.090 jiwa, yang terdiri dari 22.056 jiwa laki-laki dan 28.034 jiwa perempuan. Mata pencaharian penduduk Kecamatan Winong beragam tetapi mayoritas di sektor pertanian dan perkebunan. Hasil Pertanian dan perkebunan tersebut kemudian dijual di pasar dan warung-warung setempat. Berikut ini adalah sarana perekonomian yang ada di Kecamatan Winong.

Tabel: 4.3
Banyaknya Sarana Perekonomian Tiap Desa
di Kecamatan Winong tahun 2017.

No	Desa	Pasar Umum	Pasar Hewan	Kios/ Toko/ Warung
1	Pohgading	-	-	8
2	Gunungpanti	1	-	31
3	Godo	-	-	24
4	Kropak	-	-	12

5	Karangsumber	-	-	11
6	Guyangan	-	-	11
7	Sugihan	-	-	6
8	Kebolampang	-	-	8
9	Tlogorejo	-	-	6
10	Pagendisan	-	-	11
11	Pekalongan	-	-	36
12	Danyangmulyo	-	-	12
13	Kudur	-	-	7
14	Padangan	-	-	8
15	Blingijati	-	-	8
16	Mintorahayu	-	-	8
17	Kebolampang	-	-	7
18	Winong	1	-	22
19	Klecoregonang	-	-	11
20	Bumiharjo	-	1	23
21	Tawangrejo	-	-	24
22	Bringinwareng	-	-	9
23	Sumbermulyo	-	-	27
24	Degan	-	-	16
25	Serutsadang	-	-	12
26	Pulorejo	-	-	11
27	Karangkonang	-	-	7
28	Tenggel	-	-	9
29	Wirun	-	-	9
30	Sarimulyo	-	-	14
	Jumlah	2	1	419

Sumber: BPS Kabupaten Pati 2017.

4.2 Gambaran Umum Pasar Rakyat Winong.

4.2.1 Pasar Rakyat Winong

Pasar Rakyat Wonong didirikan pada tahun 1945 oleh pemerintah daerah tingkat II Kabupaten Pati. Terletak pada Desa Winong Jl. Raya Pati – Pucakwangi, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati, Provinsi Jawa Tengah, sebelah Utara berbatasan dengan Jl. Raya Pati – Pucakwangi, sebelah Selatan berbatasan dengan pemukiman penduduk, sebelah Timur berbatasan dengan pemukiman penduduk dan sebelah barat berbatasan dengan jalan Desa Pecangaan. Pada koordinat $006^{\circ} 48' 26''$ Lintang Selatan - $111^{\circ} 05' 45''$ Bujur Timur. Dengan luas lahan 9.788 M^2 , yang terdiri dari luas Halaman $1.938,72 \text{ M}^2$ dan Luas Bangunan $7.849,28 \text{ M}^2$, status kepemilikan tanah milik Pemerintah Kabupaten Pati. Status pasar merupakan Pasar Daerah dan tergolong Kelas 1 B. Struktur bangunan Pasar Rakyat Winong yaitu struktur bangunan permanen berjumlah 40% sampai dengan 60%. Dengan waktu operasi kurang dari 10 Jam. Berikut Jumlah pedagang yang berdagang di Pasar Rakyat Winong:

Tabel: 4.4

Jenis dagangan dan Jumlah Pedagang Pasar Rakyat Winong

No.	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1.	Lain-lain	43
2.	Jajan	87

3.	Jam/Aks	22
4.	Kelontong/Grb	78
5.	Konfeksi	207
6.	Ikan/Daging	61
7.	Emas	31
8.	Sayur	55
9.	Buah	61
10.	Makanan/Minuman	64
11.	Sembako	159
Jumlah		873

Sumber: Dinas Pasar Kabupaten Pati.

Jumlah pedagang tersebut menempati kios sebanyak 13 pedagang, kios swadaya 30 pedagang, los 633 pedagang, dan pedagang lesehan sebanyak 204 pedagang. Para pedagang tersebut berasal dari Kecamatan Gabus, Juwana, Pucakwangi, dan Winong. Komoditas dagangan di Pasar Rakyat Winong beragam, seperti sembako, kelontong, emas, sayur, makanan, buah-buahan berasal dari Kecamatan Winong, sedangkan komoditas konveksi berasal dari Kudus, serta komoditas ikan yang berasal dari Juwana.

Para pedagang Pasar Rakyat Winong setiap harinya harus membayar pajak retribusi pasar. Pasar Rakyat Winong tergolong dalam pasar kelas 1 B sehingga menurut Perda No. 13 Tahun 2011 Tentang Retribusi Pasar, pedagang berkewajiban membayar

retribusi yaitu: untuk los non daging pajak retribusi sebesar Rp. 300 per hari, los daging sebesar Rp. 400 per hari. Pajak retribusi kios sebesar Rp. 400 per hari dan untuk pedagang yang berjualan di pelataran dikenakan retribusi sebesar Rp. 200 per harinya. Menurut keputusan Bupati Pati No. 27 Tahun 2002, pedagang juga berkewajiban membayar retribusi pelayanan sampah yaitu untuk kios sebesar Rp. 150 per hari, Los sebesar Rp. 100 per hari dan Plataran sebesar Rp 75 per harinya. Fasilitas yang dimiliki Pasar Rakyat Winong yaitu berupa kantor pasar, lahan parkir, MCK, serta tempat sampah.

4.2.2 Struktur Organisasi Pasar Rakyat Winong

Tabel: 4.5

Daftar Kepala Pasar dan Staf Petugas Pasar

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	SUJO	Kepala Pasar	PNS
2.	BUDI HARTONO	Staf	PNS
3.	ALI YUHDI	Staf	PNS
4.	SUSANTO	Staf	PNS
5.	SUDARSONO	Staf	PNS
6.	SUBI	Staf	PNS

Sumber: Dinas Pasar Kabupaten Pati

4.3 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pedagang Pasar Rakyat Winong Kabupaten Pati. pedagang yang menjadi responden sebanyak 90 pedagang. berdasarkan data dari hasil wawancara dan kuesioner ke 90 responden, diperoleh kondisi responden tentang alamat pedang, umur, jenis kelamin, dan pendidikan terakhir pedagang.

4.3.1 Usia Responden

Sebanyak 90 responden di Pasar Rakyat Winong berdasarkan usia responden dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel: 4.6

Profil Responden Pedagang Pasar Rakyat Winong Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	21 – 30 tahun	5	5,5%
2.	31 – 40 tahun	21	23,3%
3.	41 – 50 tahun	32	35,5%
4.	51 – 60 tahun	26	29%
5.	61 – 70 tahun	6	6,7%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data primer diolah 2019.

Tabel tersebut menjelaskan bahwa jumlah responden pedagang Pasar Rakyat Winong berdasarkan usia yaitu pedagang yang usianya 21 – 30 tahun sebanyak 5 orang pedagang atau dengan persentase sebesar 5,5%. Pedagang yang usianya 31 – 40 tahun sebanyak 21 orang pedagang, dengan persentase sebesar 23,3%. Pedagang dengan usia 41 – 50 tahun sebanyak 32 orang pedagang, dengan presentase sebesar 35,5%. Pedagang yang berusia 51 – 60 tahun sebanyak 26 orang, dengan presentase sebesar 29%. Dan pedagang yang berusia 61 – 70 tahun sebanyak 6 orang pedagang, dengan presentase sebesar 6,7%. Dengan demikian jumlah responden terbesar pada usia 41-50 tahun yaitu 32 orang atau 35,5%, dan terendah yaitu usia 21-30 tahun yaitu 5 orang atau 5,5%.

4.3.2 Jenis Kelamin Responden

Sebanyak 90 responden di Pasar Rakyat Winong berdasarkan jenis kelamin responden dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel: 4.7
Profil Responden Pedagang Pasar Rakyat Winong
Berdasarkan Jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-Laki	27	30%
2.	Perempuan	63	70%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data primer diolah 2019.

Tabel tersebut menjelaskan bahwa jumlah responden pedagang Pasar Rakyat Winong berdasarkan jenis kelamin yaitu pedagang yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang pedagang atau dengan presentase sebesar 30%, dan jumlah pedagang yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang pedagang atau dengan presentase sebesar 70%.

4.3.3 Pendidikan Responden

Sebanyak 90 responden di Pasar Rakyat Winong berdasarkan pendidikan responden dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel: 4.8
Profil Responden Pedagang Pasar Rakyat Winong
Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1.	Tidak Sekolah	2	2,2%
2.	SD	21	23,3%
3.	SMP	30	33,3%
4.	SMA	37	41,2%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data primer diolah 2019.

Tabel tersebut menjelaskan bahwa jumlah responden pedagang Pasar Rakyat Winong berdasarkan tingkat pendidikan yaitu pedagang yang tidak mengenyam bangku sekolah sebanyak 2 orang pedagang atau dengan presentase sebesar 2,2%.

Pedagang yang pendidikan terakhirnya SD sebanyak 21 orang pedagang atau dengan presentase sebesar 23,3%. Pedagang yang berpendidikan terakhir SMP sebanyak 30 orang pedagang atau dalam presentase sebesar 33,3%. Pedagang yang berpendidikan terakhir SMA sebanyak 37 orang pedagang atau dalam presentase sebesar 41%. Jadi jumlah responden terbesar berpendidikan setingkat SMA, dan terendah yaitu tidak sekolah.

4.3.4 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yaitu statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan data berdasarkan sampel yang sedang diteliti. Berikut ini hasil analisis deskripsif:

4.3.4.1 Variabel Modal (X1)

Tabel: 4.9
Mean, Median, Modus

		Statistics		
		X1.1	X1.2	X1.3
N	Valid	90	90	90
	Missing	0	0	0
Mean		3,58	3,42	3,30
Std. Error of Mean		,061	,069	,070
Median		4,00	4,00	3,00
Mode		4	4	3
Std. Deviation		,580	,653	,661
Variance		,337	,426	,437
Range		2	2	3
Minimum		2	2	1

Maximum	4	4	4
Sum	322	308	297

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa data dari setiap pertanyaan variabel modal yang dinyatakan valid sebanyak 90 sampel pedagang yang dapat dianalisis. Missing merupakan banyaknya data yang salah dan ditabel bernilai 0 (nol) maka dapat diketahui bahwa tidak ada data yang salah. Nilai mean (rata-rata) pada tabel diketahui item pertanyaan x1.1 (3,58), item pertanyaan X1.2 (3,42), dan item pertanyaan X1.3 (3,30). Median (nilai tengah) pada tabel diatas adalah item pertanyaan X1.1 (4), X1.2 (4) dan X1.3 (3). Modus pada tabel diatas adalah item pertanyaan X1.1 (4), X1.2 (4) dan X1.3 (3).

Tabel: 4.10
X1.1 pertanyaan pada variabel Modal

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4,4	4,4	4,4
	3	30	33,3	33,3	37,8
	4	56	62,2	62,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan X1 nomer 1 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada

nilai 4 dengan jumlah frekuensi sebanyak 56 sampel dari total 90 sampel atau dalam presentase sebesar 62,2%.

Tabel : 4.11
X1.2 Pertanyaan pada Variabel Modal

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8,9	8,9	8,9
	3	36	40,0	40,0	48,9
	4	46	51,1	51,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pertanyaan X1 nomor 2 pada kuesionner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 4 dengan jumlah frekuensi sebanyak 46 sampel dari total 90 sampel atau dalam presentase sebesar 51,1%.

Tabel: 4.12
X1.3 Pertanyaan pada Variabel Modal

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1,1	1,1	1,1
	2	7	7,8	7,8	8,9
	3	46	51,1	51,1	60,0
	4	36	40,0	40,0	100,0

Total	90	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan X1 nomor 3 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi sebanyak 46 dari total 90 sampel, atau dalam presentase sebesar 51,1%.

4.3.4.2 Variabel Lokasi (X2)

Tabel: 4.13
Mean, Median, Modus

		Statistics				
		X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
N	Valid	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,24	3,22	3,20	3,23	3,23
Std. Error of Mean		,071	,074	,074	,067	,069
Median		3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Mode		3	3	3	3	3
Std. Deviation		,676	,700	,706	,637	,654
Variance		,456	,489	,499	,406	,428
Range		2	2	2	2	2
Minimum		2	2	2	2	2
Maximum		4	4	4	4	4
Sum		292	290	288	291	291

Berdasarkan tabel diatas data pada setiap pertanyaan variabel lokasi yang dinyatakan valid sebanyak 90 sampel

pedagang yang dapat dianalisis datanya. Missing merupakan data yang salah, pada tabel tersebut missing bernilai 0 (nol) itu berarti tidak ada data yang salah. Mean (rata-rata) pada tabel diatas untuk item pertanyaan masing-masing X2.4 (3,24), X2.5 (3,22), X2.6 (3,20), X2.7 (3,23) dan X2.8 (3,23). Median (nilai tengah) pada tabel diatas dari kelima pertanyaan bernilai tengah 3. Modus pada tabel diatas dari kelima pertanyaan adalah 3.

Tabel: 4.14
X2.4 Pertanyaan pada Variabel Lokasi

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	13,3	13,3	13,3
	3	44	48,9	48,9	62,2
	4	34	37,8	37,8	100,0
Total		90	100,0	100,0	

Tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan X2 nomor 4 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi sebanyak 44 sampel dari total 90 sampel, atau dalam presentase sebesar 48,9%.

Tabel: 4.15
X2.5 Pertanyaan pada Variabel Lokasi

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	14	15,6	15,6	15,6
	3	42	46,7	46,7	62,2
	4	34	37,8	37,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan X2 nomor 5 pada kuesioner, frekuensi yang banyak pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi sebanyak 42 sampel dari total 90 sampel, atau dalam presentase sebesar 46,7%.

Tabel: 4.16
X2.6 Pertanyaan pada Variabel Lokasi

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	15	16,7	16,7	16,7
	3	42	46,7	46,7	63,3
	4	33	36,7	36,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan X2 nomor 6 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada

nilai 3 dengan jumlah frekuensi sebanyak 42 sampel dari total 90 sampel, atau dengan presentase sebesar 46,7%.

Tabel: 4.17
X2.7 Pertanyaan pada variabel Lokasi

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	11,1	11,1	11,1
	3	49	54,4	54,4	65,6
	4	31	34,4	34,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan X2 nomor 7 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi sebanyak 49 sampel dari total 90 sampel, atau jika dalam presentase sebesar 54,4%.

Tabel: 4.18
X2.8 Pertanyaan pada Variabel Lokasi

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	12,2	12,2	12,2
	3	47	52,2	52,2	64,4
	4	32	35,6	35,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan X2 nomor 8 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi sebanyak 47 sampel dari total 90 sampel, atau dalam presentase sebesar 52,2%.

4.3.4.3 Variabel Permintaan di Hari Raya Idul Fitri (X3)

Tabel: 4.19
Mean, Median, Modus

		Statistics		
		X3.9	X3.10	X3.11
N	Valid	90	90	90
	Missing	0	0	0
Mean		3,76	3,50	3,17
Std. Error of Mean		,046	,071	,090
Median		4,00	4,00	3,00
Mode		4	4	3
Std. Deviation		,432	,675	,851
Variance		,187	,455	,725
Range		1	2	3
Minimum		3	2	1
Maximum		4	4	4
Sum		338	315	285

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa data dari setiap pertanyaan variabel permintaan di hari raya idul fitri yang dinyatakan valid sebanyak 90 sampel pedagang yang dapat dianalisis datanya. Missing merupakan data yang salah, dari

setiap pertanyaan pada variabel permintaan di hari raya idul fitri bernilai 0 (nol) itu berarti tidak ada data yang salah. Mean (rata-rata) pada tabel diatas untuk item pertanyaan masing- masing X3.9 (3,76), X3.10 (3,50) dan X3.11 (3,17). Median (nilai tengah) pada tabel diatas untuk item pertanyaan X3.9 dan X3.10 nilai tengahnya 4, sedangkan item pertanyaan X3.11 nilai tengahnya 3. Modus pada tabel diatas untuk item pertanyaan X3.9 dan X3.10 nilai yang sering muncul 4, sedangkan item pertanyaan X3.11 nilai yang sering muncul 3.

Tabel: 4.20
X3.9 Pertanyaan pada Variabel Permintaan

		X3.9			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	22	24,4	24,4	24,4
	4	68	75,6	75,6	100,0
Total		90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan X3 nomor 9 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 4 dengan jumlah frekuensi 68 sampel dari total 90 sampel, atau dalam presentase sebesar 75,6%.

Tabel: 4.21
X3.10 Pertanyaan pada Variabel Permintaan

X3.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	10,0	10,0	10,0
	3	27	30,0	30,0	40,0
	4	54	60,0	60,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan X3 nomor 10 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 4 dengan jumlah frekuensi sebanyak 54 sampel dari total 90 sampel, atau dalam presentase sebesar 60%.

Tabel: 4.22
X3.11 Pertanyaan pada Variabel Permintaan

X3.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5,6	5,6	5,6
	2	11	12,2	12,2	17,8
	3	38	42,2	42,2	60,0
	4	36	40,0	40,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan X3 nomor 11 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi sebanyak 38 sampel dari total 90 sampel, atau dalam presentase sebesar 42,2%.

4.3.4.4 Variabel Pendapatan (Y)

Tabel: 4.23
Mean, Median, Modus

		Statistics			
		Y.12	Y.13	Y.14	Y.15
N	Valid	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,73	3,36	3,23	3,40
Std. Error of Mean		,047	,068	,076	,069
Median		4,00	3,00	3,00	3,00
Mode		4	3	3	4
Std. Deviation		,445	,641	,720	,650
Variance		,198	,411	,518	,422
Range		1	2	3	2
Minimum		3	2	1	2
Maximum		4	4	4	4
Sum		336	302	291	306

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa data dari setiap pertanyaan variabel pendapatan yang dinyatakan valid sebanyak 90 sampel pedagang yang dapat dianalisis datanya.

Missing merupakan data yang salah, pada tabel diatas missing bernilai 0 (nol) itu artinya tidak ada data yang salah. Mean (rata-rata) pada tabel diatas untuk item pertanyaan Y.12 (3,73), Y.13 (3,36), Y.14 (3,23), dan Y.15 (3,40). Median (nilai tengah) pada tabel diatas untuk item pertanyaan Y.12 bernilai tengah 4, sedangkan untuk item pertanyaan Y.13, Y.14 dan Y.15 bernilai tengah 3. Modus pada tabel diatas item pertanyaan Y.12 dan Y.15 nilai yang sering muncul adalah 4, sedangkan item pertanyaan Y.13 dan Y.14 nilai yang sering muncul adalah 3.

Tabel: 4.24
Y.12 Pertanyaan pada Variabel Pendapatan

		Y.12			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	24	26,7	26,7	26,7
	4	66	73,3	73,3	100,0
Total		90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan Y nomor 12 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 4 dengan jumlah frekuensi sebanyak 66 sampel dari total 90 sampel, atau dalam presentase sebesar 73,3%.

Tabel: 4.25
Y.13 Pertanyaan pada Variabel Pendapatan

Y.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8,9	8,9	8,9
	3	42	46,7	46,7	55,6
	4	40	44,4	44,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan Y nomor 13 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi sebanyak 42 sampel dari total 90 sampel, atau dalam presentase sebesar 46,7%.

Tabel: 4.26
Y.14 Pertanyaan pada Variabel Pendapatan

Y.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2,2	2,2	2,2
	2	9	10,0	10,0	12,2
	3	45	50,0	50,0	62,2
	4	34	37,8	37,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan Y nomor 14 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi sebanyak 45 sampel dari total 90 sampel, atau dengan presentase sebesar 50%.

Tabel: 4.27
Y.15 Pertanyaan pada Variabel Pendapatan

Y.15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8,9	8,9	8,9
3	38	42,2	42,2	51,1
4	44	48,9	48,9	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan Y nomor 15 pada kuesioner, frekuensi yang paling banyak pada nilai 4 dengan jumlah frekuensi sebanyak 44 sampel dari total 90 sampel, atau dengan presentase sebesar 48,9%.

4.4 Hasil Penelitian

4.4.1 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Untuk mengetahui keabsahan instrumen penelitian peneliti menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini menggunakan uji signifikansi t dan uji

signifikansi f serta koefisien determinasi R^2 , untuk menganalisis pengaruh antara variabel terikat berupa pendapatan pedagang pasar dan beberapa variabel bebas yaitu: modal usaha, lokasi usaha, dan permintaan pada hari raya idhul fitri di Pasar Rakyat Winong.

4.4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keabsahan suatu kuesioner. Uji keabsahan tersebut dapat diketahui dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Menurut Imam Ghozali variabel dikatakan valid jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan variabel dikatakan tidak valid jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$. r_{hitung} dapat diperoleh dari hasil uji validitas dalam output kolom *correlations*. Sedangkan r_{tabel} dapat diperoleh dari derajat kebebasan yaitu *degree of freedom* atau $df = N-3$, nilai N adalah jumlah responden yaitu 90 responden dan 3 merupakan jumlah variabel bebas, dalam penelitian ini diketahui $df = 90 - 3$ atau $df = 87$, dengan nilai $df = 87$ dan nilai $\alpha 0,05$, maka dalam penelitian ini diperoleh nilai r_{tabel} yaitu 0,207. Jika nilai r_{hitung} masing-masing item pertanyaan dari variabel X_1, X_2, X_3 dan Y lebih besar dari $r_{tabel} = 0,207$ maka item pertanyaan tersebut dikatakan valid. Uji validitas dari setiap item pertanyaan masing-masing variabel penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel: 4.28
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Modal (X1)	X1.1	0,747	0,207	Valid
	X1.2	0,770	0,207	Valid
	X1.3	0,833	0,207	Valid
Lokasi (X2)	X2.4	0,637	0,207	Valid
	X2.5	0,603	0,207	Valid
	X2.6	0,685	0,207	Valid
	X2.7	0,653	0,207	Valid
	X2.8	0,713	0,207	Valid
Permintaan (X3)	X3.9	0,553	0,207	Valid
	X3.10	0,841	0,207	Valid
	X3.11	0,891	0,207	Valid
Pendapatan (Y)	Y.12	0,640	0,207	Valid
	Y.13	0,746	0,207	Valid
	Y.14	0,800	0,207	Valid
	Y.15	0,756	0,207	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Dapat kita lihat dalam tabel nilai r_{hitung} setiap item pertanyaan dari setiap variabel nilainya lebih besar dari $r_{tabel} = 0,207$, maka sesuai syarat validitas jika r_{hitung} bernilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ seluruh item pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid. Jadi berdasarkan data tersebut dapat ditarik kesimpulan

bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner dari setiap variabel penelitian ini dinyatakan valid.

4.4.1.1.2 Uji Reliabilitas

Imam Ghozali mengatakan bahwa suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Setiap item kuesioner dapat dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,60. Dari uji reliabilitas masing-masing variabel modal, lokasi, permintaan di hari raya idul fitri dan pendapatan diperoleh hasilnya sebagai berikut:

Tabel: 4.29

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of items	Keterangan
Modal	0,686	3	Reliabel
Lokasi	0,672	5	Reliabel
Permintaan di hari raya idul fitri	0,663	3	Reliabel
Pendapatan	0,716	4	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2019.

Dari tabel dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel modal, lokasi, permintaan di hari raya

idul fitri dan pendapatan nilainya lebih besar dari batas minimal yaitu 0,60. Jadi kesimpulan berdasarkan data tersebut maka variabel modal, lokasi permintaan dan pendapatan dinyatakan reliabel.

4.4.1.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian telah memenuhi syarat untuk dianalisis dan untuk menjawab pertanyaan hipotesis. Dalam penelitian ini dilakukan uji asumsi klasik yaitu dengan uji normalitas, uji heteroskedestisitas dan uji multikolinieritas.

4.4.1.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh telah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai probabilitas atau nilai signifikansi (Sig) $> 0,05$, dan data tidak berdistribusi normal jika probabilitas atau nilai signifikansi (Sig) $< 0,05$. Normalitas data juga dapat diketahui dengan melihat grafik histogram, jika sebaran data mengikuti alur garis diagonal maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* serta melihat diagram P-P Plot yaitu dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

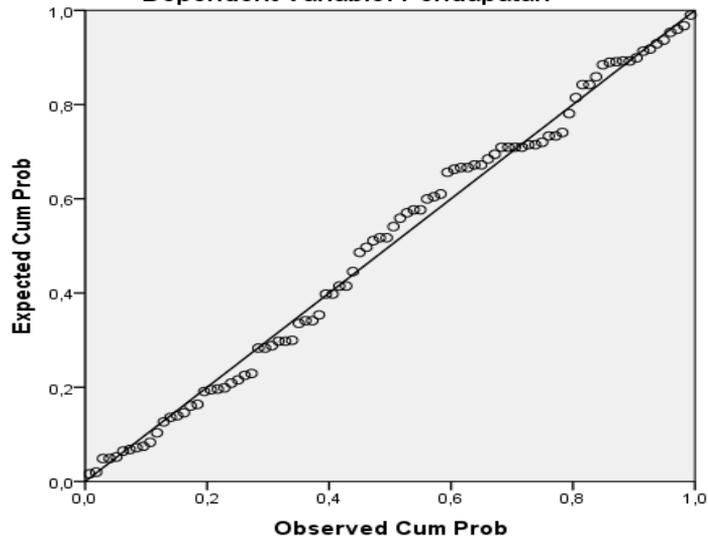
Tabel: 4.30
Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,02337627
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,052
	Negative	-,070
Test Statistic		,070
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

Sumber: Data Primer diolah 2019.

Dalam tabel uji Kolmogorov Smirnov di peroleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikasi (Sig.) > 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji Kolmogorov Smirnov tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar: 4.1
Uji Normalitas dengan Melihat Diagram Histogram
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Pendapatan



Sumber: Data Primer diolah 2019.

Dari diagram Normal P-P Plot dapat dilihat bahwa sebaran data mengikuti alur garis diagonal dan tidak menyebar. Maka berdasarkan diagram tersebut dapat disimpulkan data penelitian berdistribusi normal.

4.4.1.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk syarat semua uji hipotesis (regresi). Uji multikolinieritas dapat dideteksi dengan cara membandingkan nilai koefisien korelasi ganda dengan

koefisien korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolinieritas yaitu dengan patokan nilai VIF (*varians inflation factor*) dan koefisien dengan variabel bebas, apabila nilai VIF < 10 dan nilai toleransi > 0,10 (10%), maka model tersebut dinyatakan bebas dari kasus multikolinieritas. Hasil Uji multikolinieritas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel: 4.31

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	2,218	,862				2,572
Modal	,545	,123	,443	4,429	,000	,363	2,753
Lokasi	,172	,076	,208	2,250	,027	,424	2,358
Permintaan	,299	,123	,256	2,428	,017	,328	3,050

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Primer diolah 2019.

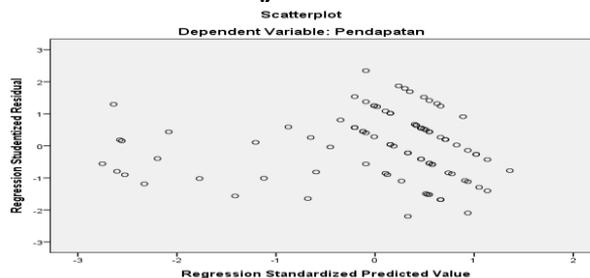
Dari data tabel dapat dilihat nilai VIF variabel modal 2,753 < 10, dan nilai toleransinya 0,363 > 0,10. Nilai VIF variabel Lokasi 2,358 < 10, dan nilai toleransinya 0,424 > 0,10. Nilai VIF variabel pendapatan 3,050 < 10, dan nilai toleransinya 0,328 > 0,10. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel bebas memiliki nilai VIF < 10 dan nilai toleransi

$> 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada asumsi multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

4.4.1.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas artinya varians variabel tidak sama. salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat kasus heteroskedastisitas yaitu dengan memperhatikan *plot* dari sebaran residual (*ZRESID) dan variabel yang diprediksi (*ZPRED). Apabila sebaran titik dalam plot tidak menunjukkan suatu pola tertentu maka dapat dikatakan model tersebut terbebas dari asumsi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan mengamati gambar *scatterplot*, jika titik-titik residual menyebar secara acak dan tersebar diatas maupun dibawah titik nol pada sumbu Y, maka dapat dikatakan terbebas dari asumsi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat hasilnya dibawah ini:

Gambar: 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer diolah 2019.

Dari gambar scatterplot tersebut terlihat bahwa titik-titik residual menyebar, tidak membentuk pola dan sebarannya berada di atas dan dibawah titik nol pada sumbu Y. Dengan demikian maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.4.1.3 Analisis Hipotesis

Analisis hipotesis merupakan cara untuk menguji “parameter” populasi berdasarkan statistik sampelnya untuk dapat ditolak atau diterima pada tingkat signifikansi tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien R^2 .

4.4.1.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persamaan regresi berganda. Dari hasil pengujian diperoleh hasil regresi berganda sebagai berikut:

Tabel: 4.32
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,218	,862		2,572	,012
	Modal	,545	,123	,443	4,429	,000
	Lokasi	,172	,076	,208	2,250	,027
	Permintaan	,299	,123	,256	2,428	,017

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data primer diolah 2019.

Berdasarkan data pada tabel diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,218 + 0,545X_1 + 0,172X_2 + 0,299X_3$$

a (constanta) = 2,218, yaitu berarti apabila variabel modal (X_1), lokasi (X_2), dan permintaan (X_3) dianggap tidak ada atau dianggap sama dengan nol maka nilai pendapatan pedagang (Y) sebesar 2,218.

b_1 (koefisien regresi modal) = 0,545, yaitu berarti jika variabel modal (X_1) mengalami kenaikan 1 poin, sementara variabel lokasi (X_2) dan permintaan (X_3) nilainya tetap (konstan), maka pendapatan akan meningkat sebesar 0,545. Jika modal mengalami kenaikan maka pendapatan juga akan meningkat, dan sebaliknya jika modal menurun maka pendapatan juga akan mengalami penurunan. Dengan demikian variabel modal menunjukkan arah hubungan positif dengan pendapatan pedagang.

b_2 (koefisien regresi lokasi) = 0,172, berarti jika variabel lokasi (X_2) mengalami kenaikan 1 poin, sementara variabel modal (X_1) dan permintaan (X_3) nilainya tetap (konstan), maka pendapatan akan mengalami kenaikan sebesar 0,172. Apabila variabel lokasi meningkat maka pendapatan juga akan mengalami peningkatan, sebaliknya jika variabel lokasi menurun maka pendapatan juga akan mengalami penurunan. Dengan demikian variabel lokasi

menunjukkan arah hubungan positif terhadap pendapatan pedagang.

b_3 (koefisien regresi permintaan) = 0,299, berarti apabila variabel permintaan (X3) mengalami kenaikan 1 poin, sementara variabel modal (X1) dan lokasi (X2) nilainya tetap (konstan), maka pendapatan pedagang akan mengalami kenaikan sebesar 0,299. Apabila variabel permintaan mengalami kenaikan maka pendapatan juga akan mengalami kenaikan, sebaliknya jika permintaan menurun maka pendapatan pedagang juga akan mengalami penurunan. Dengan demikian variabel permintaan menunjukkan arah hubungan positif terhadap pendapatan pedagang.

4.4.1.3.2 Uji Signifikansi Parsial t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan atau tidak. Dengan cara membandingkan antara nilai signifikansi dengan nilai alpha (0,05). Apabila nilai Sig. < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sebaliknya jika nilai sig. > 0,05 maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen. Hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel :4.33
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	2,218	,862		2,572	,012
	Modal	,545	,123	,443	4,429	,000
	Lokasi	,172	,076	,208	2,250	,027
	Permintaan	,299	,123	,256	2,428	,017

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Primer diolah 2019.

Hipotesis:

H0 : Variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

H1, H2, H3 : Variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Level signifikansi ($\alpha = 0,05$) sampel N = jumlah sampel, derajat kebebasan (df) = N-k-1, (df) = 90-3-1 = 86, maka dalam perhitungan dua sisi antar df = 86 dengan tingkat signifikansi alpha 0,05 diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,988$.

Kriteria pengujian:

H1, H2,H3 ditolak apabila t hitung < t tabel atau nilai sig. > 0,05.

H0 ditolak apabila t hitung > t tabel atau nilai sig. < 0,05.

Hasil pengujian statistik dengan menggunakan SPSS 23 terhadap variabel modal (X1), diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,429 > t_{tabel} = 1,988$, dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel modal (X1) berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan pedagang.

Hasil pengujian statistik dengan menggunakan SPSS 23 terhadap variabel lokasi (X2), diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,250 > t_{tabel} = 1,988$, dan nilai Sig. $0,027 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti variabel lokasi (X2) berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan pedagang.

Hasil pengujian statistik dengan menggunakan SPSS 23 terhadap variabel permintaan di hari raya idul fitri (X3), diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,428 > t_{tabel} = 1,988$, dan nilai Sig. $0,017 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima yang artinya variabel permintaan dihari raya idul fitri (X3) berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan pedagang.

4.4.1.3.3 Uji Signifikasi Simultan F

Uji F merupakan pengujian signifikasi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu modal (X1), lokasi (X2), dan permintaan (X3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat pendapatan (Y) pedagang Pasar Rakyat Winong. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikasi dan nilai alpha 0,05, jika nilai Sig $< 0,05$ maka

variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat, dan jika nilai Sig > 0,05 maka variabel terikat secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji F juga dapat dilihat dari F hitung apabila lebih besar dari F tabel maka berpengaruh signifikan, berlaku sebaliknya. Berikut ini hasil pengujian Signifikasi Simultan F dalam penelitian ini :

Tabel: 4.34
Hasil Uji Signifikasi Simultan F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	204,846	3	68,282	63,000	,000 ^b
	Residual	93,210	86	1,084		
	Total	298,056	89			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Permintaan, Lokasi, Modal

Sumber: Data Primer diolah 2019.

Hipotesis:

H0 = Tidak ada pengaruh yang positif dari masing-masing variabel bebas (X1,X2,X3) terhadap variabel terikat (Y).

H1 = Ada pengaruh yang positif dari masing-masing variabel bebas (X1,X2,X3) terhadap variabel terikat (Y).

Taraf signifikansi atau alpha 0.05 (5%). Karena jumlah variabel 3 maka $DF1 = 3$ dan $DF2 = 90 - 3 - 1 = 86$, sehingga dari penghitungan dua sisi diperoleh $F_{tabel} = 2.71$

Kriteria pengujian:

H_0 diterima jika nilai signifikansi $> 0,05$, atau $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_1 diterima jika nilai signifikansi $< 0,05$, atau $F_{hitung} > F_{tabel}$

Dari tabel anova diatas dapat dilihat nilai signifikansi simultan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05, dan diperoleh nilai $F_{hitung} = 63,000 > F_{tabel} = 2,71$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas modal (X1), lokasi (X2), pendapatan (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat pendapatan (Y) pedagang Pasar Rakyat Winong.

4.4.1.3.4 Analisis Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan oleh variabel independen yaitu modal (X1), lokasi (X2), permintaan dihari raya idul fitri (X3). Adapun hasil dari pengujian R^2 dalam penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel: 4.36**Hasil Uji Koefisien Determinasi R²****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 ^a	.687	.676	1,041

a. Predictors: (Constant), Permintaan, Lokasi, Modal

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Primer Diolah 2019.

Dari tabel tersebut diketahui nilai R Square sebesar 0.687 atau dalam presentase sebesar 68,7%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas modal (X1), lokasi (X2), dan permintaan (X3) mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel terikat pendapatan (Y) sebesar 68,7%, dan sisanya 31,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian yang berjudul “pengaruh modal, lokasi dan permintaan dihari raya idul fitri terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong”, dapat diketahui variabel bebas modal, lokasi, permintaan dihari raya idul fitri berpengaruh terhadap variabel terikat pendapatan pedagang, besaran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dari uji koefisien

determinasi R^2 adalah 68,7%, sedangkan sisanya 31,3% dijelaskan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

1. Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Winong.

Hasil dari analisis regresi linier berganda diketahui nilai koefisien regresi variabel modal sebesar 0,545, itu berarti jika modal dagang nilainya bertambah satu poin, dan jika variabel lokasi dan permintaan bernilai konstan, maka pendapatan pedagang akan mengalami peningkatan sebesar 0,545. Jadi jika modal pedagang Pasar Rakyat Winong bertambah, maka pendapatan pedagang juga akan mengalami peningkatan.

Sedangkan dari uji signifikansi t terbukti bahwa modal mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang. dibuktikan dari nilai signifikansi variabel modal sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05, dan nilai t hitung sebesar 4,429 lebih besar dari nilai t tabel 1,988, maka H_1 diterima, itu berarti modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Dengan demikian hasil pengujian 90 sampel dari responden pedagang Pasar Rakyat Winong dapat diambil kesimpulan bahwa secara statistik modal dagang berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar rakyat Winong.

Berdasarkan penelitian ini modal berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Penelitian ini sejalan dengan pendapat Swasta, Basu dan Irawan (2008), yang menyatakan bahwa Setiap usaha membutuhkan modal untuk operasional usaha yang bertujuan agar mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Maka diperlukan modal yang lebih besar agar dapat menambah kuantitas dan komoditas barang dagangan atau menambah biaya operasional agar dapat meningkatkan keuntungan sehingga pendapatan akan meningkat. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khasan Setiaji dan Ana Listia Fatuniah (2018), Nur Isni Atun (2016), Zulfa Nur Afifi (2017), Rasmusi, Afrah Nabila Maghfira (2018), dan Husaini, Ayu Fadhlani (2017), yang menyatakan bahwa modal berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pedagang.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Winong.

Hasil dari analisis regresi linier berganda diketahui nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,172, itu berarti jika lokasi nilainya bertambah satu poin, dan jika variabel modal dan permintaan bernilai konstan, maka pendapatan pedagang akan

meningkat sebesar 0,172. Maka jika lokasi berdagang pedagang semakin strategis akan mempengaruhi peningkatan pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

Sedangkan hasil uji signifikansi t terbukti bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Dapat dibuktikan dari nilai signifikansi variabel lokasi sebesar 0,027 lebih kecil dari nilai alpha 0,05, dan nilai t hitung = 2,250 lebih besar dari nilai t tabel = 1,988, maka H2 diterima, itu berarti lokasi dagang berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Dengan demikian hasil pengujian 90 sampel responden pedagang Pasar Rakyat Winong dapat diambil kesimpulan bahwa lokasi berdagang pedagang berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

Berdasarkan penelitian ini lokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar rakyat winong. penelitian ini sejalan dengan teori Andy Tjiptono (2002), yang menyatakan bahwa lokasi berdagang strategis jika memenuhi kriteria-kriteria meliputi: aksesibilitas (mudah dijangkau konsumen), visibilitas (terlihat jelas oleh konsumen), lalu lintas (banyak dilalui oleh konsumen), tempat parkir (dekat, luas, nyaman), dan lingkungan (kebersihan, fasilitas dan produk yang ditawarkan sesuai). Lokasi yang strategis akan berdampak pada peningkatan penjualan dan pada akhirnya akan mempengaruhi peningkatan pendapatan

pedagang. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khasan Setiaji dan Ana Listia Fatuniah (2018), Nur Isnı Atun (2016), dan Husaini, Ayu Fadhlani (2017), yang menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang.

3. Pengaruh Permintaan Di Hari Raya Idul Fitri Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Winong.

Hasil dari analisis regresi linier berganda diketahui nilai koefisien regresi variabel permintaan sebesar 0,299, itu berarti jika nilainya bertambah satu poin, dan jika variabel modal dan lokasi nilainya konstan maka pendapatan pedagang akan mengalami peningkatan sebesar 0,299. Jika permintaan dihari raya idul fitri semakin meningkat maka pendapatan pedagang juga akan mengalami peningkatan.

Sedangkan hasil uji signifikasi t terbukti bahwa permintaan di hari raya idul fitri berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Dapat dibuktikan dengan nilai signifikasi variabel permintaan sebesar 0,017 lebih kecil dari nilai alpha 0,05, dan nilai t hitung = 2,428 lebih besar dari t tabel = 1,988, maka H3 diterima, itu berarti variabel permintaan dihari raya idul fitri berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Dengan demikian hasil pengujian 90 sampel responden pedagang

Pasar Rakyat Winong dapat ditarik kesimpulan bahwa permintaan di hari raya idul fitri berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

Berdasarkan penelitian ini permintaan di hari raya idul fitri berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Sejalan dengan teori Hijri Juliansyah dan Siraturrahmi (2018) yang menyatakan bahwa hubungan permintaan dengan pendapatan yaitu ketika permintaan terhadap suatu barang menurun maka pendapatan yang diterima oleh pedagang akan menurun. Sebaliknya ketika permintaan terhadap suatu barang meningkat maka pendapatan yang diterima pedagang akan meningkat. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulfa Nur Afifi (2017), dan Hijri Juliansyah, Saraturrahmi (2018), yang menyatakan bahwa permintaan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang.

4. Pengaruh Modal, Lokasi dan Permintaan Di hari Raya Idul Fitri Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Winong.

Berdasarkan uji signifikansi F terbukti bahwa variabel modal, lokasi dan permintaan di hari raya idul fitri secara bersama-sama simultan berpengaruh terhadap variabel pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. dapat dibuktikan dari nilai signifikansi dari tabel anova sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05, dan F hitung = 63,000 lebih besar dari F

tabel = 2,71, maka H4 diterima, itu berarti variabel modal, lokasi, dan permintaan di hari raya idul fitri secara bersama-sama simultan berpengaruh terhadap variabel pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Dengan demikian berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa modal, lokasi, permintaan dihari raya idul fitri bersama-sama secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong.

Sedangkan untuk pengujian koefisien determinasi R^2 , untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas modal, lokasi, permintaan terhadap variabel terikat pendapatan adalah sebagi berikut:

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui nilai R Square sebesar 0.687 atau jika di presentasikan sebesar 68,7%, angka tersebut menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel bebas modal, lokasi dan permintaan di hari raya idul fitri untuk menjelaskan pengaruh terhadap variabel terikat yaitu pendapatan. Nilai tersebut juga menunjukkan besarnya pengaruh variabel modal, lokasi dan permintaan di hari raya idul fitri terhadap variabel pendapatan pedagang yaitu sebesar 0,687 atau 68,7% , dan sisanya 31,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian “Pengaruh modal, lokasi, dan permintaan dihari raya idul fitri terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian variabel modal usaha berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Hal tersebut dapat dilihat dari uji signifikansi parsial yaitu modal nilai $\text{sig} = 0,000$ lebih kecil dari $\alpha 0,05$. Koefisien regresi variabel modal sebesar $0,545$, itu berarti modal berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.
2. Berdasarkan pengujian variabel lokasi usaha berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Hal tersebut dapat dilihat dari uji signifikansi parsial yaitu lokasi nilai $\text{sig} = 0,027$ lebih kecil dari $\alpha 0,05$. Nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar $0,172$, itu berarti lokasi berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.
3. Berdasarkan pengujian variabel permintaan di hari raya idul fitri berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. Hal tersebut dapat dilihat dari uji signifikansi parsial yaitu permintaan nilai $\text{sig} = 0,017$ lebih kecil dari nilai α

0.05. Nilai koefisien regresi variabel pendapatan sebesar 0,299, itu berarti permintaan dihari raya idul fitri berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.

4. Berdasarkan pengujian variabel modal, lokasi dan permintaan di hari raya idul fitri bersama-sama secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Rakyat Winong. hal tersebut dapat dilihat dari uji signifikansi simultan yaitu nilai signifikansi variabel bebas sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Serta nilai F hitung sebesar 63,000 lebih besar dari F tabel 2,71, itu berarti variabel modal, lokasi dan permintaan di hari raya idul fitri berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan pedagang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, peneliti memberikan saran-saran yang diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Saran yang dapat diberikan peneneliti adalah sebagai berikut:

1. Guna meningkatkan pendapatan, pedagang sebaiknya memperhatikan besaran modal dagang, karena semakin tinggi modal yang digunakan pedagang akan berpengaruh pada peningkatan pendapatan pedagang tersebut. Bukan cuma modal, lokasi tempat berdagang juga harus diperhatikan, lokasi yang strategis dekat dengan fasilitas umum, dan lokasi yang mudah dilihat serta terjangkau pembeli akan mempengaruhi minat beli

konsumen sehingga akan berdampak pada meningkatnya penjualan pada akhirnya pendapatan juga akan bertambah. Selain itu permintaan di hari raya idul fitri dapat dimanfaatkan pedagang untuk menjual barang dagangan sebanyak-banyaknya karena pada momen perayaan idul fitri permintaan barang sangat tinggi. Dengan tingginya permintaan barang akan menyebabkan peningkatan penjualan sehingga pada akhirnya pendapatan pedagang juga semakin tinggi.

2. Sebaiknya pemerintah lebih memperhatikan pedagang pasar rakyat, seperti pemberian pinjaman modal dengan persyaratan yang lebih mudah, penataan los dan kios pedagang agar terlihat lebih rapi dan terlihat bersih untuk menarik pengunjung pasar, serta pembenahan fasilitas umum seperti penambahan toilet, tempat penampungan sampah dan pembangunan mushola pasar agar ketika waktu sholat pedagang dan pengunjung tidak perlu keluar pasar.

5.3 Penutup

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian ini dengan baik, yang merupakan syarat dalam menyelesaikan Program Studi Ekonomi Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semoga karya

tulis ini dapat bermanfaat kepada siapapun, khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Masukan dan kritikan yang bersifat membangun sangat dinantikan penulis untuk kesempurnaan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2008.
- Abdurrohman Kasdi, *Permintaan dan Penawaran Dalam Pengaruh Pasar (Studi Kasus di Pasar Bintoro Demak)*, Jurnal Bisnis, STAIN Kudus, Vol 4 No 2 tahun 2016.
- Ahmad Kamaruddin, *Dasar-Dasar Manajemen Modal Kerja*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002.
- Ahmad Suriadi, Ahmad Suhendri, “*Analisis Determinan Faktor Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Rembiga Kecamatan Selaparang Kota Mataram*”, Jurnal Kompetitif : Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi, Vol. 4. No. 2. 2018.
- Ahmad Suriadi, Ahmad Suhendri, “*Analisis Determinan Faktor Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Rembiga Kecamatan Selaparang Kota Mataram*”, Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi, Vol. 4. No. 2. September.
- Anwar Sanusi, *Metodelogi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta Selatan, 2011.
- Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2012.
- Budi Wahyono, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Dipasar Bantul Kabupaten Bantul*, Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, UNY, Yogyakarta, 2017.
- Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya)*, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta, 2005.
- Djiwandono J. Soedradjad, *Perdagangan dan Pebangunan: Tantangan, Peluang dan Kebijakan Perdagangan Luar Negeri Indonesia*, Jakarta, PT Pustaka LP3ES, 1992.

- Endrawanti. Susilo, *Dampak Relokasi Pasar Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang*, Jurnal Ilmiah, UNTAG, Semarang.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 2002.
- Firdausa. Rosetyadi Artistian, Fitri Arianti, *Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak*, Journal Of Economics, UNDIP, Semarang, Vol 2 No 1 Tahun 2013.
- Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Kanisius, Yogyakarta, 1992.
- Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Alfabeta, Bandung, 2011.
- Hijri Juliansyah, Saraturrahmi, *Pengaruh Modal dan Permintaan Terhadap Pendapatan Pedagang Ikan Tongkol Lisong Dikota Lhokseumawe*, Jurnal Ekonomi, FEB, Universitas Malikussaleh, Vol 01 No 1, 2018.
- I Kade Dwi Perwira Putra, I Gusti Wayan Murjana Yasa, *Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Jumlah Pengunjung, Pendapatan Pedagang, dan Pendapatan Pasar Dikota Denpasar*, E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Unud, 6 (9): 1737-1768, Unud, Bali.
- Iksyaniyah. Nuril, Yoyok Soesatyo, *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pasar Baru Krian Sidoarjo*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, FE, Universitas Negeri Surabaya, Volume 3 No 3 Tahun 2015
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Dengan Program IBM SPSS 20*, UNDIP, Semarang, 2012.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, UNDIP, Semarang, 2009.
- Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2016.

- Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Prespektif Integrasi*, UIN Maliki Perss, Malang, 2017.
- Kasmir, *Kewirausahaan (Edisi Revisi)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2013.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Rajawali Pers, Jakarta, 2006.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010.
- Khasan Setia Aji, Ana Listia Fatuniah, *Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi*, Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis, Vol 6 No 1 Tahun 2018, UNNES, Semarang.
- Khasan Setiaji, Ana Listia Fatuniah, “*Pengaruh Modal, Lama Usaha, Lokasi terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi*”, Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis, UNNES, Vol 6 No 1, 2018.
- Komang Geda Candra Adi Putra, Dr. Made Henny Urmila Dewi, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Badung Kota Denpasar : Studi Sebelum Dan Sesudah Di Relokasi*, E-Jurnal EP Unud, Bali, Vol 7 No 6: 1140-1167.
- Maghfira. Afrah Nabila, *Pengaruh Modal, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang*, Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA). Universitas Jendral Soedirman. Vol 20 No 40 Tahun 2018.
- Mankew. N. Gregory, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Salemba Empat, Jakarta Selatan, 2012.
- McEachem. William, *Pengantar Ekonomi Mikro: Pendekatan Kontemporer*, Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Michael Parkin, *Parkin Ekonomi (Buku 1 : Mikro)*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2017, Edisi 11.
- Muh Abdul Halim, *Teori Ekonomi Mikro Edisi 3*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2018.

- Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013.
- Muhammad David Rusdi, Made Suparta, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Kota Surabaya*, Jurnal Ekonomi & Bisnis, UNTAG, Vol 1 No 2, tahun 2016.
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, Edisi Pertama, 2006.
- Noor, Henry Faisal, *Ekonomi Publik*, Akademia Permata, Padang, 2013.
- Novita. Wiwin, Abdul Salam, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Laba Usaha Dagang Pada Pedagang Sembako Muslim (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Bantul)*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Universitas Alma Ata Yogyakarta, Vol 6, No 1 : 62-72, 2016.
- Novita. Wiwin, Abdul Salam, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Laba Usaha Dagang Pada Pedagang Sembako Muslim (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Bantul)*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Universitas Alma Ata Yogyakarta, Vol 6, No 1 : 62-72, 2016.
- Nur Laily, Budiono Pristyadi, *Teori Ekonomi (Cetakan Pertama)*, Graha Ilmu, Jakarta, 2013.
- Perdana, B.N, M. Handayani, K. Budi Raharjo, *Hubungan Faktor Sosial Ekonomi Dengan Tingkat Permintaan Daging Sapi Di Pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal*, Animal Agrikultur Jurnal, Vol 2 No 4 , 2013.
- Profil Pasar Rakyat Winong 2015.
- Pusat Pengkaji dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI)UII, *Ekonomi Islam*, Rajawali Pers, Jakarta, 2013, Edisi 1-5.
- Putri, Erleine Rastiani Utami. Y. Bagiyo Mudakir, *Dampak Penataan Simpang Lima Kota Semarang Terhadap Pendapatan Pedagang*

Makanan, Diponegoro Journal Of Economics, Vol 2, No 3, Tahun 2013.

Riningsih, *Pengaruh Modal Kerja Dan Satuan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pada Industri Kecil Pengrajin Genting Di Desa Karangasem Kec Wirosari Kab Grobogan*, Skripsi Pend Ekonomi, Unnes, Semarang, 2005.

Rosmawati. Eka Yan, *Pengaruh Keberadaan Pasar Tradisional Terhadap Kesejahteraan Pedagang Dampaknya Pada Retribusi Pasar*, Skripsi IAIN Syeh Nur Jati, Cirebon, 2015.

Sa Husein Syahatah, *Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam*, Akbar Media Eka Sarana, Jakarta, 2001. Hal 157. dono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2005.

Saban Echdar, *Manajemen Enterpreneurship-Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*, ANDI, Yogyakarta 2013.

Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2015.

Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*, Pt Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006.

Samuelson, Paul A. dan William D. Nordhaus, *Ilmu Mikro Ekonomi*, Pt Media Global Edukasi, Jakarta, 2000

Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Pustaka Setia, Bandung, 2014.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2017.

Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2014.

Suhendi, Hendi, *Fiqih Muamalat*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2005.

Sumar'in, *Ekonomi Islam (Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Persepektif Islam)*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013.

- Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi (Edisi Pertama)*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015.
- Swasta, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta, 2008.
- Tarigan R, *Perencanaan Pembangunan Wilayah Edisi Revisi*, Bumi Aksara, Jakarta, 2006.
- Tim BPS, *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Dan Toko Modern Tahun 2018*, Badan Pusat Statistik, Jakarta, 2018
- Verlina. Veka, “*Analisis Pengaruh Ritalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Persepektif Ekonomi Islam*”, Skripsi Program Sarjana, UIN Raden Intan, Lampung, 2018.
- Yadi Januari, *Pemikiran Ekonomi Islam: Dari Masa Rasulullah Hingga Masa Kontemporer*, PT Remaja Rosdakarya, Cetakan Pertama, Bandung, 2016.
- Yogi Sugiarto Maulana, *Analisis faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Pabrik PT Sung Chang Indonesia Cabang Kota Banjar*, Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis, STISIP Bina Putra Banjar, Vol. 2 No. 2, Februari 2018.

LAMPIRAN

1.1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/Ibu Responden

Di Tempat

Assalamu 'alaihikum wr wb.

Dengan hormat, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Asrori

Nim : 1705026181

Alamat : Dk Karangbale Rt 05/Rw 02, Ds Karangrejolor,
Jakenan, Pati

Jurusan/Fakultas : Ekonomi Islam/Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam UIN Walisongo Semarang

Bersamaan dengan ini saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi mengisi daftar pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner yang diajukan sebagai alat pengambilan data dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Modal, Lokasi, Jam Kerja, Dan Permintaan Di Hari Raya Idul Fitri Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Winong”.

Bapak/Ibu/Saudara/i tidak perlu khawatir dalam memberikan jawaban yang sejujurnya dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban yang telah Bapak/Ibu/Saudara/i berikan kerahasiannya terjaga

dan semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Saya memohon maaf apabila dalam pengisian kuesioner ini sedikit banyak mengganggu pekerjaan Bapak/Ibu/Saudara/i.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi dan mengembalikan kuesioner ini tidak lupa saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum wr wb.

Pati, Mei 2019

Peneliti,

Ahmad Asrori

Petunjuk Pengisian Kuesioner I

- Bacalah secara teliti setiap pertanyaan yang telah disediakan.
- Berilah tanda centang (✓) untuk menjawab setiap pertanyaan, kecuali kolom nama, umur, dan alamat.

Identitas Responden

Nama :

Umur :

Alamat :

Jenis Kelamin : Laki-laki PerempuanJenis Usaha Dagangan : Usaha Pokok Usaha SampinganJenis Barang Dagangan: Sayur Konfeksi Makanan/Minuman
 Buah Sembako Kelontong/gerobak
 Jajan Jam/Aksesoris Lain-lain
 Emas Ikan/DagingPendidikan : Tidak Sekolah
 SD
 SMP
 SMA
 Diploma
 Sarjana**Petunjuk Pengisian Kuesioner II:**

- Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memilih pilihan jawaban yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
- Berikan tanda centang (✓) untuk menjawab setiap pertanyaan pada salah satu pilihan ganda.
- Atas semua jawaban yang diberikan saya mengucapkan banyak terimakasih.

Daftar Pertanyaan:**Modal Dagang (X1)**

- Beberapa modal awal yang digunakan untuk berdagang ?
 - Lebih dari Rp. 10.000.000.
 - Rp. 5.000.000. – Rp. 10.000.000.
 - Rp. 1.000.000. – Rp. 5.000.000.
 - Kurang dari Rp. 1.000.000.
- Dari mana sumber modal yang bapak/ibu/saudara/i gunakan untuk berdagang ?
 - Modal Sendiri
 - Keluarga/Saudara
 - Bukan Bank
 - Meminjam dari Bank

3. Apakah sumber modal yang bapak/ibu/saudara/i gunakan lebih dari satu ?

- a. Hanya Modal Sendiri
- b. Modal Sendiri + Keluarga/Saudara
- c. Modal Sendiri + Bukan Bank
- d. Modal Sendiri + Pinjam Bank

Lokasi Berdagang (X2)

4. Menurut bapak/ibu/saudara/i, apakah letak pasar terjangkau oleh pembeli ?

- a. Sangat Terjangkau
- b. Terjangkau
- c. Tidak Terjangkau
- d. Sangat Tidak Terjangkau

5. Berapa jarak lokasi berdagang bapak/ibu/saudara/i dengan pintu masuk pasar ?

- a. Kurang dari 5 Meter
- b. 5 Meter – 15 Meter
- c. 15 Meter – 25 Meter
- d. Lebih dari 25 Meter

6. Menurut bapak/ibu/saudara/i, bagaimana kondisi fasilitas-fasilitas dipasar ?

- a. Sangat Baik
- b. Baik
- c. Tidak Baik
- d. Sangat Tidak Baik

7. Berapa jarak lokasi berdagang bapak/ibu/saudara/i dengan fasilitas pasar (tempat parkir) ?

- a. Kurang dari 5 Meter
- b. 5 Meter – 15 Meter
- c. 15 Meter – 25 Meter
- d. Lebih dari 25 Meter

8. Apakah tempat berdagang bapak/ibu/saudara/i lokasinya sudah strategis dijangkau konsumen ?

- a. Sangat Dekat (dekat pintu masuk pasar)
- b. Dekat (masuk 1-2 gang)
- c. Jauh (3-5 gang)
- d. Sangat jauh (lebih dari 5 gang)

Permintaan di Hari Raya Idul Fitri (X3)

9. Apakah pada saat menjelang Hari Raya Idul Fitri jumlah pembeli mengalami peningkatan, jika iya seberapa banyak peningkatan jumlah pembeli setiap harinya?

- a. Lebih dari 15 Orang Pembeli
- b. 10 Orang – 15 Orang Pembeli
- c. 5 Orang – 10 Orang Pembeli
- d. Kurang dari 5 Orang Pembeli

10. Apakah penjualan barang dagangan bapak/ibu/saudara/i pada saat menjelang Hari Raya Idul Fitri mengalami peningkatan, jika iya seberapa besar peningkatan penjualan barang dagangannya ?

- a. Lebih dari 3 kali lipat dari penjualan barang dagangan hari-hari biasa
- b. 2 kali lipat – 3 kali lipat dari penjualan barang dagangan hari-hari biasa
- c. 1 kali lipat – 2 kali lipat dari penjualan barang dagangan hari-hari biasa
- d. Penjualan barang dagangan seperti hari-hari biasa

11. Apakah sebelum menjelang Ramadan bapak/ibu/saudara/i menambah stok barang dagangan untuk dijual kembali pada saat menjelang Hari Raya, jika iya seberapa banyak penambahan stok barang dagangannya ?
- Lebih dari 3 kali lipat dari stok barang dagangan hari-hari biasa
 - 2 kali lipat – 3 kali lipat dari stok barang dagangan hari-hari biasa
 - 1 kali lipat – 2 kali lipat dari stok barang dagangan hari-hari biasa
 - Stok barang dagangan seperti hari-hari biasa

Pendapatan (Y1)

12. Berapa besarnya keuntungan atau laba bapak/ibu/saudara/i dari hasil berdagang pada saat menjelang Hari Raya Idul Fitri setiap harinya ?
- Lebih dari Rp. 150.000.
 - Rp. 100.000 – Rp. 150.000.
 - Rp. 50.000. – Rp. 100.000.
 - Kurang dari Rp. 50.000.
13. Berapa besarnya keuntungan atau laba bapak/ibu/saudara/i dari hasil berdagang pada saat hari libur atau akhir pekan (Sabtu & Minggu) ?
- Lebih dari Rp. 150.000.
 - Rp. 100.000 – Rp. 150.000.
 - Rp. 50.000. – Rp. 100.000.
 - Kurang dari Rp. 50.000.
14. Berapa besarnya keuntungan atau laba bapak/ibu/saudara/i dari hasil berdagang pada saat hari biasa ?
- Lebih dari Rp. 150.000.
 - Rp. 100.000 – Rp. 150.000.
 - Rp. 50.000. – Rp. 100.000.
 - Kurang dari Rp. 50.000.
15. Berapakah target pendapatan bapak/ibu/saudara/i dari berjualan dipasar setiap harinya ?
- Lebih dari Rp.250.000.
 - Rp. 200.000. – Rp. 250.000.
 - Rp. 150.000. – Rp. 200.000.
 - Kurang dari Rp. 150.000.

Keterangan:

- Jawaban “A” mendapat skor 4
- Jawaban “B” mendapat skor 3
- Jawaban “C” mendapat skor 2
- Jawaban “D” mendapat skor 1

1.2 Data tabulasi modal X1

RESPONDEN	MODAL X1				RESPONDEN	MODAL X1			
	X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL X1		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL X1
1	4	4	4	12	51	4	4	3	11
2	4	4	4	12	52	3	3	4	10
3	4	4	3	11	53	4	3	3	10
4	4	4	4	12	54	3	4	4	11
5	4	3	4	11	55	4	3	3	10
6	4	4	3	11	56	4	4	4	12
7	4	4	4	12	57	4	3	3	10
8	4	4	3	11	58	4	3	4	11
9	4	4	4	12	59	4	4	4	12
10	4	4	4	12	60	3	4	3	10
11	4	4	3	11	61	4	4	3	11
12	4	4	4	12	62	4	4	4	12
13	4	4	4	12	63	4	3	3	10
14	4	3	3	10	64	3	4	4	11
15	4	4	3	11	65	4	4	3	11
16	4	4	4	12	66	4	4	3	11
17	4	3	3	10	67	4	3	3	10
18	4	3	4	11	68	4	3	4	11
19	4	4	4	12	69	4	3	3	10
20	4	3	4	11	70	3	4	4	11
21	4	3	3	10	71	3	4	3	10
22	4	4	4	12	72	3	3	3	9
23	4	4	3	11	73	3	3	4	10
24	4	4	3	11	74	3	3	3	9
25	4	4	4	12	75	3	3	3	9
26	4	3	3	10	76	3	2	3	8
27	4	4	4	12	77	3	3	3	9
28	4	4	3	11	78	3	2	3	8
29	4	3	4	11	79	3	3	3	9
30	3	4	3	10	80	3	3	3	9
31	4	4	4	12	81	3	2	2	7
32	4	4	3	11	82	3	3	2	8
33	3	4	3	10	83	2	2	2	6
34	4	3	3	10	84	3	2	2	7
35	3	4	4	11	85	2	3	2	7
36	4	3	4	11	86	3	2	3	8
37	3	4	3	10	87	2	3	3	8
38	4	3	4	11	88	3	2	2	7
39	3	4	3	10	89	3	2	1	6
40	4	4	4	12	90	2	3	2	7
41	3	4	3	10					
42	3	4	4	11					
43	4	4	3	11					
44	4	3	3	10					
45	4	3	3	10					
46	4	3	4	11					
47	3	4	3	10					
48	4	3	4	11					
49	3	4	3	10					
50	4	3	4	11					

1.3 Data Tabulasi Lokasi X2.

LOKASI X2						LOKASI X2							
RESPONDEN	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL X2	RESPONDEN	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL X2
1	3	4	4	3	4	18	49	4	3	4	4	4	19
2	4	3	4	4	3	18	50	3	4	3	3	3	16
3	3	4	4	3	3	17	51	3	3	4	3	3	16
4	3	3	4	3	4	17	52	3	3	3	3	4	16
5	3	4	4	3	3	17	53	4	4	4	4	3	19
6	4	3	4	3	2	16	54	3	3	3	4	4	17
7	4	4	3	4	3	18	55	4	3	4	4	4	19
8	4	3	2	4	4	17	56	3	4	3	3	3	16
9	2	4	4	3	3	16	57	4	2	2	3	4	15
10	3	3	3	4	3	16	58	4	3	3	3	3	16
11	4	4	4	3	4	19	59	3	4	4	3	4	18
12	4	4	4	3	3	18	60	3	3	3	4	3	16
13	3	4	3	4	4	18	61	3	2	4	3	4	16
14	2	3	3	2	3	13	62	4	3	3	3	3	16
15	3	3	3	4	3	16	63	3	4	4	4	4	19
16	4	4	3	4	4	19	64	4	2	3	4	3	16
17	3	4	3	3	4	17	65	3	4	2	4	4	17
18	4	3	4	2	3	16	66	4	3	3	4	4	18
19	4	3	4	2	3	16	67	3	4	3	3	4	17
20	4	4	3	3	3	17	68	4	3	3	3	4	17
21	3	3	4	4	4	18	69	3	4	4	3	3	17
22	3	4	3	3	4	17	70	3	3	4	3	4	17
23	4	3	4	3	3	17	71	3	3	4	3	3	16
24	2	4	3	3	3	15	72	3	3	3	4	4	17
25	4	2	3	4	4	17	73	3	4	3	3	3	16
26	4	3	3	4	3	17	74	4	3	3	3	4	17
27	3	3	3	3	3	15	75	3	3	3	3	3	15
28	4	3	4	4	3	18	76	4	4	3	3	3	17
29	3	4	4	3	3	17	77	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	3	3	18	78	4	3	3	3	3	16
31	4	4	4	4	4	20	79	3	3	3	3	2	14
32	4	4	4	3	4	19	80	2	3	2	3	2	12
33	3	4	3	3	3	16	81	2	2	2	3	2	11
34	3	3	4	4	3	17	82	2	3	2	2	3	12
35	4	3	3	3	3	16	83	3	2	2	3	3	13
36	2	4	3	4	4	17	84	3	2	2	3	2	12
37	3	4	3	3	3	16	85	3	3	2	2	2	12
38	2	3	3	4	4	16	86	2	2	3	2	2	11
39	4	4	3	3	3	17	87	2	2	2	2	2	10
40	3	3	4	3	4	17	88	2	2	2	2	2	10
41	3	4	2	4	3	16	89	3	2	2	2	2	11
42	4	3	4	4	4	19	90	2	2	2	2	2	10
43	4	4	3	4	3	18							
44	4	3	4	4	3	18							
45	3	4	3	4	3	17							
46	3	3	2	3	3	14							
47	3	2	3	4	3	15							
48	3	2	4	3	4	16							

1.4 Data Tabulasi Permintaan X3

PERMINTAAN X3					PERMINTAAN X3				
RESPONDE N	X3.9	X3.10	X3.11	TOTAL X3	RESPONDEN	X3.9	X3.10	X3.11	TOTAL X3
1	4	4	4	12	51	4	3	3	10
2	4	4	3	11	52	3	4	4	11
3	4	4	3	11	53	4	4	4	12
4	4	4	4	12	54	4	3	3	10
5	4	4	3	11	55	4	4	3	11
6	4	4	4	12	56	3	3	4	10
7	4	3	3	10	57	4	3	4	11
8	4	4	4	12	58	4	4	4	12

9	4	3	3	10	59	4	3	4	11
10	4	4	3	11	60	4	4	4	12
11	4	4	4	12	61	3	4	3	10
12	4	4	3	11	62	4	4	4	12
13	4	4	4	12	63	3	4	4	11
14	4	4	3	11	64	4	3	3	10
15	4	4	4	12	65	4	4	4	12
16	4	4	3	11	66	3	4	4	11
17	4	3	3	10	67	4	3	3	10
18	4	4	4	12	68	4	4	4	12
19	4	4	3	11	69	4	4	3	11
20	3	4	4	11	70	4	3	4	11
21	4	4	4	12	71	4	4	2	10
22	4	4	2	10	72	4	3	3	10
23	4	4	4	12	73	4	3	3	10
24	4	3	4	11	74	3	3	3	9
25	4	4	4	12	75	4	3	2	9
26	4	4	3	11	76	3	3	2	8
27	3	4	3	10	77	4	3	3	10
28	4	4	4	12	78	3	3	3	9
29	4	4	3	11	79	4	4	3	11
30	3	4	3	10	80	3	3	2	8
31	4	4	4	12	81	3	2	1	6
32	4	3	3	10	82	4	2	2	8
33	4	4	3	11	83	3	2	2	7
34	4	3	3	10	84	3	2	1	6
35	4	4	3	11	85	4	2	1	7
36	4	4	3	11	86	3	3	1	7
37	4	4	2	10	87	3	2	2	7
38	4	4	4	12	88	3	2	2	7
39	4	3	3	10	89	4	2	2	8
40	3	4	4	11	90	3	2	1	6
41	4	3	4	11					
42	3	4	3	10					
43	4	3	4	11					
44	4	4	4	12					
45	4	4	4	12					
46	4	4	3	11					
47	3	4	4	11					
48	4	3	3	10					
49	4	4	3	11					
50	4	4	4	12					

1.5 Data Tabulasi Pendapatan (Y)

RESPONDEN	PENDAPATAN Y					RESPONDEN	PENDAPATAN Y				
	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	TOTAL Y		Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	TOTAL Y
1	4	3	3	4	14	51	4	3	3	14	
2	4	4	3	3	14	52	4	3	3	14	
3	4	4	3	4	15	53	4	3	3	13	
4	4	3	4	4	15	54	3	3	4	13	
5	4	4	3	4	15	55	3	3	3	12	
6	4	4	3	3	14	56	3	3	3	13	

7	4	3	4	3	14	57	4	3	4	3	14
8	4	4	4	4	16	58	4	3	3	4	14
9	4	4	4	3	15	59	4	3	3	3	13
10	4	4	3	4	15	60	4	4	3	3	14
11	4	4	4	4	16	61	4	3	4	4	15
12	4	4	3	4	15	62	3	4	3	4	14
13	4	3	4	4	15	63	4	3	3	4	14
14	4	3	4	3	14	64	3	3	4	4	14
15	4	4	4	3	15	65	4	3	3	3	13
16	4	4	3	3	14	66	3	4	3	4	14
17	4	3	3	4	14	67	3	3	3	4	13
18	4	4	3	4	15	68	4	3	3	3	13
19	4	4	3	4	15	69	4	3	3	3	13
20	4	3	4	3	14	70	4	3	4	3	14
21	4	4	3	4	15	71	3	4	3	4	14
22	4	4	4	4	16	72	3	3	3	4	13
23	4	4	4	3	15	73	4	4	3	3	14
24	4	4	4	4	16	74	4	3	3	3	13
25	4	4	4	3	15	75	3	4	3	3	13
26	4	3	4	4	15	76	3	3	3	3	12
27	4	3	4	4	15	77	3	2	3	3	11
28	4	3	4	3	14	78	3	3	3	2	11
29	4	4	4	3	15	79	3	3	3	3	12
30	4	4	3	4	15	80	3	3	2	2	10
31	4	4	4	3	15	81	4	2	2	3	11
32	4	4	4	4	16	82	3	3	1	3	10
33	4	4	3	4	15	83	4	2	2	2	10
34	4	4	4	4	16	84	3	2	2	2	9
35	4	4	4	4	16	85	3	2	1	3	9
36	4	4	4	3	15	86	3	3	2	3	11
37	4	4	3	4	15	87	3	3	2	2	10
38	4	4	4	4	16	88	4	2	2	2	10
39	4	3	4	4	15	89	3	2	2	2	9
40	4	4	3	4	15	90	3	2	2	2	9
41	4	4	3	4	15						
42	4	3	4	4	15						
43	3	4	3	4	14						
44	4	3	4	4	15						
45	4	4	4	4	16						
46	3	4	3	3	13						
47	4	3	3	4	14						
48	4	3	4	4	15						
49	4	3	4	3	14						
50	4	3	3	3	13						

1.6 Hasil Olah Data

1.6.1 Uji Validitas

a. Variabel Modal (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Modal
X1.1	Pearson Correlation	1	,328**	,480**	,747**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,000
	N	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	,328**	1	,458**	,770**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000
	N	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	,480**	,458**	1	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90
Modal	Pearson Correlation	,747**	,770**	,833**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Variabel Lokasi (X2)

		Correlations					
		X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Lokasi
X2.4	Pearson Correlation	1	,145	,344**	,336**	,276**	,637**
	Sig. (2-tailed)		,172	,001	,001	,008	,000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.5	Pearson Correlation	,145	1	,318**	,210*	,278**	,603**
	Sig. (2-tailed)	,172		,002	,047	,008	,000

	N	90	90	90	90	90	90
X2.6	Pearson Correlation	,344**	,318**	1	,195	,360**	,685**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002		,066	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.7	Pearson Correlation	,336**	,210*	,195	1	,461**	,653**
	Sig. (2-tailed)	,001	,047	,066		,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.8	Pearson Correlation	,276**	,278**	,360**	,461**	1	,713**
	Sig. (2-tailed)	,008	,008	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90	90	90
Lokasi	Pearson Correlation	,637**	,603**	,685**	,653**	,713**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90	90

** .Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* .Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Variabel Permintaan (X3)

Correlations

		X3.9	X3.10	X3.11	Permintaan
X3.9	Pearson Correlation	1	,270*	,295**	,553**
	Sig. (2-tailed)		,010	,005	,000
	N	90	90	90	90
X3.10	Pearson Correlation	,270*	1	,616**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,010		,000	,000
	N	90	90	90	90
X3.11	Pearson Correlation	,295**	,616**	1	,891**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000		,000
	N	90	90	90	90

Permintaan	Pearson Correlation	,553**	,841**	,891**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. Variabel Pendapatan (Y)

		Correlations				
		Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Pendapatan
Y.12	Pearson Correlation	1	,297**	,477**	,295**	,640**
	Sig. (2-tailed)		,005	,000	,005	,000
	N	90	90	90	90	90
Y.13	Pearson Correlation	,297**	1	,402**	,464**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90
Y.14	Pearson Correlation	,477**	,402**	1	,423**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90	90
Y.15	Pearson Correlation	,295**	,464**	,423**	1	,756**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90	90
Pendapatan	Pearson Correlation	,640**	,746**	,800**	,756**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1.6.2 Uji Reliabilitas

a. Variabel Modal (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,686	3

b. Variabel Lokasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,672	5

c. Variabel Permintaan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,663	3

d. Variabel Pendapatan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,716	4

1.7 Dokumentasi

















KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngalyan telp. (024) 7609454 Semarang 50185
website : Febi.walisongo.ac.id - Email : febivalisongo@gmail.com

Nomor : B-1981/Un.10.5/D1/TL.00/07/2019
Lampiran : -
Hal : Surat Pengantar Izin Pra Riset

10 Juli 2019

Yth.

Kepala Pasar Rakyat Winong Kab. Pati
Jl. Raya Winong Kab. Pati
Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin Pra Riset kepada :

Nama : Ahmad Asrori
NIM/Program/Smt : 1705026181 / S.1 / X
Jurusan : Ekonomi Islam
Alamat : Dk. Karangbale Rt.05 Rw.02 Ds.Karangrejolor Jakenan Kab. Pati
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi dalam Ilmu Ekonomi Islam Program S.1
Judul Skripsi : Pengaruh Modal, Lokasi, dan Permintaan di Hari Raya Idul Fitri terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Winong
Waktu Research : 10 Juli 2019 sampai selesai
Lokasi Penelitian : Pasar Rakyat Winong Kab. Pati

Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan :
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN.Walisongo Semarang
(sebagai laporan)

RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ahmad Asrori
2. TTL : Pati, 6 Oktober 1996
3. NIM : 1705026181
4. Alamat : Dk Karangbale Rt 05/Rw 02, Ds
Karangrejolor, Kec Jakenan, Kab Pati.
5. Hp : 087717155613
6. E-mail : amd.asrori@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal :
 - a. SD Negeri Karangrejolor Jakenan.
 - b. MTS Matholi'ul Huda Sokopuluhan Pucakwangi.
 - c. MA Matholi'ul Huda Sokopuluhan Pucakwangi.
 - d. D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
 - e. S1 Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.
2. Pendidikan Non-Formal :
 - a. Kursus Bahasa Inggris di PPB UIN Walisongo Semarang.
 - b. Kursus Bahasa Arab di PPB UIN Walisongo Semarang.

3. Riwayat Magang
 - a. Magang di BRIS Syariah Cabang Semarang
 - b. Magang di KSP Giri Muria Grup Kudus

Semarang, 22 Juli 2019

Ahmad Asrori