MODEL KEUNTUNGAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL

DI KABUPATEN SLEMAN

SKRIPSI

DisusunOleh:

Nama	**: Melinda Dwi YunitaSari**
NomorMahasiswa	**: 13313265**
Jurusan	**: Ilmu Ekonomi**

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

MODEL KEUNTUNGAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN SLEMAN

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir

Guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1

Jurusan Ilmu Ekonomi,

Pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama	: Melinda Dwi Yunitasari
Nomor Mahasiswa	: 13313265
Jurusan	: Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain seperti yang dimaksut dalam buku pedoman penyusunan skripsi jurusan Ilmu Ekonomi UII. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, April 2017



Melinda Dwi Yunitasari

PENGESAHAN

MODEL KEUNTUNGAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN SLEMAN

Nama : Melinda Dwi Yunitasari

Nomor Mahasiswa : 13313265

Jurusan : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, April 2017

Telah Disetujui dan Disahkan Oleh

Dosen Pembimbing,

Abdul Hakim.S.E.,M.E.c.,Ph,D

iv

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

MODEL KEUNTUNGAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN SLEMAN

Disusun Oleh : **MELINDA DWI Y. S.**

Nomor Mahasiswa : **13313265**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 19 April 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Abdul Hakim, SE, M.Ec., Ph.D. .....

Penguji : Agus Widarjono, SE., MA.,Ph.D .....

Ari Rudatin, Dra., M.Si. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MODEL KEUNTUNGAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI

KABUPATEN SLEMAN

ABSTRAKSI

Keuntungan (laba) secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu (Harnanto, 2003). Laba adalah perbedaan antara pendapatan dengan beban jika pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba bersih (Simamora,2000) .

Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan data pertanyaan (kuisioner) secara kuantitatif dan kualitatif. Data yang diperoleh dari penjual pedagang pasar tradisional di daerah kabupaten sleman dengan jumlah 50 responden. Setelah mendapatkan data yang diperoleh dari menyebar kuisioner maka penguji melakukan uji kuisioner. Uji yang digunakan untuk uji kuisioner adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya yaitu model yang digunakan sebagai alat analisis adalah Regresi Kuadrat Terkecil/OLS (*Ordinary Least Square)* dengan data deret hitung (*Cross section).* Model OLS ini digunakan untuk menguji spesifikasi model dan kesesuaian teori dengan kenyataan. Pengujian dalam analisis ini menggunakan program komputer *Ekonometric Eviews.* Pembahasan dilakukan secara ekonometrik.

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan pedagang, jumlah konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan pedagang, pengalaman berdagang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan pedagang, jam dagang berpengaruh positif dan signifikan terhadapap jumlah keuntungan pedagang pasar tradisional di Kabupaten Sleman.

Kata Kunci : Keuntungan, Jumlah Konsumen, Pengalaman Berdagang, Jam Dagang.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji syukur kepada AllAH SWT atas rahmat Nya skripsi ini dapat diselesaikan.

Kepada Ayah dan Ibu tercinta

Terimakasih atas segala kasih sayang, dukungan, kepercayaan dan doa yang selalu dipanjatkan kepadaku.

HALAMAN MOTTO

Kerjakanlah, Wujudkanlah, Raijlah Cita Citamu Dengan

Memulainya Dari Berkerja Bukan Hanya Menjadi Beban

Dalam Impianmu

Selalu Berpikir Besar, dan Bertindak Mulai Sekarang

Ingatlah Bahwa Kesuksesan Selalu Disertai Dengan Kegagalan

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam semoga selalu dilimpahkan kepada Allah SWT dan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, dan karena syafatnya kita dapat hijrah dari zaman kegelapan menuju zaman yang diridhoi oleh Allah SWT.

Penyusunan skripsi ini adalah sebagai tugas akhir yang merupakan syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata S-1 pada Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan laporan penelitian ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan, sehingga segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis demi kesempurnaan laporaan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi diri penulis dan pihak – pihak terkait lainnya.

Dalam penulisan penelitian ini penulistidak lupa pula mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Abdul Hakim, S.E., M.Ec., Ph.D. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

2. Dr. H. Dwipraptono Agus Harjito, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Kepada kedua orang tua saya Mugiyanto dan Srimulyani yang telah memberi dorongan, semangat, doa dan kasih sayang.
4. Untuk kakak saya Melia Eka Ningtyasoktaviana dan Hasan Dwi Febriana yang selalu ada ketika saya butuh bantuan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi
5. Untuk teman dekat saya Fauzan Fathurrahman terimakasih selalu ada dan semangatnya.
6. Teman seperjuangan di kampus Dwi Puspaningrum, Diana Purwitahastitah, Ragil Dian Palupi, Nurcahya Ningtyas, Shila Nafila terimakasih atas dukungan kalian dan kebaikan kalian selama 3,5 tahun ini.
7. Teman saya dari kecil Nuni Kusuma yang baik hati bersedia membantu saya.
8. Teman teman IE yang lainnya terimakasih untuk dukungan dan doanya, senang kenal kalian dan menjadi keluarga besar FE IE UII 2013.
9. Teman teman KKN 338 terimakasih telah menjadi partner selama sebulan dan sampai sekarang Eva, Puni, Firda, Yudis, Ridho, Iqbal, Subhi
10. Teman dari SMA Neneng, Dina, Dinda yang baik selalu membantu saya dan doa yang telah kalian berikan.

Demikian skripsi ini penulis susun dan tentunya masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi, kritik dan saran diperlukan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi segenap pembaca.

Yogyakarta, 15 Januari 2017

Penulis

Melinda Dwi Yunitasari

Daftar Isi

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN v
HALAMAN ABSTRAKSI vi
HALAMAN PERSEMBAHAN vii
HALAMAN MOTTO viii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
BAB II 7
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI 7
2.1 Tinjauan Pustaka 7
2.2 Landasan Teori 11
2.2.1 Pasar 11
2.2.1.1 Pengertian Pasar 11
2.2.1.2 Karakteristik Pasar 12
2.2.1.3 Damapak Adanya Pasar Tradisional 13
2.2.1.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Pasar Tradisional 15
2.2.2 Teori Permintaan 16
2.2.2.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan 17

2.2.3 Teori Penawaran.....18
2.2.3.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penawaran 19
2.2.4 Teori Keuntungan 20
2.2.5 Teori Modal 21
2.2.6 Teori Jumlah Konsumen.....22
2.2.7 Teori Pengalaman Berdagang.....22
2.2.8 Teori Jam Berdagang.....22
2.2.8.1 Teori Pedagang 23
2.2.8.2 Macam-macam Pedagang.....23
2.2.9 Hipotesis Penelitian 25
BAB III 26
METODE PENELITIAN.....26
3.1 Jenis Penelitian.....26
3.2 Lokasi Penelitian.....27
3.3 Cara Pemilihan Sampel.....27
3.4 Definisi Operasional Penelitian.....28
3.4.1 Variabel Independen. 28
3.4.1.1 Keuntungan. 28
3.4.2 Variabel Dependen. 29
3.4.2.1 Modal. 29
3.4.2.2 Jumlah Konsumen.....29
3.4.2.3 Pengalaman Berdagang.....30
3.4.2.4 Jam Berdagang.....30
3.5 Data dan Metode Pengumpulan Data.....31
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....31
3.6.1 Uji Validitas. 31
3.6.2 Uji Reliabilitas. 32
3.7 Teknik Analisis Data.....34
3.7.1 Deskriptif Statistika. 34
3.8 Uji Asumsi Klasik.....35
3.8.1 Uji Autokorelasi.....35

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas. 36
3.8.3 Uji Multikolonieritas.....37
BAB IV 39
ANALISIS DATA 39
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian dan Pembahasan.....39
4.1.1 Variabel Penelitian.....39
4.1.2 Objek Penelitian.....39
4.1.3 Pelaksanaan Penelitian.....40
4.1.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....43
4.1.5 Deskripsi Pedagang.....46
4.1.6 Pendapat Pedagang Terhadap Keutungan.....53
4.2 Uji Linier Berganda.....56
4.2.1 Hasil Analisis Regresi Persamaan Linier Berganda.....58
4.3 Uji Autokorelasi.....60
4.3.1 Hasil Analisis Uji Autokorelasi. 61
4.4 Uji Heteroskedastisitas.....62
4.4.1 Hasil Analisis Uji Heteroskedatisitas.....63
4.5 Uji Penyembuhan Heteroskedastisitas.....65
4.5.1 Hasil Analisis Uji Penyembuhan Heteroskedatisitas.....66
4.6 Uji Multikolinieritas.....66
4.6.1 Hasil Analisis Uji Multikolinieritas.....67
BAB V.....68
SIMPULAN DAN IMPLIKASI.....68
SIMPULAN. 68
SARAN.....69
DAFTAR PUSTAKA.....70
LAMPIRAN.....73

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

4.1 Hasil Uji Validitas……43

4.2 Hasil Uji Reliabilitas……44

4.3 Identitas Pedagang 45

4.4 Identitas Pedagang 46

4.5 Identitas Pedagang 47

4.6 Identitas Pedagang 47

4.7 Identitas Pedagang 48

4.8 Identitas Pedagang 49

4.9 Identitas Pedagang 50

4.10 Identitas Pedagang 51

4.12 Identitas Pedagang 51

4.12 Identitas Pedagang 52

4.13 Hasil Regresi Persamaan Linier Berganda..... 57

4.14 Hasil Regresi Uji Autokorelasi 60

4.15 Hasil Regresi Uji Heteroskedastisitas 63

4.16 Hasil Estimasi yang Tidak Terdapat Masalah Heteroskedastisitas..... 65

4.17 Hasil Regresi Multikolinieritas 67

Data Rekapitulasi Kuisioner 73

Data Penelitian 75

Kuisioner 76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Banyak cara untuk meningkatkan tarif hidup daerah, khususnya di daerah Kabupaten Sleman salah satunya adalah dengan memiliki usaha perdagangan yang terjadi di pasar tradisional kabupaten sleman. Pasar tradisional memiliki peran penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi indonesia terutama masyarakat sekitar pasar tradisional Kabupaten Sleman. Di dalam pasar tradisional terdapat banyak aktor yang berperan penting seperti penjual pembeli dan pekerja lainnya. Sama hal pasar tradisional itu sendiri memiliki kekurangan salah satunya adalah pasar tradisional tidak disediakan untuk pembeli dalam jumlah yang banyak dalam satu agen karena keterbatasan modal yang ada. Di pasar tradisional juga tidak terdapat fasilitas dan pelayanan yang memadahi seperti di pasar modern. Contohnya adalah di pasar tradisional kebanyakan tidak ada lemari pendingin, tidak terdapat pendingin ruangan sehingga konsumen terkadang merasa gerah saat masuk pasar tradisional. Akan tetapi pasar tradisional memiliki keunggulan di bandingkan pasar modern yaitu sebagai berikut

1. Pada pasar tradisional terjadi banyak interaksi
2. Harga yang ada di pasar tradisional jauh lebih ringan (boleh tawar menawar)
3. Pada pasar tradisional tidak dikenakan biaya tambahan pajak pertambahan nilai

Banyak bidang informal yang berpotensi untuk di angkat dan dikembangkan sehingga menghasilkan keuntungan dan pendapatan untuk keluarga dan dapat menyerap tenaga kerja salah satunya adalah dengan memiliki usaha berdagang di pasar tradisional Kabupaten Sleman. Dengan memiliki usaha maka dapat memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, hal ini disebabkan pendapatan masyarakat Indonesia yang sumber pendapatannya kebanyakan dari hasil pertanian.

Pemerintah menghimbau masyarakat agar menciptakan lapangan kerja sendiri seperti berdagang di pasar tradisional Kabupaten Sleman . bagi masyarakat kota Yogyakarta khususnya aktivitas di luar sektor pertanian bukan merupakan hal yang baru, hal ini di latar belakangi oleh

1. Tidak cukupnya pendapatan di sektor pertanian.
2. Pekerjaan dan pendapatan diusaha tani bersifat musiman sehingga diperlukan waktu untuk menunggu.
3. Usaha tani mengandung resiko dan ketidakpastian.

Pendapatannya sangat terbatas karena sumber penghasilan masyarakat Indonesia hanya dari pertanian. Padahal dengan semakin banyaknya penduduk tidak memungkinkan untuk membuka lapangan pekerjaan. Tetapi dengan memiliki usaha di bidang informal seperti berdagang dapat meningkatkan taraf hidup dan meningkatkan tingkat pendapatan masyarakat Indonesia khususnya masyarakat sekitar pasar tradisional Kabupaten Sleman.

Di zaman yang semakin modern ini semakin banyak orang memiliki alat komunikasi seperti *handphone* yang berbasis internet. Alat komunikasi *handphone* di gunakan sebagaian orang untuk berjualan online sehingga tidak perlu pergi kesuatu tempat dan tidak perlu bertatap muka cukup memesannya lalu dikirim hal ini cukup efisien untuk sebagian konsumern karena tidak perlu repot-repot keluar rumah ditambah dengan pasar modern yang semakin banyak dan bersih. Menurut warga yang lebih memilih berbelanja di pasar modern mengatakan bahwa pasar modern lebih nyaman, bersih dan bebas dari copet hal ini cukup berbanding kebalik dengan keadaan di pasar tradisional dimana pasar tradhisional terkesan kotor dan terkadang masih banyaknya copet dan pengemis yang marajalela sehingga menyebabkan pembeli tidak nyaman untuk berbelanja ke pasar tradhisional (konsumen pasar modern dan tradisional, 2016)

Hal ini di dukung dengan data dari dinas perindustrian perdagangan dan koprasi sleman yang menjelaskan bahwa jumlah toko modern yang beroperasi di sleman saat ini berjumlah 180 unit dari jumlah tersebut tersebut, sebanyak 89 unit toko modern berjarak kurang satu kilometer dari pasar tradisional sedang sisanya, yakni sebanyak 91 unit, berjarak lebih dari satu kilometer kepada 91 unit toko modern yang berjarak lebih dari satu kilometer dari pasar tradisional, agar segera mengurus perizinan. Ada hal pokok yang perlu dipatuhi dalam mendirikan toko modern, yaitu kesesuaian dengan tata-ruang, jara deangan pasar tradisional (satu kilometer), dan kemitraan (lima persen produk lokal dan enam puluh persen tenaga kerja lingkup sleman). Izin yang harus dipenuhi toko modern meliputi Izin Peruntukan Tanah (IPT), Izin Mendirikan Bangunan (IMB), Dokumen

Lingkungan, Izin Gangguan dan Ijin Usaha Toko Modern (IUTM). Selama toko modern yang sudah ada ini belum menyelesaikan perizinan maka Pemerintah Kabupaten Sleman tidak akan mengeluarkan izin baru bagi toko modern(www.jogjadaily.com).

Dari paparan diatas sangat mempengaruhi keuntungan para pedagang yang ada di pasar tradisional karena sebagian warga lebih memilih untuk berbelanja dipasar modern tidak hanya itu banyaknya penjual online sehingga mengurangi minat pemebeli untuk kepasar tradisional. Seharusnya pemerintah memperatikan saran dan prasanarana dipasar tradisional terutama dipasar tradhisonal Kabupaten Sleman dimana kondisinya cukup memprihatikan masih kotor, becek dan masih banyak pengemis bukan hanya itu untuk arkiran saja dipasar tradhisonal pakem tidak memungkinkan dan menyebabkan macat karena kurangnya lahan parkir di pasar terserbut. Agar mampu bersaing dengan pasar modern pedagang yang ada di pasar Kabupaten Sleman harus mampu memberikan pelayanan yang menarik seperti yang ada dipasar modern agar dapat memuaskan konsumen. Para pedagang tradisional yang ada di Kabupaten Sleman harus bisa mempertanggungjawabkan barang yang diperjual belikan selain itu pedagang tradisional memiliki tata ruang yang rapi dan tertata sehingga membuat para pembeli dan penjual merasa lebih nyaman. Jika pasar tersebut memiliki tata ruang yang rapi maka pasar tradisional pakem akan terlihat lebih rapi, bersih dan terlihat kumuh selain tata ruang yang rapi pasar tradisonal Kabupaten Sleman menyediakan tempat parkir yang memadai dan layak dipergunkan hal tersebut dapat menarik menarik konsumen untuk melakuakan interaksi di pasar tradisional.

Harga yang relatif murah, fasilitas yang memadai, tata ruag yang rapi dan barang yang dapat dipertanggung jawabkan oleh penjual maka konsumen akan lebih tertarik melakukan jual beli di pasar tradisional.

Selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi dunia perdagangan adalah modal usaha yang dibutuhkan, lamanya jam usaha dengan pendapatan yang dihasilkan dan saat menjalankan usaha harus memiliki pengalaman terlebih dahulu karena sangat berpengaruh dengan tingkat pendapatan pedagang tradisional yang ada di pasar Sleman. Lamanya seseorang dalam menjalankan dan menekuni bisnis akan berpengaruh pada profesi. Salah satu contoh pedagang harus pandai mengatur keuangan agar tidak terjadi kerugian disamping itu pedanga harus pandai menarik perhatian konsumen. Perhatian dari pemerintah setempat juga sangat dibutuhkan untuk mengatur daya saing pasar tradisional terhadap pasar modern.

Keuntungan adanya pasar tradisional dalam mempengaruhi pendapatan adalah (kompasiana, 2016).

1) Meningkatkan dan membangun perekonomian masyarakat indonesia
2) Membantu meningkatkan keuangan masyarakat indonesia
3) Membantu meningkatkan pendapatan daerah

Untuk memperlancar usaha pedagang pasar tradisional khususnya pasar tradisional di Sleman pemerintah seharusnya membuat kebijakan, salah satu contoh dari kebijakan tersebut adalah dengan adanya kebijakan tersebut maka usaha mikro akan berkembang.

1.2. Rumusan Masalah

Setelah melihat latar belakang perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi keuntungan pedagang pasar tradisional di kabupaten sleman. Melihat latar belakang masalah diatas, maka masalah tersebut adalah:

1. Seberapa besar pengaruh modal terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional kabupaten Sleman?
2. Seberapa pengaruh jumlah konsumen terhadap keuntungan pedagang tradisional di kabupaten Sleman?
3. Apakah pengalaman berdagang berpengaruh terhadap keuntungan pedagang tradisional di kabupaten Sleman?
4. Apakah jam dagang mempengaruhi jumlah keuntungan pedagang tradisional di kabupaten Sleman?

1.3. Tujuan

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh modal terhadap keuntungan pedagang pasar tradisionl di Kabupaten Sleman.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh jumlah konsumen terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional di Kabupaten Sleman.
3. Untuk menganalisis apakah pengalaman berdagang berpengaruh terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional di Kabupaten Sleman.
4. Untuk menganalisis apakah jam berdagang berpengaruh positif terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Aryani (2013) dalam peneliti ini menganlisi tentang efek pendapatan pedagang tradisional dengan ramainya kemunculan minimarket di kota Malang. Analisis ini akan mengungkapkan kondisi pasar tradisional dan pasar modern secara deskriptif kualitatif, dan untuk mendukung dalam melihat pengaruh keberadaan minimarket terhadap jumlah pendapatan di pasar tradisional. Analisi ini menggunkan analisi kuantitatif yaitu menggunakan uji beda (uji t) dengan α = 0,05. Populasi pada peneliti ini adalah para pedagang pasar tradisional di kota malang. Berdasarkan data dari dinas pasar kota malang tahun 2009, terdapat 29 pasar di 5 kecamatan, dari 5 kecamatan dipilih secara acak 3 kecamata dari masing-masing kecamatan tersebut kemudian di ambil secara acak masing-masing 2 pasar. Tekhnik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Daftar pertanyaan yang diajukan kepada pedagang pasar tradisional guna memperoleh data tentatng jumlah pembeli, jumlah omzet, jumlah tenaga kerja pengaruh keberadaan minimarket terhadap penjualannya. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh dengan mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian guna mengetahui kondisi objek yang di tuju. Selanjutnya interview yaitu cara pengumpulan data dengan langsung mengadakan tanya jawab kepada objek yang diteliti atau kepada pihak lain yang berhubungan dengan persoalan dari objek yang sedang di teliti.

Masitoh (2013) dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui apa dampak restrukturisasi pasar tradisional? Apakah revitalisasi pasar tradisional berdampak pada peningkatan omset pedagang? Bagaimana pengelolaan pasar baru hasil restrukturisasi? Apakah terjadi perbedaan dengan ketika belum direstrukturisai? Untuk mencari jawaban pertanyaan tersebut tulisan ini melihat proses revitalisasi Pasar Piyungan, Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, DIY. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah: 1). Pasar Piyungan merupakan salah satu pasar tradisional yang telah direvitalisasi oleh Pemerintah Daerah Bantul. 2). Pasar Piyungan telah memiliki sejumlah fasilitas penunjang modern seperti ruang khusus merokok, penitipan anak, dan lain-lain. 3). Pasar Piyungan mengembangkan program pengolahan sampah yang dikelola oleh Karang Taruna. 4). Pasar Piyungan telah menjadi model pasar tradisional ideal. Peneliti melakukan wawancara dengan Pak Arin84, salah seorang staf di Kantor Pengelolaan Pasar Kabupaten Bantul. Wawancara dengan beliau selalu dilakukan pada pagi hari setelah beliau melaksanakan apel pagi, yaitu sekitar pukul 07.30. Pak Arin selalu menolak wawancara dimulai lebih siang dari itu, karena beliau harus melakukan pemantuan ke pasar-pasar.

Sarwoko (2008) Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi pasar tradisonal dilihat dari aspek konsumen, produk/komoditas, dan harga; mengetahui dampak kehadiran ritel modern (Indomaret dan Alfamart) terhadap kinerja pedagang di pasar tradisional, dilihat dari omset, keuntungan, dan jumlah

tenaga kerja. Pasar tradisional yang dijadikan obyek penelitian adalah 5 pasar tradisional omset terbesar yang berada di wilayah Kabupaten Malang yaitu pasar Lawang, pasar Kepanjen, Pasar Lawang, Gondanglegi, Singosari, Tumpang, Kepanjen, dan Pasar Dampit. Sampel penelitian adalah pedagang di pasar tradisional, jumlah sampel yang diambil sebanyak 60 pedagang atau 12 pedagang pada masing-masing pasar, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dengan pedagang, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis

deskriptif dan statistik inferensial yaitu Uji Beda sampel berpasangan *(paired sample t test)*. Hasil penelitian tentang kondisi pasar tradisional menunjukkan bahwa konsumen di pasar tradisional didominasi oleh konsumen toko/warung yaitu konsumen yang berbelanja di pasar tradisional untuk tujuan dijual lagi. Produk yang dijual di pasar tradisional umumnya didominasi bahan makanan (sembako), baru kebutuhan rumah tangga lainnya, selanjutnya tentang harga, karena mekanisme transaksi di pasar tradisional dilakukan dengan tawar menawar maka harga komoditas antar pedagang sangat bersaing. Hasil penelitian tentang kinerja pasar tradisional menunjukkan omset pedagang justru mengalami peningkatan dibandingkan tahuntahun sebelumnya (setelah berdiri ritel modern).

Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu obyek penelitian pada penelitian terdahulu di kota Malang yang terdapat 29 pasar di 5 kecamatan, dari 5 kecamatan dipilih secara acak 3 kecamatan dan dari masing masing 2 pasar yang akhirnya terpilih 6 pasar yaitu pasar klojen, oro-oro dowo, blimbing, bunul, tawangmangu dan dinoyo. Sampel sebagai respondennya adalah pedagang di

pasar tradisional malang dan para pembeli di pasar masing-masing sebanyak 50 orang. Variabel dependenya adalah pendapatan, variabel independennya adalah pedagang, pembeli dan jumlah toko modern.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pasar

2.2.1.1 Pengertian pasar

Secara umum pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Menurut peraturan RI.No 112 tahun 2007 pasar adalah area tempat untuk melakukan jual beli barang dengan jumlah penjual atau jumlah produsen yang lebih dari satu, baik itu pusat perbelanjaan, pasar tradisional, perkotaan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan yang lainnya. Definisi pasar secara luas adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja serta kemauan untuk membelanjakannya (Stanton, 2003).

Pasar dalam pengertian pemasaran adalah merupakan orang-orang ataupun organisasi yang mempunyai kebutuhan akan produk yang kita pasarkan dan mereka itu memiliki daya beli yang cukup guna memenuhi kebutuhan.

Menurut The American Marketing telah memberikan definisi tentang pasar, pasar adalah suatu kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen atau pemakai. Menurut William J. Stanton, pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk dijual dan kemampuan untuk membelanjakan. bahwa preferensi atau pemikiran konsumen mengalihkan tempat untuk belanja yang tadinya dari pasar tradisional ke pasar modern dipandu dan di sebabkan oleh pilihan rasional yaitu harga yang rendah ketika mendaptakn diskon, lebih terjaminnya kualitas jenis barang dibandingkan dengan pasar tradisional, tempat yang lebih nyaman ketika melakukan transaksi

yang dikarenakan di pasar modern lebih bersih dan tidak bau dan fasilitas yang lebih terpenuhi dari pada belanja di pasar tradisional (Hidayat, 2008)

2.2.1.2. Karakteristik Pasar

Salah satu karakteristik dari pasar tradisional adalah banyaknya pedagang menjual barang dengan karakteristik yang sama selain itu penetuan harga dilakukan dengan cara tawar menawar (Sinungan & Alexander,1987). Sedangkan yang dimaksut dengan pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen atau dengan cara yang modern, biasanya pasar modern terdapat di daerah perkotaan yang menyediakan barang dan jasa yang mutu dengan pelayanan kepada konsumen dengan baik dan memuaskan, biasanya konsumen dan produsennya adalah masyarakat menengah ke atas, karena pada dasarnya modal yang dimiliki pasar modern lebih tinggi di bandingkan pasar tradisional, pada pasar modern saat melakukan transaksi tidak adanya proses tawar menawar. Pasar modern antara lain mall, supermarket, minimarket, departemen store, shopping centre, waralaba dan sebagainya, Sinaga (2004). Berdasarkan (Collett & Wallace, 2006), pasar tradisional dan pasar modern memiliki perbedaan yaitu:

1. Jika pada pasar tradisional masih terjadi proses tawar menawar harga sedangkan di pasar modern sudah pasti ditandai dengan label harga.
2. Dalam proses jual beli terjadi kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin terjdai di pasar modern.
3. Jika harga pada pasar tradisional dapat di tawar tetapi pada pasar modern harga terkadang mendapatkan diskon atau sedang ada promo sehingga harga pada pasar modern jadi lebih murah.

2.2.1.3 Dampak Adanya Pasar Modern

Dampak Pasar modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Sebenarnya pasar modern dan pasar tradisional mempunyai kelebihan masing-masing dan memiliki kekurangan masing-masing dimana yang membikin konsumen untuk memilih melakukan transaksi jual beli. Kelebihan dari pasar tradisional yaitu dimana pasar tradisional terjadi proses tawar menawar harga yang memungkinkan terjalin kedekatan antara penjual dan pembeli Menurut Endi Sarwoko (2010), dampak keberadaan pasar modern yaitu saat melakukan transaksi tawar menawar yang tidak di dapatkan di pasar modern, dikarenakan pasar modern sudah memiliki harga yang tetap dan tidak boleh ditawar atau ditandai dengan label harga. Salah satu keunggulan pasar modern atas pasar tradisional adalah pada pasar tradisional tidak menjalin hubungan dengan agen besar untuk memasok barang dagangannya dan biasanya dalam jangka waktu yang lama yang meningkatkan efisiensi melalui skala ekonomi yang besar. Ancaman yang muncul dari keberadaan pasar modern yaitu mematikan pedagang pasar tradisional karena pergeseran kebiasan konsumen dengan perkembangan jaman. Posisi yang berdekatan anatar pasar tradisional dan pasar modern sehingga membikin konsumen lebih memilih berbelanja di pasar modern dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh pasar modern. Sehinggal hal tersebut sangat berpengaruh dengan pendapatan pedagang pasar tradisional yang makin hari makin menurun.

Sedangkan menurut Penelitian yang dilakukan Nielsen (2005) mengemukakan dampak adanya pasar modern terhadap pasar tradisional, yaitu:

1. Menyebabkan pasar tradisional omsetnya menurun karena konsumen yang banyak beralih ke pasar modern hal ini disebbkan karena keunggulan yang dimiliki oleh pasar modern sehingga menurunkan minat konsumen untuk melakukan transaki jual dan beli. Selain itu pergeseran jaman yang semakin

modern konsumen lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern, kebanyakan hanya ibu-ibu yang mau ke pasar tradisional tetapi pada pasar modern dari semua kalangan kebanyakan berbelanja di pasar modern. Hal itu di karenakan pasar tradisional yang masih kumuh, keamanannya yang kurang sehingga harus mendapatkan perhatian yang lebih dari pemerintah agar konsumen tidak semuanya beralih ke pasar modern dan omset pada pedagang tradisional tidak menurun.

2. Di berbagai wilayah banyak pedagang pasar tradisional mengalami gulung tikar penyebab gulung tikar karena maraknyan pasar modern di berbagai wilayah dan jarak yang berdekatan antara pasar tradisional dan pasar modern mengakibatkan pasar tradisional untuk menutup kiosnya karena minatnya konsumen ke pasar modern. Karena pemasukan yang diterima pedagang tradisional mengalami penurunan yang sangat banyak sehingga banyak pedagang pada pasar tradisional mengalami gulung tikar.

Menurut Sarwoko (2010), dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional, yaitu:

1) Mematikan pedagang pasar tradisional

   Karena pergeseran kebiasaan konsumen dengan perkembangan jaman. Konsumen lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern yang lebih bergengsi, ancaman tersebut mengakibatkan mematikan pedagang pasar tradisional. Seharunya pemerintah memiliki kebijakan untuk merevitalisasi pasar tradisional atau mengebangkan pasar-pasar tradisional sehingga pasar tradisional tidak kalah saing dengan pasar mdern.

2) Pendapatan pedagang pasar tradisional yang semakin hari semakin menurun

Keunggulan-keunggulan yang dimiliki pasar modern sangat berpengaruh pada pasar tradisional. Apa lagi jika jarak antara pasar tradisional dan pasar modern sangat berdekatan , hal tersebut sangat berpengaruh dengan pendapatan pedagang pasar tradisional yang semakin hari semakin menurun.

2.2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Pasar Tradisional

Menurut Kuncoro (2008) ada beberapa isu dalam perkembangan pasar tradisional yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan pasar tradisonal dengan adanya pasar modern. Ancaman ancaman yang muncul karena maraknyan pasar modern yaitu menurunkun perkembangan pasar tradisioal. Beberapa isu yang mempengaruhi perkembangan pasar tradisional, yaitu:

1) Jarak antara pasar tradisional dan pasar modern sangat berdekatan sehingga konsumen memilih ke pasar modern. Persaingan antara pasar modern dan pasar tradisional sangatlah mengancam keberadaan pasar tradisional, apa lagi jarak antara pasar modern dan tradisional berdekatan. Hal tersebut sangat memungkinkan msayarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern. Seharusnya pemerintah membuat kebijakan agar pasar modern tidak didirikan berdekatan dengan pasar tradisional.
2) Pasar modern memiliki perkembangan yang sangat pesat di antara pemukiman masyarakat. Perkembangan yang dimiliki pasar modern sangatlah bagus, modal yang dimiliki pasar modern sagat mencukupi sehingga dalam perkembangan pasar modern dapat berkembang pesat. Fasilitas seperti ac kulkas pendingin terdapat di pasar modern itu tidak ditemui di pasar tradisional selain itu perhatian dari pemerintah yang

sangat kurang mengakibatkan pasar tradisional yang kumuh. Hal tersebut membuat pasar tradisional mengalami ketertinggalan.

3) Penerapan berbagai macam syarat perdagangan oleh ritel modern yang memberatkan pemasok barang. Sedikitnya modal yang dimiliki pedagang pasar tradisional tidak memenuhi syarat perdagnagn ritel modern yang memberatkan pemasok barang. Sehingga pedagang pasar tradisional dalam menjual barangnya tidak seperti agen yang besar.
4) Kondisi yang ada di pasar tradisional sangat tertinggal sehigga harus ada kebijakan dari pemerintah. Kebijakan pemerintah yang sangat penting untuk merevitalisasi pasar tradisional seperti merenovasi pasar tradisional. Jika pasar tersebut memiliki tata ruang yang rapi maka pasar tradisional pakem akan terlihat lebih rapi, bersih dan terlihat kumuh selain tata ruang yang rapi pasar tradisonal pakem menyediakan tempat parkir yang memadai dan layak dipergunkan hal tersebut dapat menarik menarik konsemen untuk melakuakan interaksi di pasar tradisional.

2.2.2. Teori permintaan

Teori permintaan adalah teori yang menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlan barang yang diminta atau jumlah barang yang dibeli dengan harga tertentu. A Karim (2007).

Ketika harga mengalami kenaikan maka jumlah barang yang diminta atau jumlah barang yang di beli akan menurun dan sebaliknya ketika harga menurun maka jumlah yang di minta akan meningkat. Dapat dikatakan bahwa hubungan kuantitas yang di minta berhubungan negatif dengan harga. Hubungan antara

harga dan kuantitas ini hanya berlaku untuk sebagian besar barang perekonomian, dan faktanya begitu nyata sehingga para ahli ekonomi menamakannya dengan hukum permintaan (law of demand) dengan menganggap hal lainnya sama disebutkan oleh (Cateris Paribus). Gilarso (2007).

2.2.2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang, yaitu: (Pratama dan Mandala, 2002).

a. Harga barang tersebut

   Harga suatu barang mempengaruhi jumlah barang yang diminta (dibeli). Hubungan antara harga dan permintaan barang itu adalah berbanding terbalik. Semakin murah harga maka jumlah barang yang diminta akan semakin banyak.

b. Harga barang subtitusi

   Barang subtitusi adalah barang pengganti atau barang lain yang jenis atau tujuannya sama. Jadi apabila terjadi kenaikan harga barang subtitusi maka akan menyebabkan kenaikan pada permintaan atas barang itu.

c. Pendapatan

Bila pendapatan itu meningkat maka orang akan memiliki keinginan membeli barang semakin banyak, yang akhirnya menyebabkan permintaan barang semakin meningkat.

d. Ekspetasi Harga di Masa yang Akan Datang

Bila masyarakat beranggapan bahwa di masa yang akan datang akan terjadi kenaikan di suatu barang, maka permintaan barang akan semakin meningkat.

e. Jumlah Konsumen

Apabila jumlah konsumen atau pembeli bertambah maka semakin banyak permintaan akan barang tersebut.

f. Selera

Bila suatu barang sedang menjadi mode atau trend maka permintaan tersebut akan meningkat.

2.2.3. Teori Penawaran

Mankiw (2000) penawaran adalah kuantitas atau jumlah barang dan jasa yang ditawarkan berhubungan positif dengan harga barang. Jika Kuantitas atau jumlah barang dan jasa yang ditawarkan meningkat ketika harga meningkat dan menurun ketika harga menurun. Hubungan antara harga dan kuantitas yang ditawarkan ini dinamakan hukum penawaran (law of supply) dengan menganggap hal lainnya sama, ketika harga barang meningkat, maka kuantitas barang tersebut yang ditawarkan akan meningkat.

Hanafi (2010) penawaran adalah jumlah dari suatu barang atau jumlah kuantitas yang akan dijual dengan pada jumlah harga yang telah ditentukan selama jangka waktu tertentu, asumsi ceteris paribus. Dari rumusan tersebut dapat dilihat bahwa penawaran adalah hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan atau jumlah barang yang diminta (Qs) dan harga per satuan (P). Jumlah barang yang akan ditawarkan atau yang akan dijual dipengaruhi oleh harga barang bersangkutan.

2.2.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran suatu barang, yaitu: (Pratama dan Mandala, 2002).

a. Jumlah Produsen di Pasar: Jika jumlah produsen semakin banyak maka jumlah barang yang ditawarkan juga akan meningkat.
b. Harga Faktor-faktor Produksi: Jika harga faktor produksi meningkat maka biaya produksi juga akan meningkat jumlah barang yang ditawarkan akan menurun, sebaliknya jika harga faktor produksi turun maka biaya produksi akan turun dan jumlah barang yang ditawarkan akan meningkat.
c. Harga Barang Lain: Jika harga barang lain berubah, penawaran barang tertentu mungkin bertambah, mungkin berkurang tergantung reaksi produsen atau penjual serta jenis barang dan hubungannya satu sama lain, apakah barang tersebut termasuk barang pengganti, barang pelengkap, atau barang lepas.

d. Tekhnologi Produksi: hubungannya dengan penawaran suatu barang, kemajuan tekhnologi menimbulkan dua efek berikut (i) produksi dapat ditambah dengan lebih cepat, dan (ii) biaya produksi semakin murah. Dari kedua akibat tersebut dapat disimpulkan bahwa kemajuan tekhnologi cenderung untuk menimbilkan kenaikan penawaran.
e. Ekspetasi Dimasa yang Akan Datang: jika diperkirakan bahwa harga akan naik banyak yang akan mencoba menahan barangnya, menunggu kenaikan harga. Sebaliknya jika harga dperkirakan merosot banyak yang akan mencoba menjual sebanyak mungkin sebelum harga merosot.
f. Pajak dan Subsidi: Beberapa jenis pajak menyebabkan biaya produksi dan harga jual naik dan menyebabkan penawaran berkurang. Sebaliknya, subsidi dari pemerintah memperkecil biaya produksi dan harga jual dengan akibat yang diharapkan menambah penawaran.

2.2.4. Keuntungan

Pengertian keuntungan (laba) secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu (Harnanto, 2003). Laba adalah perbedaan antara pendapatan dengan beban jika pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba bersih (Simamora,2000) Laba merupakan selisih pendapatan setelah dikurangi beban dan kerugian. Keuntungan merupakan salah satu pengukur aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akrual (JWild, KR Subramanyan, 2003) Berdasarkan definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keuntungan (Laba) adalah selisih antara seluruh

pendapatan (*revenue*) dan beban (*expense*) yang terjadi dalam suatu periode. *Earnings* menurut Suwardjono (2005) lebih bermakna sebagai laba yang diakumulasi selama beberapa periode sehingga *earnings* digunakan untuk menunjuk laba periode. *Profit* lebih mengarah pada pengertian awal laba, yaitu keuntungan. Melihat perbedaan bahasa tentang "laba" maka hubungan antara "laba" dan"keuntungan" semakin terlihat jelas. Berdasarkan perbedaan tersebut, pendekatan "keuntungan" terhadap "laba" lebih tampak dalam bentuk "*profit*". Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya, dalam dunia akuntansi, "Laba" bermakna pula sebagai sebuah "keuntungan". Melihat hubungan ini, maka dapat diartikan bahwa salah satu arti dari "laba" adalah keuntungan.

2.2.5 Modal

Modal adalah sebagai barang atau uang, yang bersama-sama faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang baru. (Mubyarto 1973 dalam wirdadi, 2008:4) Dalam artian yang lebih luas, dan dalam tradisi pandangan ekonomi non-Marxian pada umumnya, modal mengacu kepada *asset* yang dimiliki seseorang sebagai kekayaan *(wealth)* yang tidak segera dikonsumsi melainkan disimpan atau dipakai untuk menghasilkan barang/jasa baru (investasi). Dengan demikian, modal dapat berwujud barang dan uang. Modal yang digunakan untuk para pedagang ada dua macam yaitu modal yang menggunakan uangnya milik sendiri dan modal yang biasanya diperolah dari pinjaman atau hutang ke lembaga keuangan.

2.2.6 Jumlah Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka (Kotler dan Keller 2008) Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatankegiatan tertentu (Dharmmesta dan Handoko 2000).

2.2.7 Pengalaman Berdagang

Pengalaman berdagang maksudnya adalah lamanya seorang berdagang dalam menjalankan usaha dagangnya atau lamanya seorang pedagang dalam menggeluti pekerjaannya tersebut. Sehingga pedagang mengetahui bagaimana baik buruknya dalam berdagang dan bagaimana cara mengolah usaha dagangnya dengan baik. (Alfabeta, 2008).

2.2.8 Jam Berdagang

Yang dimaksud jam berdagang adalah lamanya pedagang pasar tradisional berada di pasar untuk menjual barang dagangannya per bulan atau perhari yang di hitung dengan satuan jam (Alfabeta, 2008).

2.2.8.1 Pedagang

Pedagang adalah spesialis dalam berniaga untuk barang dagangan tertentu. (Sodikin, 2000) Sedangkan dalam kamus bahasa Indonesia (Hamzah,1996) pedagang adalah saudagar, orang yang berdagang. Berdagang adalah berjual beli. Dagang adalah usaha jual beli barang; niaga; jual beli barang untuk mendapatkan keuntungan; pekerjaan yang berhubugan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan.

2.2.8.2 Macam-macam Pedagang

1. **Pedagang besar (Grosir)** Adalah pedagang yang melakukan jual beli barang dalam jumlah besar atau pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberikan hak wewenang wilayah/ daerah tertentu dari produsen. Contoh dari agen tunggal adalah seperti ATPM atau singkatan dari Agen Tunggal Pemegang Merek untuk produk mobil.
2. **Pedagang Menengah (Agen)** Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya daridistributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.
3. **Pedangan Eceran (Pengecer)** Pengecer adalah pedangan yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.

4. **Pedagang Kecil (Retailer*)*** Adalah pedagang yang menjual barang secara eceran langsung kepada konsumen.
5. **Pedagang Khusus (specialy seller)** Adalah pedagang yang menjual barang-barang hasil produksi tertentu saja (Khusus).
6. **Pedagang Jasa/Biro** Adalah badan/lembaga yang melayani jasa kepada masarakat. (Sodikin, 2000).

2.2.10. HIPOTESIS PENELITIAN

1. Jumlah modal berpengaruh positif terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional di Kabupaten Sleman
2. Jumlah konsumen berpengaruh positif terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional di Kabupaten Sleman
3. Pengalaman berdagang berpengaruh negatif terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional di Kabupaten Sleman
4. Jam berdagang berpengaruh positif terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional di Kabupaten Sleman

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, maka penelitian ini termasuk peneilitian primer dengan menggunakan metode kuantitatif. Artinya semua informasi atau data yang didapatkan diwujudkan dalam bentuk angka, analisisnya berdasarkan angka tersebut dengan analisis statistik. Dalam penelitian ini proses analisis statistiknya dengan menggunakan bantuan komputer.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Hal ini dikarenakan penelitian dilakukan pada populasi besar dan kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga di temukan kejadian-kejadian relative distributif hubungan-hubungan variabel sosiologis maupun psikologis menurut (Sugiyono 2007 : 25). Menurut Effendi (1995 : 37) penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok, pada umumnya yang merupakan unit analisa dalam penelitian survei adalah individu. Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah SPSS dan eviews.

3.2. Lokasi Penelitian

Tempat penilitian yang dipilih oleh penulis adalah beberapa pasar tradisional yang berada di kabupaten sleman.

3.3 Cara Pemilihan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dalam pemilihan pasar. Peneliti akan meneliti variabel yang mempengaruhi keuntungan yang diterima oleh pedagang kelontong pasar tradisional. Sudah diketahui umum bahwa semua pasar tradisional terdapat pedagang kelontong. Jadi secara sengaja (purposive), peneliti melakukan perburuan (hunting) sampel pedagang kelontong pasar tradisional ke beberapa pasar tradisional, tak perlu semua pasar tradisional dimasuki dan dijadikan untuk penelitian, atau disampel. Di 10 pasar itu saja pun mungkin peneliti harus cukup memakan waktu lama untuk melakukan banyak perbincangan agar mendapatkan informan yang diinginkan. Setelah terjun langsung kelapangan dalam pemilihan sample penelitian mengetahui pasar mana yang efektif dan efesien untuk melakukan penelitian, dari pada peneliti harus mencari carri kemana mana dan belum tentu menemukan apa yang dicari.

sedangkan untuk pemilihan sampel responden (pedagang) peneliti menggunakan *accidental sampling*. Peneliti mengambil sebagai sampel karena kebetulan pedagang tadi ada di situ dan kebetulan peneliti mengenali responden yang akan dijadikan sampel, bukan hanya itu dalam hal kebetulan tersebut peneliti banyak menemukan respondan yang tidak susah untuk di wawancarai dan di berikan kuisioner. Peneliti ingin meneliti pendapat pedagang pasar tradisional khususnya pedagang kelontong tentang apa saja yang mempengaruhi keuntungan, apa pendapat responden (pedagang) tentang keuntungan. Maka beberapa

pertanyaan yang di berikan kepada responden (pedagang) yang kebetulan yang dijumpai di pasar tradisonal yang telah di jadikan sampel.

Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 118), "Variabel adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian". Dalam penelitian yang mempelajari pengaruh, terdapat variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat. Jadi variabel penelitian adalah pokok permasalahan yang akan diteliti pada suatu kegiatan penelitian. Pokok permasalahan ini dapat berupa faktor-faktor yang mempengaruhi maupun dipengaruhi. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

   Definisi variabel bebas menurut (Mustafa, 2009: 60) adalah suatu variabel yang variasi nilainya akan mempengaruhi nilai variabel lainnya. Variabel bebas diberi notasi X. Variabel tersebut adalah modal, jumlah konsumen, pengalaman berdagang, jam dagang.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

   Definisi variabel terikat menurut (Mustafa, 2009: 61) adalah suatu variabel yang variasi nilainya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variasi nilai variabel yang lain. Variabel yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini pedagang pasar tradisional.

3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.4.1. Variabel Independen

3.4.1.1 Keuntungan

Pengertian keuntungan (laba) secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu (Harnanto, 2003). Laba adalah perbedaan antara pendapatan dengan beban jika pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba bersih (Simamora, 2000). Laba merupakan selisih pendapatan setelah dikurangi beban dan kerugian. Keuntungan merupakan salah satu pengukur aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akrual (JWild, KR Subramanyan, 2003) Berdasarkandefinisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keuntungan (Laba) adalah selisih antara seluruh pendapatan (*revenue*) dan beban (*expense*) yang terjadi dalam suatu periode.

3.4.2 Variabel Dependen

3.4.2.1 Modal

Modal adalah sebagai barang atau uang, yang bersama-sama faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang baru. (Mubyarto, 1973) Dalam artian yang lebih luas, dan dalam tradisi pandangan ekonomi non-Marxian pada umumnya, modal mengacu kepada *asset* yang dimiliki seseorang sebagai kekayaan *(wealth)* yang tidak segera dikonsumsi melainkan disimpan atau dipakai untuk menghasilkan barang/jasa baru (investasi). Dengan demikian, modal dapat berwujud barang dan uang. Modal yang digunakan untuk para

pedagang ada dua macam yaitu modal yang menggunakan uangnya milik sendiri dan modal yang biasanya diperolah dari pinjaman atau hutang ke lembaga keuangan.

3.4.2.2. Jumlah Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. (Kotler dan Keller 2008) Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan danmempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatankegiatan tertentu (Dharmmesta dan Handoko, 2000).

3.4.2.3. Pengalaman berdagang

Pengalaman berdagang maksudnya adalah lamanya seorang berdagang dalam menjalankan usaha dagangnya atau lamanya seorang pedagang dalam menggeluti pekerjaannya tersebut. Sehingga pedagang mengetahui bagaimana baik buruknya dalam berdagang dan bagaimana cara mengolah usaha dagangnya dengan baik. (Alfabeta, 2008).

3.4.2.4 Jam Berdagang

Yang dimaksud jam berdagang adalah lamanya pedagang pasar tradisional berada di pasar untuk menjual barang dagangannya perhari yang di hitung dengan satuan jam (Alfabeta, 2008).

Untuk pertanyaan yang mengukur nilai positif, maka jawaban itu dapat dinilai dengan diberi skor sebagai berikut:

Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.5. Data dan Metode Pengumpulan Data

Dilihat dari waktu pengumpulannya, penelitian ini menggunakan jenis data Cross-Section. Cross-Section data adalah data yang dikumpulkan pada waktu tertentu untuk menggambarkan keadaan waktu itu.

Metode adalah salah satu cara yang digunakan. Sedangkan data adalah suatu yang berupa bahan keterangan untuk membuktikan suatu hipotesa. Metode pengumpulan data adalah salah satu cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini menggunakan dua macam metode untuk mengumpulkan data yaitu metode angket dan dokumentasi.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuisioner. Kuisioner ditujukan pada pedagang dipasar tradisional Kabupaten

Sleman. Daftar pertanyaan bersifat tertutup artinya responden memilih alternatif jawaban yang telah disediakan.

3.6. Uji Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen diperlukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian layak digunakan. Teknik-teknik yang digunakan dalam pengujian instrumen adalah:

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrumen pengukur dapat dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan dilakukannnya pengukuran tersebut. Untuk mengukur validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi *Product Moment Correlation*.*Item* yang dinyatakan valid yaitu *item* yang nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan bernilai positif (Ghozali, 2009:45) Rumus korelasi *Product Moment* adalah:

$$rxy = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

rxy = Koefisien korelasi

X = Nilai setiap item

Y = Nilai total semua item

N = Banyaknya responden atau sampel (Sugiyono, 2006: 274).

Untuk menguji validitas digunakan bantuan komputer dengan menggunakan bantuan *software Eviews* yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid atau tidak. Pemrosesan dengan komputer menggunakan taraf signifikansi 5% atau α = 5%. Jika hasil menunjukkan nilai r positif dan peluang kesalahannya tidak lebih besar atau sama dengan 5 persen (0,05) maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika peluang kesalahannya lebih kecil dari 5 persen (0,05) maka item tersebut dinyatakan gugur (Hadi, 1991: 12).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengukur kehandalan suatu alat ukur atau kuesioner.Menurut (Cooper dan Schindler, 2008:87) reliabilitas menunjukkan tingkat di mana suatu alat ukur tersebut bebas dari error atau kesalahan. Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Cronbach's alpha*. Hasil pengujian reliabilitas ditunjukkan dengan koefisien alpha variabel yang diuji.*Cronbach's alpha* yang semakin mendekati angka 1 menunjukkan bahwa reliablitas semakin baik yang artinya *item-item* tersebut secara konsisten mengukur konsep yang sama (Ghozali, 2005). Adapun nilai *Cronbach's alpha* dapat dikategorikan sebagai berikut:

a. *Cronbach's alpha* 0,8-1,0 : reliabilitas baik
b. *Cronbach's alpha* 0,6-0,7 : reliabilitas dapat diterima
c. *Cronbach's alpha* <0,6 : reliabilitas kurang baik

Formulasi koefisien alpha *Cronbach*

$$r_i = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2}\right]$$

Keterangan :

r_i = *Alfa Cronbach*

$\sum S_i^2$ = Mean kuadrat kesalahan

S_t^2 = Varians total

k = Mean kuadrat antara subyek

Tingkat signifikansi yang dipakai adalah 5%, dengan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

a. Jika koefisien alpha *Cronbach* positif ≥ 0,6 maka faktor tersebut reliabel
b. Jika koefisien alpha *Cronbach* negatif < 0,6 maka faktor tersebut tidak reliabel

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1 Metode Regresi Kuadrat Terkecil

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode regresi kuadrat terkecil/OLS (*ordinary least square*) dengan data nuntut waktu alat analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan metode regresi kuadrat terkecil/OLS (*ordinary least square).* Dengan data deret hitung (*cross section)* sebanyak 50 sampel observasi. Analisis ini dimaksudkan untuk mengungkap hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dalam model peneletian ini. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Dengan variabel dependent adalah keuntungan pedagang pasar tradisional dan variabel independent adalah modal, jumlah konsumen, pengalaman berdagang dan jam berdagang.

3.7.2 Diskriptif Statistik

Analisis Deskriptif dilakukan setelah data dikumpulkan dari pertanyaan yang diajukan dan diisi oleh responden. Analisis deskriptif perlu dilakukan terhadap suatu penelitian untuk memperkuat argumentasi dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan yang akan diuraikan dalam analisis kuantitatif. Teknik analisis diskriptif prosentase digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap skor ideal .

Analisis deskriptif selanjutnya untuk menentukan kategori skor butir pertanyaan masing-masing variabel adalah dengan menggunakan skala Likert 4 (empat) kategori nilai. Dari hasil tabulasi data dan perhitungan seluruh butir pertanyaan dari setiap variabel yang diteliti, kategori interval skornya adalah sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{Jumlah\ klas} = \frac{(4-1)}{5} = 1$$

Analisis deskriptif belum mampu menjawab pertanyaan penelitian, karena hanya dapat mengetahui perbandingan jawaban responden atas skor ideal dan kategori skor saja. Untuk itu perlu dilakukan analisis kuantitatif.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Autokorelasi

Menurut Algifari (2010: 93) mengemukakan bahwa autokorelasi berarti bahwa adanya korelasi antara anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu. Untuk mendiagnosis adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan dengan pengujian terhadap nilai uji Durbin Watson (Uji DW). Autokorelasi terjadi bilamana nilai variabel masa lalu memiliki pengaruh terhadap nilai variabel masa kini atau masa datang. Akibat adanya autokorelasi terhadap regresi adalah (Arief,

1993:41):

1. Varian residual (eror term) akan diperoleh rendah daripada semestinya sehingga mengakibatkan R_2 menjadi lebih tinggi daripada seharusnya.
2. Pengujian hipotesis menggunakan t hitung dan F hitung akan menyesatkan (tidak valid).

Oleh sebab itu untuk mengetahui keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Breush Godjfrey.* Metode *Breush Godjfrey* lebih dikenal dengan uji *Lagrange Multiplier* (LM) dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pengujian Autokorelasi

Dw	**Kesimpulan**
Kurang dari 1,08	Ada autokorelasi
1,08 sampai dengan 1,66	Tanpa kesimpulan
1,66 sampai dengan 2,34	Tidak ada autokorelasi
2,34 sampai dengan 2,92	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 2,92	Ada autokorelasi

Sumber : (Arief, 1993:41)

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual, dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda. Gejala heterostikidasitas lebih sering dijumpai dalam data kerat silang daripada runtut

waktu, maupun juga sering muncul dalam analisis yang menggunakan data rata rata.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedstisitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji white tanpa menggunakan cross terms.

Apabila pada gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi adanya heterokedastisitas pada model regresi.

Keputusan menolak atau menerima Ho yaitu:

1. Jika nilai chi square hitung (n.R_2)> dari nilai chi square tabel (X^2) dengan df tertentu (α) maka ada heterokedastisitas.
2. Jika nilai chi square hitung (n.R_2)<dari nilai chi square tabel (X^2) dengan df tertentu (α) maka tidak ada heterokedastisitas.

3.8.3 Uji Multikolonieritas

Menyatakan bahwa uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regeresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.80), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.

c. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan variance *inflation factor* (VIF). Jika ada tolerance lebih dari 10% atau VIF kurang dari 10 maka dikatakan tidak ada multikolonieritas.

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan empat variabel independen dan satu variabel dependen. Empat variabel independen yaitu modal, jumlah konsumen, pengalaman berdagang dan jam dagang yang dianggap berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu jumlah keuntungan yang diperoleh oleh pedagang tradisional.

Dalam penelitian ini ditekankan pada pengujian pengaruh antara jumlah modal, jumlah konsumen, pengalaman berdagang dan jam dagang terhadap jumlah keuntungan yang diterima oleh pedagang pasar tradisional. Hal ini dimaksudkan untuk mrnguji seberapa besar pengaruh antara jumlah modal, jumlah konsumen, pengalaman berdagang dan jam dagang terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional.

4.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasar tradisional yang ada di kabupaten Sleman. Peneliti ini menggunakan purposive dan aksidental sampling untuk mendapatkan sample yang sesuai dengan tujuan penelitian yaitu pedagang kelontong, maka terpilihlah 10 pasar tradisional yang memenuhi kriteria dijadikan sampel pada penelitian ini. Data yang digunakan

dalam penelitian ini diambil dari menyebar kuisioner dan wawancara. Kemudian peneliti memilih 50 pedagang pasar tradisional sehingga jumlah respondennya yaitu 50 sampel. Setelah mengetahui pasar yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini, maka melalui pedagang yang dijadikan sample, peneliti akan mengetahui yang mempengaruhi keuntungan dan pendapat responden terhadap model keuntungan pedagang pasar tradisional. Selanjutnya di uji menggunakan uji analisis regresi berganda. Keseluruhan proses ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ada dan pembuktian hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini.

Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan data pertanyaan (kuisioner) secara kuantitatif dan kualitatif. Data yang diperoleh dari penjual pedagang pasar tradisional di daerah kabupaten Sleman dengan jumlah 50 responden. Setelah mendapatkan data yang diperoleh dari memberi kuisioner maka penguji melakukan uji kuisioner. Uji yang digunakan untuk uji kuisioner adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

4.1.3 Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini membutuhkan waktu seminggu dengan sekali pertemuan setiap pedagang. Dalam melakukan penelitian, peneliti melakukan penelitian terhadap pedagang kelontong. Alokasi waktu dalam pertemuan 15menit tiap pedagang dengan jumlah 50 responden 10 pasar. Pada penelitian pertama dilakukan pada tanggal 10 Desember 2016 di pasar Sleman dan pasar Gentan berjumlah 10pedagang (responden). Penelitian kedua dilakukan pada tanggal 12

Desember 2016 di pasar Pakem dan pasar Cebongan dengan jumlah 10 pedagang atau 10 responden. Penelitian ketiga dilakukan pada tanggal 13 Desember di pasar Tajem, pasar Terminal Pakem dan pasar Colombo dengan jumlah 15 pedagang atau 15 responden. Penelitian ketiga pada tanggal 14 Desember 2016 di Pasar Turi sebanyak 5 pedagang atau 5 responden. Penelitian ketiga dilakukan di pasar Mlati pada tanggal 15 Desember 2016 sebanyak 5 pedagang atau 5 responden. Penelitian terakhir yaitu dilakukan di Pasar Demangan pada tanggal 16 Desember 2016. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apa saja yang sangat mempengaruhi keuntungan pedagang pasar tradisional. Dan bagaimana cara meningkatkan keuntungan pedagang.

Dari hasil penelitian ini penulis memperoleh data berupa kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif diperoleh dari hasil wawancara terhadap pedagang dan data kualitatif diperoleh dari kuisoner dengan pilihan jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pengolahan data yang diperoleh menggunakan aplikasi *eviews*.

Untuk mengurangi ketidak pahamnya pedagang peneliti dalam memberikan kuisioner dengan cara dibacakan, dan menjelaskan ketika responden tidak mengerti maksud dari isi kuisioner tersebut. Setelah kuisioner tersebut terisi peneliti melakukan wawancara tanya jawab terhadap pedagang. Setelah melakukan penelitian di tiap pedagang penulis dapat menyimpulkan apa saja yang sangat mempengaruhi keuntungan pedagang.

Setelah peneliti melakukan penelitian di beberapa obyek yang telah di tentukan penelitian peneliti membuat kesimpulan apa saja pendapat responden terhadap model keuntungan dan faktor apa saja yang lebih mempengaruhi.

Jumlah keuntungan. Hari berikutnya peneliti melakukan uji angket atau uji kuisioner, menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji tersebut untuk mengetahui bahwa data yang diperoleh valid atau tidak. Jika valid maka peneliti melakukan penelitian lebih lanjut yaitu olah data

4.1.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian instrumen dalam penelitian hanya menggunakan kuisioner sebanyak 50 responden dan 10 obyek. Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan sebagai langkah awal, agar nantinya dapat diketahui bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah benar dinyatakan valid dan reliabel. (sugiyono,2007).

1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas dari suatu data penelitian dapat menggunakan analisis *pearson correlation* dimana jika total dari analisis menunjukan nilai < 0.01 atau < 0.05 maka data dikatakan valid. Hasil pengujian validitas data dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Pearson Correlation	Signifikan	Status
1.	**Jumlah modal**	,752**	,000	**Valid**
	X1.1	,433**	,002	Valid
	X1.2	,528**	,000	Valid
	X1.3	,817**	,000	Valid
2.	**Jumlah konsumen**	,746**	,000	Valid
	X2.1	,445**	,001	Valid
	X2.2	,533**	,004	Valid
	X2.3	,814**	,000	**Valid**
3.	**Pengalaman Berdagang**	,730**	,000	Valid
	X3.1	,433**	,002	Valid
	X3.2	,533**	,000	Valid
	X3.3	,802**	,000	Valid
4.	**Jam Dagang**	,743**	,000	Valid
	X4.1	,233**	,002	Valid
	X4.2	,540**	,000	Valid
	X4.3	,811**	,000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari seluruh butir pertanyaan memiliki hasil yang signifikan, dikatakan signifikan r tabel < α5% total x1 x2 x3 x4 memiliki nilai yang kurang dari <α5%.

3. Uji reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama dengan alat ukur yang sama. Teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah menggunakan metode *Alpha Croncbach.*.Instrumen penelitian ini dapat dikatakan reliabel (andal), jika lebih daro 0,06 (Ghozali,2005).

Tingkat reliabel suatu variabel atau konstruk dalam suatu penelitian dapat dilihat dari hasil uji statistik *Cronbach's Alpha.* Variabel atau konstruk dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* > 0,7. Semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpecaya. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Jumlah Modal	,719	Reliabel
2.	Jumlah Konsumen	,704	Reliabel
3.	Pengalaman Berdagang	,716	Reliabel
4.	Jam Dagang	,725	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada seluruh variabel lebih besar dari 0,06. Maka

dapat disumpulkan semua butir pertanyaan dalam penelitian adalah handal. Sehingga butir pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.1.5 Deskripsi Pedagang

Setelah melakukan penelitian di sepuluh pasar yang ada di Kabupaten Sleman, peneliti mendapatkan banyak informasi. Informasi yang di dapatkan oleh peneliti yaitu biodata dan kehidupan sehari hari responden. Informasi yang di dapat oleh peneliti dapat di deskripsikan pada tabel 4.3 hingga tabel 4.12.

Tabel 4.3

Biodata Pedagang Pasar Gentan

Nama Pedagang	Usia Pedagang	Nama Pasar
Bapak Muklis	41 Tahun	Pasar Gentan
Ibu Titin Nursanti	32 Tahun	Pasar Gentan
Ibu Supartini	57 Tahun	Pasar Gentan
Ibu Mukti	45 Tahun	Pasar Gentan
Ibu Suprapti	48 Tahun	Pasar Gentan

Informasi pertama mengambil sampel dari pasar gentan dapat dilihat tabel 4.3 rata rata umur pedagang adalah 30 Tahun hingga 60 tahun, kebanyakan dari mereka hanya lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Mereka memiliki usaha Dagang di Pasar tradisional yang bernama Pasar Gentan karena lokasinya di Gentan jalan Kaliurang Kilometer 12. Mereka adalah pedagang kelontong, jenis dagangan yang mereka jual ada dari jenis sembako hingga jenis kebutuhan sehari hari lainnya. Pedagang pasar Gentan dalam membuka usahanya ada yang membuka kisonya dari subuh hingga sore atau maghrib tetapi yang berjualan di dalam mereka hanya membuka sampai siang. Untuk pedagang yang membuka usahanya hingga sore atau bisa dikatakan

12 jam dalam membuka usahanya adalah jenis pedagang yang bisa disebut grosiran, dan keuntungan yang mereka peroleh dalam jumlah yang besar. Bebrbeda dengan pedagang yang membuka usahanya di dalam pasar bahwa mereka hanya bisa berjualan hingga siang dikarenakan pasarnya yang sudah tutup, dan keuntungan yang diterima tidak sebesar yang diperoleh pedagang yang berjualan hingga sore.

Tabel 4.4

Biodata Pedagang Pasar Sleman

Nama Pedagang	Usia Pedagang	Nama Pasar
Bapak Irwan	37 Tahun	Pasar Sleman
Ibu Tutik	52 Tahun	Pasar Sleman
Bapak Robin	30 Tahun	Pasar Sleman
Bapak Sodikin	50 Tahun	Pasar Sleman
Ibu Fatonah	54 Tahun	Pasar Sleman

Informasi yang kedua mengambil sampel dari Pasar Sleman dapat dilihat pada tabel 4.4 bahwa umur mereka rata rata adalah 30 tahun hingga 55 tahun, jika di Pasar Sleman ini tidak hanya lulusan SMP atau SMA saja tetapi ada juga yang lulusan S1, tetapi untuk yang lulusan S1 ini mereka hanya meneruskan usaha orang tua mereka. Pasar Sleman ini berlokasi di Kecamatan Sleman jalan Magelang. Sampel yang di ambil oleh peneliti adalah penjual kelontong yang dijual seperti sembako dan kebutuhan sehari hari lainnya. Bedanya dengan pasar yang pertama yaitu pasar gentan bahwa peneliti hanya mengambil sampel dari pedagang yang berjualan di luar Pasar. Mereka membuka usahanya hingga sore karena jenis dagangnya yang lengkap sehingga memanggil banyak konsumen. Bisa dikatakan hingga 12 jam mereka dalam membuka usahanya.

Tabel 4.5

Biodata Pedagang Pasar Stan

Nama Pedagang	Usia Pedagang	Nama Pasar
Ibu Bardi	45 Tahun	Pasar Stan
Bapak Budi	47 Tahun	Pasar Stan
Bapak Izzan	60 Tahun	Pasar Stan
Ibu Endang	48 Tahun	Pasar Stan
Bapak Joko	35 Tahun	Pasar Stan

Informasi yang ketiga mengambil sampel dari pasar stan dapat dilihat tabel 4.5 rata rata umur mereka adalah 30 Tahun hingga 60 tahun tidak beda jauh dengan informasi pertama, bahwa kebanyakan dari mereka hanya lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Mereka memiliki usaha Dagang di Pasar tradisional yang bernama Pasar Stan yang berlokasi di Jalan Tajem Maguoharjo. Mereka adalah pedagang kelontong, jenis dagangan yang mereka jual ada dari jenis sembako hingga jenis kebutuhan sehari hari lainnya. Pedagang pasar Stan dalam membuka usahanya bisa dikatakan lebih dari 12 jam karena mereka membuka usaha dagangnya hingga malam. Karena pasar stan ini memang hingga malam dan kebetulan peneliti mendapatkan sampel yang berjualan di luar Pasar .

Tabel 4.6

Biodata Pedagang Pasar Pakem

Nama Pedagang	Usia Pedagang	Nama Pasar
Ibu Ratih	35 Tahun	Pasar Pakem
Ibu Prio	62 Tahun	Pasar Pakem
Ibu Enon	49 Tahun	Pasar Pakem
Bapak Mugiyanto	51 Tahun	Pasar Pakem
Ibu Srimulyani	50 Tahun	Pasar Pakem

Informasi yang keempat peneliti mengambil sampel dari Pasar Pakem dapat dilihat tabel 4.6 bahawa rata rata umur pedagang adalah 30 Tahun hingga 65 tahun, bahwa kebanyakan dari mereka hanya lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP), tetapi ada juga dari mereka yang lulusan S1 meneruskan usaha dari orang tuanya. Pasar Pakem ini berlokasi di Kecamatan Pakem jalan Kaliurang Kilometer 17,5. Mereka adalah pedagang kelontong, jenis dagangan yang mereka jual ada dari jenis sembako hingga jenis kebutuhan sehari hari lainnya . Pedagang Pasar Pakem dalam membuka usahanya hanya sampe siang dikarenakan sudah tidak adanya konsumen di sore hari. Rata rata pedagang Pasar Pakem ini buka dari subuh hingga jam 1, jadi tidak ada pedagang yang buka hingga sore.

Tabel 4.7

Biodata Pedagang Pasar Turi

Nama Pedagang	Usia Pedagang	Nama Pasar
Bapak Hasan	30 Tahun	Pasar Turi
Bapak Tumijan	65 Tahun	Pasar Turi
Bapak Marjono	55 Tahun	Pasar Turi
Ibu Della	42 Tahun	Pasar Turi
Bapak Anton	43 Tahun	Pasar Turi

Informasi yang kelima pneliti mengambil sampel dari Pasar Turi dapat dilihat tabel 4.7 rata rata umur pedagang adalah 30 Tahun hingga 65 tahun, dari sampel yang saya ambil kebayakan ada yang lulusan S1, tetapi ada juga yang hanya lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Lokasi pasar Turi ini berada di kecamatan turi tepatnya di perempatan turi. Mereka adalah pedagang kelontong, jenis dagangan yang mereka jual ada dari jenis sembako hingga jenis kebutuhan sehari hari lainnya. Pedagang pasar

Turi ini tida beda jauh dengan Pasar Gentan dalam membuka usahanya ada yang membuka kisonya dari subuh hingga sore atau maghrib tetapi yang berjualan di dalam mereka hanya membuka sampai siang. Untuk pedagang yang membuka usahanya hingga sore atau bisa dikatakan 12 jam dalam membuka usahanya adalah jenis pedagang yang bisa disebut grosiran, dan keuntungan yang mereka peroleh dalam jumlah yang besar. Bebrbeda dengan pedagang yang membuka usahanya di dalam pasar bahwa mereka hanya bisa berjualan hingga siang dikarenakan pasarnya yang sudah tutup, dan keuntungan yang diterima tidak sebesar yang diperoleh pedagang yang berjualan hingga sore.

Tabel 4.8

Biodata Pedagang Pasar Cebongan

Nama Pedagang	Usia Pedagang	Nama Pasar
Bapak Sobirin	55 Tahun	Pasar Cebongan
Ibu Hartini	65 Tahun	Pasar Cebongan
Ibu Kasiem	62 Tahun	Pasar Cebongan
Ibu Heni	33 Tahun	Pasar Cebongan
Ibu Suliman	54 Tahun	Pasar Cebongan

Informasi yang ke enam mengambil sampel dari Pasar Cebongan dapat dilihat tabel 4.8 bahawa rata rata umur pedagang adalah 45 Tahun hingga 60 tahun tetapi ada juga yang berumur kurang lebih 30 tahun, Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan ada yang lulusan SMA tetapi hanya sedikit. Mereka memiliki usaha Dagang di Pasar tradisional yang bernama Pasar Cebongan yang berlokasi di kecamatan Mlati. Mereka adalah pedagang kelontong, jenis dagangan yang mereka jual ada dari jenis sembako hingga jenis kebutuhan sehari hari lainnya. Tetapi sampel yang di ambil oleh peneliti adalah penjual kelontong yang ada di

dalam pasar, sehingga dalam melakukan usahanya hanya dari pagi hingga siang, kurang lebih hanya 6 jam setiap harinya.

Tabel 4.9

Biodata Pedagang Pasar Terminal Pakem

Nama Pedagang	Usia Pedagang	Nama Pasar
Ibu Karsitas	50 Tahun	Pasar Terminal Pakem
Ibu Mud Mainah	55 Tahun	Pasar Terminal Pakem
Ibu Kustinah	52 Tahun	Pasar Terminal Pakem
Ibu Paiyem	59 Tahun	Pasar Terminal Pakem
Ibu Sri	65 Tahun	Pasar Terminal Pakem

Informasi yang ke tuju peneliti mengambil sampel dari Pasar Terminal Pakem dapat dilihat tabel 4.8 rata rata umur pedagang adalah 50 Tahun hingga 60 tahun, bahwa kebanyakan dari mereka hanya lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA). Pasar tradisional Pasar Terminal Pakem berlokasi di jalan Kaliurang Kilometer 17. Pasar Terminal Pakem ini lokasinya tidak beda jauh dengan Pasar Pakem. Mereka adalah pedagang kelontong, jenis dagangan yang mereka jual ada dari jenis sembako hingga jenis kebutuhan sehari hari lainnya. Pedagang pasar Terminal Pakem dalam membuka usahanya ada yang membuka kisonya dari subuh hingga sore atau maghrib tetapi yang berjualan di dalam mereka hanya membuka sampai siang. Untuk hari hari tertentu pasar ini buka dari pukul 2 pagi bisa dinamakan pasar malam. Pedagang yang membuka usahanya hingga sore atau bisa dikatakan 12 jam dalam membuka usahanya adalah jenis pedagang yang bisa disebut grosiran, dan keuntungan yang mereka peroleh dalam jumlah yang besar. Bebrbeda dengan pedagang yang membuka usahanya hanya setengah hari jenis kiosnya hanya penjual eceran.

Tabel 4.10

Biodata Pedagang Pasar Ngino

Nama Pedagang	Usia Pedagang	Nama Pasar
Ibu Nina	37 Tahun	Pasar Ngino
Ibu Atin	39 Tahun	Pasar Ngino
Ibu Siti	57 Tahun	Pasar Ngino
Bapak Zusron	46 Tahun	Pasar Ngino
Bapak Doni	34 Tahun	Pasar Ngino

Informasi yang ke delapan mengambil sampel dari Pasar Ngino dapat dilihat tabel 4.10 rata rata umur pedagang adalah 30 Tahun hingga 50 tahun, kebanyakan dari mereka hanya lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Pasar tradisional yang bernama Pasar Ngino berlokasi di kecamatan Seyegan. Mereka adalah pedagang kelontong, jenis dagangan yang mereka jual ada dari jenis sembako hingga jenis kebutuhan sehari hari lainnya. Pedagang pasar Ngino dalam membuka usahanya yang saya gunakan untuk penelitian sampel hanya sampai siang. Rata rata pukul dua siang mereka sudah menutup kiosnya dapat disimpulkan sekitar 7 jam mereka membuka usaha dagangnya.

Tabel 4.11

Biodata Pedagang Pasar Demangan

Nama Pedagang	Usia Pedagang	Nama Pasar
Bapak Sarmijan	59 Tahun	Pasar Demangan
Bapak Sunarto	41 Tahun	Pasar Demangan
Bapak Martanto	39 Tahun	Pasar Demangan
Ibu Ning	49 Tahun	Pasar Demangan
Ibu Ngadinem	58 Tahun	Pasar Demangan

Informasi mengambil sampel dari Pasar Demangan dapat dilihat tabel 4.11 rata rata umur pedagang adalah 35 Tahun hingga 60 tahun, kebanyakan dari

mereka hanya lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) tidak beda jauh dengan pasar yang sebelumnya. Lokasi Pasar Demangan ini adalah di Jalan Gejayan tepatnya barat jalan. Mereka adalah pedagang kelontong, jenis dagangan yang mereka jual ada dari jenis sembako hingga jenis kebutuhan sehari hari lainnya. Pedagang pasar Gentan dalam membuka usahanya ada yang membuka kisonya dari subuh hingga sore atau maghrib tetapi yang berjualan di dalam mereka hanya membuka sampai siang. Untuk pedagang yang membuka usahanya hingga sore atau bisa dikatakan 12 jam dalam membuka usahanya adalah jenis pedagang yang bisa disebut grosiran, dan keuntungan yang mereka peroleh dalam jumlah yang besar. Bebrbeda dengan pedagang yang membuka usahanya di dalam pasar bahwa mereka hanya bisa membuka usahanya setengah hari keuntungan yang diterima tidak sebesar yang diperoleh pedagang yang berjualan hingga sore. Pasar Demangan ini tidak beda jauh dengan pasar Gentan dan pasar Turi.

Tabel 4.12

Biodata Pedagang Pasar Colombo

Nama Pedagang	Usia Pedagang	Nama Pasar
Ibu Kartilah	58 Tahun	Pasar Colombo
Ibu Atun	43 Tahun	Pasar Colombo
Bapak Winarto	53 Tahun	Pasar Colombo
Ibu Sri Rahayu	36 Tahun	Pasar Colombo
Ibu Wardani	41 Tahun	Pasar Colombo

Informasi yang terakhir adalah peneliti mengambil sampel dari Pasar Colombo dapat dilihat tabel 4.12, rata rata umur pedagang adalah 35 Tahun hingga 60 tahun, kebanyakan dari mereka hanya lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA). Pasar colombo ini berlokasi di Jalan Kliurang Kilometer 10. Mereka

adalah pedagang kelontong, jenis dagangan yang mereka jual ada dari jenis sembako hingga jenis kebutuhan sehari hari lainnya. Pedagang pasar Colombo ini tidak beda jauh dengan Pasar Gentan dalam membuka usahanya ada yang membuka kisonya dari subuh hingga sore atau maghrib tetapi yang berjualan di dalam mereka hanya membuka sampai siang. Untuk pedagang yang membuka usahanya hingga sore atau bisa dikatakan 12 jam dalam membuka usahanya adalah jenis pedagang yang bisa disebut grosiran, dan keuntungan yang mereka peroleh dalam jumlah yang besar. Bebrbeda dengan pedagang yang membuka usahanya di dalam pasar bahwa mereka hanya bisa berjualan hingga siang dikarenakan pasarnya yang sudah tutup, dan keuntungan yang diterima tidak sebesar yang diperoleh pedagang yang berjualan hingga sore.

4.1.5 Pendapat Pedagang Terhadap Keuntungan

Sebagai sebuah penelitian, kehadiran informan menjadi hal yang sangat penting. Tanpa ada informan yang memiliki informasi-informasi mendalam yang dapat digali oleh peneliti, maka sebuah penelitian juga tidak dapat terjadi. Pemilihan informan yang sesuai juga sangat penting. Latar belakang historis informan dan ada atau tidaknya pencatatan keuangan yang dilakukan menjadi pokok pertimbangan. Dengan berbagai pertimbangan kondisi, maka dipilihnya keempat informan yang dirasa mampu untuk memberikan informasi mendalam dan sesuai dengan konteks penelitian.

Dari hasil wawancara yang informasi yang di dapat tentang pendapat pedagang pasar tradisional. Saya hanya mengambil beberapa sample pendapat

pedagang yang pertama yaitu Ibu Srimulyani pedagang Pasar Pakem Kalipah mengatakan keuntungan adalah "*iso nyukupi keperluan sedino-dino lan iso digawe mangan sedino dino ra perlu jaluk anak lan ngrepotke anak.* (*dapat terpenuhinya kebutuhan sehari-hari dan bisa dibuat makan sehari hari dan tidak perlu minta anak dan tidak mgrepotke)*." "*Alhamdulillah hasil seko nyisihke utang dagang aku iso nyisihke duit kanggo anaku sekolah tekan kuliah saiki wis nyambut gawe mergo ketulung duit dagang kari digawe arisan sumbangan dolan lan liyo liyo (alhamdulillah dari hasil saya berdagang saya dapat membuat anak anak saya sekolah hingga kuliah dan sekarang sudah bekerja, selain itu dapat digunakan untung nyumbang jalan jalan dan lain lain).*

Dengan keberadaannya dengan lingkungannya tentu ibu Srimulyani tidak menuntut kebutuhan yang melimpah seperti di kota kota besar. Keuntungannya dapat memenuhi kebutuhan sehari hari ibu Srimulyani sudah sangat bersukur. Dari hasil wawancara dengan informan pertama menurut ibu Srimulyani keuntungan adalah dari hasil yang diperoleh setiap harinya yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari hari, mulai dari makan, biaya pendidikan anaknya, arisan sumbangan dan dana sosial lainnya. Karena ibu kalipah menganggap Dari hasil wawancara dengan informan pertama Ibu Kalipah "keuntungan" adalah dari hasil yang diperoleh setiap harinya bisa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, mulai dari makan, buat biaya pendidikan anakanaknya, arisan sampai pada sumbangan (dana sosial). Karena Ibu Srimulyani beranggapan bahwa semua yang diperoleh dari Tuhan, maka akan kembali kepada Tuhan. Dapat diambil kesimpulan bahwa keuntungan dimaknai

oleh Ibu Srimulyani sebagai ketulusan dalam melangsungkan hidup. menganggap bahwa semua yang diperolehnya dari Tuhan, maka akan dikembalikan kepada Tuhan.

Yang kedua adalah bapak Mugiyanto, keuntungan menurut bapak Mugiyanto adalah "*seko keuntungan dagang aku iso go nyukupi kebutuhanku sandang pangan lan papan" (dari keuntungan berdagang saya bisa memenuhi kebutuhan primer saya). Seko keuntunganku aku yo iso nglakoni bakti sosial intine aku biso bersukur banget ra perlu sing mewah kehidupan keluargaku sing penting tercukupi" (dari keuntungan saya, saya bisa melakukan bakti sosial, intinya yaitu saya sangat bersukur tidak perlu kehidupan yang mewah yang penting kebutuhan keluarga saya tercukupi).* Dapat diambil kesimpulan bahwa pendapat dari Bapak Mugiyanto tidak beda jauh dengan Ibu Srimulyani bahwa Keuntungan adalah hasil yang diperoleh bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari hari.

Informan yang ketiga adalah Bapak Hasan. Bapak Hasan adalah seseorang yang telah cukup untuk kehidupannya sehari hari dalam hal berdagangnya. Hasil wawancara dengan informan yang ketiga adalah bapak Hasan memaknai "keuntungan" tidak jauh dengan kedua informasi diatas bahwa keuntungan dari berdagang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan kita sehari hari. Tetapi bapak Hasan memiliki prinsip dalam berdagang yaitu "gunakan keuntungan terdebut untuk hal yang penting yang sekirany adalah kewajiban yaitu kewajiban membayar iuran dagangannya dan menjalankan perintah tuhan, setelah itu gunakan keuntungan untuk memenuhi kebutuhan sehari hari."

Hasil wawancara dengan informan yang ketiga, yaitu Bapak Adi memaknai "keuntungan" ini tidak jauh dengan kedua informan diatas bahwa keuntungan adalah tercukupinya makan setiap hari. Tetapi bedanya Bapak Adi ini mempunyai prinsip dalam hidupnya yaitu "*Bayarlah apa yang menjadi kewajibanmu, yaitu kewajiban membayar iuran dagangannya dan jalankan apa perintah Tuhan*". Dari prinsip hidup yang dimiliki oleh Bapak Hasan ini bisa diambil kesimpulan bahwa dalam hidup kita harus ingat dengan kewajiban kita dan perintah Tuhan.

Menurut informan yang keempat yaitu Ibu melia, menurut Ibu Melia "keuntungan" adalah hasil yang diterima digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari hari, digunakan untuk membiayai anak memenuhi kebutuhan anak. Karena yang terpenting adalah keluarga apa lagi anak,saya tidak menganggap bahwa itu hak saya karena menurut saya itu adalah pemberian dari Tuhan untuk anak saya. Kesimpulannya adalah keuntungan menurut Ibu Melia hasil yang diterima terpenting untung memenuhi kebutuhan anak anaknya.

4.2 Uji Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara modal (X1), jumlah keuntungan (X2), pengalaman berdagang (X3) dan (X4) jam dagang terhadap keuntungan (Y). Dengan menggunakan bantuan program eviews, maka diperoleh nilai-nilai untuk regresi berganda sebagai berikut.

Tabel 4.13

Hasil Regresi Persamaan Linier Berganda

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 02/27/17 Time: 14:33

Sample: 1 50

Included observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.349176	2.357670	-0.148102	0.8829
X1	0.041625	0.005992	6.947088	0.0000
X2	0.014865	0.004079	3.644185	0.0007
X3	-0.943301	1.054755	-0.894332	0.3759
X4	0.850427	1.058456	0.803459	0.4259

R-squared	0.772236	Mean dependent var	5.797000
Adjusted R-squared	0.751990	S.D. dependent var	6.225035
S.E. of regression	3.100103	Akaike info criterion	5.195388
Sum squared resid	432.4789	Schwarz criterion	5.386590
Log likelihood	-124.8847	Hannan-Quinn criter.	5.268198
F-statistic	38.14322	Durbin-Watson stat	1.567353
Prob(F-statistic)	0.000000		

4.2.1 Hasil dan Analisis Uji Linier Berganda

Y' = a + b_1X_1+ b_2X_2 + b_3X_3+ b_4X_4

Y' = Keuntungan (Juta Rupiah)

a = Konstanta

$b_1 b_2 b_3 b_4$ = Koefisien regresi

X_1 = Modal (Juta Rupiah)

X_2 = Jumlah konsumen (Orang)

X_3 = Pengalaman berdagang (Tahun)

X_4 = Jam dagang (Per Hari)

Y' = -0.349176 + 0.041625X1 + 0.014865X2 -0.943301X3 + 0.850427X4

a. Nilai variabel dependent keuntungan dalam (Y) sebesar -0.349176 dengan asumsi jika variabel idependent (Modal X1, Jumlah Konsumen X2, Pengalaman Berdagang X3, dan Jam Dagang X4 adalah 0)
b. Koefisien regresi variabe modal (X1) sebesar 0.041625 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan modal mengalami kenaikan per juta rupiah maka keuntungan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.041625. koefisien bernilai positif artinya terjadi

hubungan positif antara modal dengan keuntungan, semakin naik modal maka semakin naik keuntungan.

c. Koefisien regresi variabe Jumlah Konsumen (X2) sebesar 0.0148865 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan jumlah konsumen mengalami kenaikan tiap orang yang membeli maka keuntungan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.041625. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara modal dengan keuntungan, semakin naik jumlah konsumen maka semakin naik keuntungan.

d. Koefisien regresi Pengalaman Berdagang (X3) sebesar -0.943301 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan pengalaman berdagang mengalami kenaikan tiap tahunnya maka keuntungan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0.041625. koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara pengalaman berdagang dengan keuntungan, semakin naik atau turun pengalaman berdagang tidak berpengaruh terhadap keuntungan.

e. Koefisien regresi variabe jam dagang (X4) sebesar 0.850427 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan jam dagang mengalami kenaikan per harinya maka keuntungan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.85042. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara jam dagang dengan keuntungan, semakin naik jumlah konsumen maka semakin naik keuntungan.

4.3 Uji Autokorelasi

Tidak terpenuhinya varian minimum dan pengujian terhadap variabel yang signifikan meanjadi tidak berguna dapat disebab adanya gejala autokorelasi. Untuk mengetahui pada pengujian bahwa ada atau tidak adanya gejala autokorelasi adalah dapat dilihat dari hasil Durbin Watson test (DW) dan Chi Square.

Tabel 4.14

Hasil Regresi Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	1.252056	Prob. F(2,43)	0.2961
Obs*R-squared	2.751522	Prob. Chi-Square(2)	0.2526

Test Equation:
Dependent Variable: RESID
Method: Least Squares
Date: 02/27/17 Time: 14:34
Sample: 1 50
Included observations: 50
Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.522706	2.465292	-0.212026	0.8331
X1	-0.000432	0.006081	-0.071049	0.9437
X2	0.000819	0.004475	0.182989	0.8557
X3	0.035622	1.050415	0.033912	0.9731
X4	0.001241	1.052757	0.001179	0.9991
RESID(-1)	0.243556	0.157319	1.548172	0.1289
RESID(-2)	-0.076083	0.166575	-0.456750	0.6502

R-squared	0.055030	Mean dependent var	-1.95E-15
Adjusted R-squared	-0.076826	S.D. dependent var	2.970875
S.E. of regression	3.082884	Akaike info criterion	5.218785
Sum squared resid	408.6794	Schwarz criterion	5.486468
Log likelihood	-123.4696	Hannan-Quinn criter.	5.320720
F-statistic	0.417352	Durbin-Watson stat	1.951193
Prob(F-statistic)	0.863409		

4.3.1 Hasil Analisis Uji Autokorelasi

Nilai koefisien determinasinya (R^2) sebesar 0.522706. Nilai X^2 hitung sebesar 2.751522 diperoleh dari informasi Obs*R-squared yaitu jumlah observasi dikalikan dengan koefisien determinasi. Sedangkan nilai X^2 kritis dengan *df* = 2 pada α = 5% sebesar 5,99147. Berdasarkan uji LM untuk mengetahui gejala autokorelasi adalah dengan membandingkan nilai chi square (X^2)dan chi square tabel (X^2). Yaitu jika Chi-square hitung dirumuskan dengan:

$$(n\text{-}p)R^2 \approx X^2p$$

Keputusan apakah model persamaan terdapat gejala autokorelasi atau tidak adalah

1. jika chi-square (X^2) hitung > nilai chi square (X^2) pada derajat kepercayaan tertentu (α) maka tolak Ho. Hal ini menunjukan adanya masalah autokorelasi.
2. Jika Chi-square (X^2) hilang < nilai chi square (X^2) tabel derajat kepercayaan tertentu (α) maka tolak Ho. Hal ini menunjukan tidak adanya maslah autokorelasi.

Berdasarkan uji LM ini berarti model tidak mengandung masalah autokorelasi. Tidak adanya masalah autokorelasi bisa juga di lihat nilai probabilitas *chi squares* sebesar 0.2526 dan bisa di lihat dari nilai Durbin-Watson 1.951193 maka tidak mengandung autokorelasi karena nilai durbin Watson dibulatkan menjadi 2, nilai Durbin Watson tidak mengandung autokorelas yaitu diantara 2-4.

4.4 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastistitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memeiliki variasi yang konstan dari dari satu observasi ke observasi lainnya. Untuk menditeksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini maka dilakukan uji white yang menyatakam chi square hitung (X^2) < chi square tabel (X^2) menunjukan tidak adanya heteroskedastisitas. Uji ini untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual, dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda, disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat digunakan metode grafik *Scatterplot* yang dihasilkan dari output program eviews, Apabila pada gambar menunjukan bahwa titk-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi adanya heterokedastisitas pada model regresi.

Tabel 4.15

Hasil Regresi Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	4.445067	Prob. F(4,45)	0.0041
Obs*R-squared	14.16071	Prob. Chi-Square(4)	0.0068
Scaled explained SS	29.43745	Prob. Chi-Square(4)	0.0000

Test Equation:
Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 02/27/17 Time: 14:35
Sample: 1 50
Included observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.112045	13.30011	-0.309174	0.7586
X1	0.078497	0.033801	2.322347	0.0248
X2	0.029297	0.023012	1.273154	0.2095
X3	2.660436	5.950090	0.447125	0.6569
X4	-2.716866	5.970973	-0.455012	0.6513

R-squared	0.283214	Mean dependent var	8.649577
Adjusted R-squared	0.219500	S.D. dependent var	19.79529
S.E. of regression	17.48833	Akaike info criterion	8.655584
Sum squared resid	13762.87	Schwarz criterion	8.846786
Log likelihood	-211.3896	Hannan-Quinn criter.	8.728395
F-statistic	4.445067	Durbin-Watson stat	1.875971
Prob(F-statistic)	0.004110		

4.4.1 Hasil Analisis Heteroskedastisitas

Dari tabel dapat dilihat bahwa probabilitas nilai chi square adalah 0.0068 dan 0.0000 dan signifikan pada α5%, sehingga penelitian ini terdapat masalah heteroskedastisitas. Maka peneliti melakukan penyembuhan dengan metode white.

1. X1 signifikan karena p-value 0.0248<0.05 sehingga x1 terjadi gejala heteroskedatisitas sehingga tidak ada gangguan konstan
2. X2 tidak signifikan karena p-value 0.2095>0.05 sehingga x2 tidak terjadi gejala heteroskedatisitas sehimgga gangguan konstan.
3. X3 tidak signifikan karena p-value 0.6569>0.05 sehingga x3 tidak terjadi gejala heteroskedatisitas sehimgga gangguan konstan.
4. X4 tidak signifikan karena p-value 0.6513>0.05 sehingga x4 tidak terjadi gejala heteroskedatisitas sehimgga gangguan konstan

Aadanya masalah heteroskedastisitas bisa juga di lihat nilai probabilitas *chi squares* 0.0068 dan 0.0000 < 0.05Analisis penyembuhan heteroskedastisitas menggunakan white.

4.5 Uji White

Tabel 4.16

Hasil Estimasi yang Tidak Terdapat Masalah Heteroskedastisitas Setelah Penyembuhan

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 02/27/17 Time: 14:35

Sample: 1 50

Included observations: 50

White heteroskedasticity-consistent standard errors & covariance

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.349176	1.911150	-0.182705	0.8559
X1	0.041625	0.008647	4.813770	0.0000
X2	0.014865	0.004193	3.545454	0.0009
X3	-0.943301	0.204126	-4.621165	0.0000
X4	0.850427	0.218675	3.889004	0.0003

R-squared	0.772236	Mean dependent var	5.797000
Adjusted R-squared	0.751990	S.D. dependent var	6.225035
S.E. of regression	3.100103	Akaike info criterion	5.195388
Sum squared resid	432.4789	Schwarz criterion	5.386590
Log likelihood	-124.8847	Hannan-Quinn criter.	5.268198
F-statistic	38.14322	Durbin-Watson stat	1.567353
Prob(F-statistic)	0.000000	Wald F-statistic	99.70817
Prob(Wald F-statistic)	0.000000		

4.5.1 Hasil Analisis Uji White

Jika kita lihat pada tabel di atas dapat kita lihat perbedaan pada t-Statisticnya, dimana sebelum penyembuhan menggunakan white dan sesudah penyembuhan menggunakan white terjadi perubahan, maka setelah penyembuhan dalam penelitian ini tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

Pada probabilitas uji white heterokedastisitas nilai x1 x2 x3 x4 signifikan semua, karena nilai pada tabel < α5% . Sehingga variabel dependen modal (x1) jumlah konsumen (x2) pengalaman berdagang (x3) jam dagang (x4) berpengaruh positif terhadapan variabel independen yaitu keuntungan (Y)

4.6 Uji Multikolineritas

Multikolieniritas berarti adanya hubungan linier yangsempurna atau tepat diantara sebagian atau seluruh variabel penjelas dalam sebuah model regresi. Keberadaan multikolineritas dapat di lihat nilai R^2 yang tinggi, tetapi variabel independen banyak yang tidak signifikan, dengan menghitung koefisien korelasi antar variabel independen. Apabila koefisiennya rendah, maka tidak terdapat multikolinieritas.

Tabel 4.17

Hasil Regresi Uji Multikolinieritas

	Y	X1	X2	X3	X4
Y	1	0.8340209821431411	0.7177026031342782	0.04248376279938438	0.05422594805456724
X1	0.8340209821431411	1	0.6036417127127626	0.00530784385 3126903	-0.00406578494 7882325
X2	0.7177026031342782	0.6036417127127626	1	0.2134653949532662	0.2236865854868341
X3	0.04248376279938438	0.00530784385 3126903	0.2134653949532662	1	0.9730484218432043
X4	0.05422594805456724	-0.00406578494 7882325	0.2236865854868341	0.9730484218432043	1

4.6.1 Hasil Analisis Uji Multikolinieritas

salah satu ciri adanya gejala multikolinieritas adalah model mempunyai koefisien determinasi yang tinggi (R^2) katakanlah di atas 0,85 jadi pada tabel di atas yang menunjukan ada multikolinieritas adalah x3 dan x4 karena memiliki nilai multikolieneritas 0.973048421843204.

BAB V

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Pada variabel modal didapatkan hasil bahwa modal berpengaruh positif terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional di Kabupaten Sleman. Hal ini karena sedikit banyaknya modal akan berpengaruh jumlah barang yang akan dijual sehingga akan mempengaruhi keuntungan.
2. Variabel jumlah konsumen berpengaruh positif terhadap keuntungan pedagang pasar tradisional di Kabupaten Sleman dikarenakan semakin banyaknya jumlah konsumen akan mempengaruhi jumlah keuntungan yang di dapat.
3. Variabel pengalaman berdagang berpengaruh negatif terhadap jumlah keuntungan. Kenapa berpengaruh negatif sesuai yang saya lihat di pasar tradisional ini biasanya yang telah memiliki pengalaman adalah usia lanjut, sehingga dalam metode penjualan berdagang yang masih kolot. Sedangkan perubahan jaman sangat mempengaruhi pola pikir konsumen yang di era jaman yang modern ini. Sehingga mengurangi niat konsumen untuk melakukan transaksi membeli suatu barang.
4. Variabel jam dagang berpengaruh positif terhadap jumlah keuntungan yang diterima, dikarenakan ketika pedagang membuka usahanya semakin lama maka akan semakin banyak jumlah konsumen yang datang, dengan

begitu akan meningkatkan jumlah keuntungan yang diterima oleh pedagang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan diatas penulis memberikan saran sebagai berikut:

Hal permodalan dari pemerintah sangat diharapkan oleh masyarakat khususnya mata pencahariannya sebagai pedagang, pada saat ini sulit untuk mendapatkan kredit dengan bunga yang ringan dan kemudahan lain agar usahanya berlangsung dapat terus ditingkatan. Selain itu pemerintah juga merelokasi pasar agar lebih bersih dan rapi sehingga mengundang banyak pembeli ke pasar tradisional, dan pemerintah membuat kebijakan dalam pembuatan pasar modern tidak diperbolehkan berdekatan dengan pasar tradisional. Tanpa adanya campur tangan dari pemerintah kebanyakan pasar tradisional banyak yang tidak terurus sehingga lebih banyak konsumen memilih ke pasar modern. Melalui campur tangan pemerintah akan sangat membantu rakyat kecil seperti pedagang pasar Tradisonal sehingga meningkatkan minat konsumen untuk ke pasar tradisional dan meningkatkan keuntungan mereka untuk melakukan kelangsungan hidupnya.

Daftar Pustaka

Addin.2014.” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Muslim: Studi Pada Pedagang Sayuran di Pasar Jagasatru Cirebon.”. Jawa Barat: *Jurnal Ekonomi*, Vol 8.No. 1. STIE, Cirebon. Febuari 2014.

Adiwarman A. Karim. 2007. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Ketiga.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Algifari. 2000. *Analisis Regresi Teori Kasus dan Solusi*.Yogyakarta: BPFE

Ali,S.2000.http;//Organisasi.*org/jenismacam-pedagang-distributor agengrosir*.com.7 januari 2011.
_____. 2000. Artikel tentang laba;http//Café-ekonomi. Blogspot. com/2009/09/*artikel-tentanglaba.html*. 7 januari 2011.

Al Masitoh, Eis. 2013.”Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul”. Yogyakarta: *Jurnal PMI,* Vol X. No.2. UIN sunan kalijaga, Yogyakarta. Maret 2013.

Amirullah dan Imam, Hardjanto, 2005, *Pengantar Bisnis, Graha Ilmu*: Yogyakarta.

Aryani, Dwinita.2011.*”*Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang*”*. Malang: *Jurnal Dinamika Manajemen*.Vol.2.No.2.hal,169-180. Unnes, Semarang. September 2011.

Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran* Jasa, Alphabeta, Bandung, 2000.

Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, Hani, 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen,* Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.

Effendy, Sofian. 1995. *Metode Penelitian* Survey. PT. Pustaka LP3ES Indonesia

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gilarso, T, 2007, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.

Harnanto. 2003. Akuntansi Keuangan Menengah. BPFE: Yogyakarta.

Indrawati, Toti, Yovita, Indri. 2014. “Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Pekanbaru”. Pekanbaru Riau: *Jurnal Ekonomi*. Vol 22. Universitas Riau, Pekanbaru. Maret 2014.

Kuncoro, Mudrajat, 2008, Ekonomika Indonesia Dilema di Tengah Krisis Global, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Mankiw, N.Grogory. 2000. *Pengantar Ekonomi, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Rahardja, Pratama dan Mandala, Manurung. 2002. *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. Jakarta: FEUI

Sadono, Sukirno. 2003. *Pengantar Teori Mikroekonomi*,: PT Raja Grafindo Jakarta.

Sarwoko, Endi.2008."Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap kinerja pasar tradisional di wilayah kabupaten Malang". Malang Jawa Timur: *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol 4 No 2. Universitas Kanjuruhan Malang, Malang. Juni 2008.

Sekaran, Uma. .2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Situmorang, Syafrizal Helmi. 2010. *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.

Solimun.2002."Pendekatan MRA (Moderator Regression Analysis) menggunakan SEM (Structural Equation Modelling)". Malang Jawa Timur: *Jurnal Ekonomi dan Manajemen,* Volume 3 No.2. Universitas Gajayana, Malang. Agustus 2002.

Staton, William J. 2003. *Prinsip Pemasaran.* Alih Bahasa Oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga.

Sugiarto, dkk, Ekonomi Mikro, Sebuah Kajian Komprehensif, PT. Gramedia Pustaka Utama, Edisi kedua, Jakarta, 2010

----------, 2004, Otonomi dan Pembangunan Daerah, Erlangga, Jakarta,

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif R&D*, Bandung Alfa Beta.

___. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

_____., 2012, *Metode penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*). Bandung : CV. Alvabeta

Ubaidillah, Ahmad, Mulyani, Sri dan Erlin Effendi, Dwi.2013."Makna Keuntungan Bagi Pedagang Kaki Lima*"*. Jepara Jawa Tengah: *Jurnal Akuntasi dan Investasi*. Vol 14.No 1.Hal, 65-77. STIE Nahdlatul Ulama, Jepara. Januari 2013.

Widarjono, Agus 2007. Ekonomitrika (Edisi Kedua): Teori dan Aplikasi, Ekonosia, Yogyakarta.

www.Jogjadaily.com, 2016, Revisi Perda Pengelolaan Pasar Minimarket di Kabupaten Sleman.

Lampiran-Lampiran

Lampiran 1

Data Rekapitulasi Kuisioner

Jam Dagang			**Total X1**	Pengalaman Berdagang			**Total X2**	Jumlah Konsumen			**Total X3**
4	3	4	**11**	3	3	2	**8**	4	3	2	**9**
2	3	3	**8**	2	3	3	**8**	2	3	3	**8**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	3	2	**8**	3	3	2	**8**	3	3	2	**8**
2	3	2	**7**	2	3	2	**7**	2	3	2	**7**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
2	2	2	**6**	2	2	2	**6**	2	2	2	**6**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	1	2	**6**	3	1	2	**6**	3	1	2	**6**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	2	3	**8**	3	2	3	**8**	3	2	3	**8**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	1	3	**7**	3	1	3	**7**	3	1	3	**7**
3	2	3	**8**	3	2	3	**8**	3	2	3	**8**
3	3	4	**10**	3	3	4	**10**	3	3	4	**10**
3	3	2	**8**	3	3	2	**8**	3	3	2	**8**
3	3	4	**10**	3	3	4	**10**	3	3	4	**10**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	3	2	**8**	3	3	2	**8**	3	3	2	**8**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
2	3	3	**8**	2	3	3	**8**	2	3	3	**8**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	2	1	**6**	3	2	1	**6**	3	2	1	**6**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	2	3	**8**	3	2	3	**8**	3	2	3	**8**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
4	4	2	**10**	4	4	2	**10**	4	4	2	**10**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
2	3	3	**8**	2	3	3	**8**	2	3	3	**8**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
2	2	3	**7**	2	2	3	**7**	2	2	3	**7**
2	4	4	**10**	2	4	4	**10**	2	4	4	**10**
2	3	2	**7**	2	3	2	**7**	2	3	2	**7**
4	4	2	**10**	4	4	2	**10**	4	4	2	**10**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
2	4	4	**10**	2	4	4	**10**	2	4	4	**10**
3	4	3	**10**	3	4	3	**10**	3	4	3	**10**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	4	3	**10**	3	4	3	**10**	3	4	3	**10**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
4	2	3	**9**	4	2	3	**9**	4	2	3	**9**

Jumlah Modal			**Total X4**	Keuntugan			**Total Y**
4	3	3	**10**	2	3	2	**7**
2	3	3	**8**	2	3	3	**8**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	3	2	**8**	3	3	2	**8**
2	3	2	**7**	2	3	2	**7**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
2	2	2	**6**	2	2	2	**6**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	1	2	**6**	3	1	2	**6**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	2	3	**8**	3	2	3	**8**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	1	3	**7**	3	1	3	**7**
3	2	3	**8**	3	2	3	**8**
3	3	4	**10**	3	3	4	**10**
3	3	2	**8**	3	3	2	**8**
3	3	4	**10**	3	3	4	**10**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	3	2	**8**	3	3	2	**8**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
2	3	3	**8**	2	3	3	**8**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	2	1	**6**	3	2	1	**6**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
3	2	3	**8**	3	2	3	**8**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
4	4	2	**10**	4	4	2	**10**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
2	3	3	**8**	2	3	3	**8**
3	3	3	**9**	3	3	3	**9**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
2	2	3	**7**	2	2	3	**7**
2	4	4	**10**	2	4	4	**10**
2	3	2	**7**	2	3	2	**7**
4	4	2	**10**	4	4	2	**10**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
2	4	4	**10**	2	4	4	**10**
3	4	3	**10**	3	4	3	**10**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
3	4	3	**10**	3	4	3	**10**
4	4	4	**12**	4	4	4	**12**
4	2	3	**9**	4	2	3	**9**

Data Penelitian

Nama Pasar	Tahun	Y	X1	X2	X3	X4
Pasar Sleman A	2016	8	50	300	**8**	11
Pasar Sleman B	2016	4	50	200	**8**	8
Pasar Sleman C	2016	1.6	25	70	**9**	9
Pasar Sleman D	2016	2.6	50	150	**8**	8
Pasar Sleman E	2016	4	75	250	**7**	7
Pasar Gentan A	2016	3	10	200	**9**	9
Pasar Gentan B	2016	3	30	200	**6**	6
Pasar Gentan C	2016	6	12	350	**9**	9
Pasar Gentan D	2016	3	45	200	**6**	6
Pasar Gentan E	2016	4	75	200	**9**	9
Pasar Pakem A	2016	1	1.5	100	**8**	8
Pasar Pakem B	2016	3	40	150	**9**	9
Pasar Pakem C	2016	1.05	1.3	50	**7**	7
Pasar Pakem D	2016	1.5	30	100	**8**	8
Pasar Pakem E	2016	6	35	300	**10**	10
Pasar Cebongan A	2016	3	175	200	**8**	8
Pasar Cebongan B	2016	0.6	7	100	**10**	10
Pasar Cebongan C	2016	1	12	100	**12**	12
Pasar Cebongan D	2016	4.5	10	250	**12**	12
Pasar Cebongan E	2016	3	70	200	**8**	8
Pasar Tajem A	2016	3	70	200	**12**	12
Pasar Tajem B	2016	3	60	150	**9**	9
Pasar Tajem C	2016	24	480	500	**9**	9
Pasar Tajem D	2016	4.8	60	300	**8**	8
Pasar Tajem E	2016	6	70	350	**12**	12
Pasar Terminal A	2016	15	150	400	**6**	6
Pasar Terminal B	2016	6	175	350	**12**	12
Pasar Terminal C	2016	15	350	450	**9**	9
Pasar Terminal D	2016	15	125	450	**12**	12
Pasar Terminal E	2016	22.5	150	450	**9**	9
Pasar Colombo A	2016	6	31	300	**9**	9
Pasar Colombo B	2016	2	8	50	**8**	8
Pasar Colombo C	2016	3.2	25	100	**12**	12
Pasar Colombo D	2016	2	15	50	**10**	10
Pasar Colombo E	2016	1	10	50	**12**	12
Pasar Turi A	2016	30	368	500	**9**	9
Pasar Turi B	2016	2	78	100	**8**	8
Pasar Turi C	2016	1	15	50	**9**	9
Pasar Turi D	2016	15	150	350	**12**	12
Pasar Turi E	2016	1	27	70	**7**	7
Pasar Mlati A	2016	3.5	50	300	**10**	10
Pasar Mlati B	2016	5	50	300	**7**	7
Pasar Mlati C	2016	6	80	450	**10**	10
Pasar Mlati D	2016	7	100	500	**12**	12
Pasar Mlati E	2016	4	50	450	**10**	10
Pasar Demangan A	2016	5	50	350	**10**	10
Pasar Demanagn B	2016	4	50	350	**12**	12
Pasar Demangan C	2016	6	70	430	**10**	10
Pasar Demanagan D	2016	3	50	300	**12**	12
Pasar Demangan E	2016	5	50	400	**9**	9

Y = Keuntungan dan X1= Modal (Jutaan Rupiah) X2 = Jumlah Konsumen (Orang) X3 = Pengalaman berdagang dan X4 = Jam dagang (Rekapitulasi Kuisioner

Lampiran 2

KUESIONER

Pertanyaan Untuk Penjual

A. **Identitas Responden**

1. Nama :
2. Alamat : Jl. ……

   RT ……./ RW …….

   Kelurahan : ……..

   Kecamatan : ……..

   Kota : ……..

3. Jenis Kelamin : 1. Lelaki / 2. Perempuan

Berilah jawaban pada pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju = 4

ST = Setuju = 3

TS = Tidak Setuju = 2

STS = Sangat Tidak Setuju = 1

Jam Berdagang

NO	Keterangan	Jawaban			
		SS	ST	TS	STS
1.	Saya berdagang secara rutin setiap hari untuk menambah keuntungan				
2.	Semakin lama dalam membuka toko perharinya dapat mempengaruhi keuntungan.				
3.	Waktu istirahat yang saya gunakan tidak lebih dari 1 jam				

Pengalaman Berdagang

NO	Keterangan	Jawaban			
		SS	ST	TS	STS
1	Saya tidak merasa tertarik untuk memperhutangkan barang dagangan ditoko/kios karena menurut saya hal tersebut tidak memperoleh keuntungan.				
2	Saya lebih merasa nyaman ketika pembeli dapat membayar secara tunai/cash karena akan sangat mempengaruhi keuntungan saya.				
3	Ketika pembeli marah, saya tetap bersikap ramah walaupun yang bersalah pembeli.				

Jumlah Konsumen

NO	Keterangan	Jawaban			
		SS	ST	TS	STS
1	Posisi toko/kios dapat mempengaruhi banyaknya konsumen dan keuntungan				
2	Lokasi toko dapat mempengaruhi jumlah konsumen.				
3	Promosi mempengaruhi tingkat pembeli di toko/kios				

Jumlah Modal

NO	Keterangan	Jawaban			
		SS	ST	TS	STS
1	Jumlah modal dapat mempengaruhi keuntungan				
2	Keuntungan yang saya dapatkan lebih banyak ketika menggunakan modal sendiri				
3	Keuntungan yang saya dapatkan lebih banyak ketika menggunakan modal pinjaman				

Keuntungan

NO	Keterangan				
1	Luas dan kerapian mempengaruhi tingkat penjualan dan keuntungan.				
2	Semakin pagi membuka toko/kios maka, semakin banyak pembeli yang datang dan mendapatkan keuntungan lebih.				
3	Jumlah barang dan kelengkapan barang akan mempengaruhi keuntungan.				

a. Berapa jumlah keuntungan anda perhari dalam berdagang
   .....
b. Berapa modal yang anda butuhkan untuk berdagang
   .....
c. Berapa jumlah pinjaman yang anda butuhkan untuk menambah modal
   .....

Lampiran 3

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,433**	,421**	,752**
	Sig. (2-tailed)		,002	,002	,000
	N	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	,433**	1	,528**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000
	N	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	,421**	,528**	1	,817**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000
	N	50	50	50	50
TotalX1	Pearson Correlation	,752**	,831**	,817**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,445**	,400**	,746**
	Sig. (2-tailed)		,001	,004	,000
	N	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	,445**	1	,533**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000
	N	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	,400**	,533**	1	,814**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000		,000
	N	50	50	50	50
TotalX2	Pearson Correlation	,746**	,839**	,814**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TotalX3
X3.1	Pearson Correlation	1	,433**	,354*	,730**
	Sig. (2-tailed)		,002	,012	,000
	N	50	50	50	50
X3.2	Pearson Correlation	,433**	1	,533**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000
	N	50	50	50	50
X3.3	Pearson Correlation	,354*	,533**	1	,802**
	Sig. (2-tailed)	,012	,000		,000
	N	50	50	50	50
TotalX3	Pearson Correlation	,730**	,841**	,802**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50

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

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	TotalX4
X4.1	Pearson Correlation	1	,433**	,394**	,743**
	Sig. (2-tailed)		,002	,005	,000
	N	50	50	50	50
X4.2	Pearson Correlation	,433**	1	,540**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000
	N	50	50	50	50
X4.3	Pearson Correlation	,394**	,540**	1	,811**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000		,000
	N	50	50	50	50
TotalX4	Pearson Correlation	,743**	,838**	,811**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50

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

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	TotalY
Y1.1	Pearson Correlation	1	,439**	,430**	,757**
	Sig. (2-tailed)		,001	,002	,000
	N	50	50	50	50
Y1.2	Pearson Correlation	,439**	1	,533**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000
	N	50	50	50	50
Y1.3	Pearson Correlation	,430**	,533**	1	,820**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000
	N	50	50	50	50
TotalY	Pearson Correlation	,757**	,831**	,820**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50

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

Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,720	,719	3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,719	,718	3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,704	,702	3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,716	,715	3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,725	,725	3

Lampiran 4

Hasil Regresi

Hasil Regresi persamaan linier berganda

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 02/27/17 Time: 14:33

Sample: 1 50

Included observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.349176	2.357670	-0.148102	0.8829
X1	0.041625	0.005992	6.947088	0.0000
X2	0.014865	0.004079	3.644185	0.0007
X3	-0.943301	1.054755	-0.894332	0.3759
X4	0.850427	1.058456	0.803459	0.4259

R-squared	0.772236	Mean dependent var	5.797000
Adjusted R-squared	0.751990	S.D. dependent var	6.225035
S.E. of regression	3.100103	Akaike info criterion	5.195388
Sum squared resid	432.4789	Schwarz criterion	5.386590
Log likelihood	-124.8847	Hannan-Quinn criter.	5.268198
F-statistic	38.14322	Durbin-Watson stat	1.567353
Prob(F-statistic)	0.000000		

Hasil Regresi Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	1.252056	Prob. F(2,43)	0.2961
Obs*R-squared	2.751522	Prob. Chi-Square(2)	0.2526

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 02/27/17 Time: 14:34

Sample: 1 50

Included observations: 50

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.522706	2.465292	-0.212026	0.8331
X1	-0.000432	0.006081	-0.071049	0.9437
X2	0.000819	0.004475	0.182989	0.8557
X3	0.035622	1.050415	0.033912	0.9731
X4	0.001241	1.052757	0.001179	0.9991
RESID(-1)	0.243556	0.157319	1.548172	0.1289
RESID(-2)	-0.076083	0.166575	-0.456750	0.6502

R-squared	0.055030	Mean dependent var	-1.95E-15
Adjusted R-squared	-0.076826	S.D. dependent var	2.970875
S.E. of regression	3.082884	Akaike info criterion	5.218785
Sum squared resid	408.6794	Schwarz criterion	5.486468
Log likelihood	-123.4696	Hannan-Quinn criter.	5.320720
F-statistic	0.417352	Durbin-Watson stat	1.951193
Prob(F-statistic)	0.863409		

Hasil Regresi Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	4.445067	Prob. F(4,45)	0.0041
Obs*R-squared	14.16071	Prob. Chi-Square(4)	0.0068
Scaled explained SS	29.43745	Prob. Chi-Square(4)	0.0000

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 02/27/17 Time: 14:35

Sample: 1 50

Included observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.112045	13.30011	-0.309174	0.7586
X1	0.078497	0.033801	2.322347	0.0248
X2	0.029297	0.023012	1.273154	0.2095
X3	2.660436	5.950090	0.447125	0.6569
X4	-2.716866	5.970973	-0.455012	0.6513

R-squared	0.283214	Mean dependent var	8.649577
Adjusted R-squared	0.219500	S.D. dependent var	19.79529
S.E. of regression	17.48833	Akaike info criterion	8.655584
Sum squared resid	13762.87	Schwarz criterion	8.846786
Log likelihood	-211.3896	Hannan-Quinn criter.	8.728395
F-statistic	4.445067	Durbin-Watson stat	1.875971
Prob(F-statistic)	0.004110		

Hasil Estimasi yang Tidak Terdapat Masalah Heteroskedastisitas Setelah Penyembuhan

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 02/27/17 Time: 14:35

Sample: 1 50

Included observations: 50

White heteroskedasticity-consistent standard errors & covariance

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.349176	1.911150	-0.182705	0.8559
X1	0.041625	0.008647	4.813770	0.0000
X2	0.014865	0.004193	3.545454	0.0009
X3	-0.943301	0.204126	-4.621165	0.0000
X4	0.850427	0.218675	3.889004	0.0003

R-squared	0.772236	Mean dependent var	5.797000
Adjusted R-squared	0.751990	S.D. dependent var	6.225035
S.E. of regression	3.100103	Akaike info criterion	5.195388
Sum squared resid	432.4789	Schwarz criterion	5.386590
Log likelihood	-124.8847	Hannan-Quinn criter.	5.268198
F-statistic	38.14322	Durbin-Watson stat	1.567353
Prob(F-statistic)	0.000000	Wald F-statistic	99.70817
Prob(Wald F-statistic)	0.000000		

Hasil Regresi Uji Multikolinieritas

	Y	X1	X2	X3	X4
Y	1	0.8340209821431411	0.7177026031342782	0.0424837627938438	0.0542259480456724
X1	0.8340209821431411	1	0.6036417127127626	0.0053078438531269 03	-0.0040657849478823 25
X2	0.7177026031342782	0.6036417127127626	1	0.2134653949532662	0.2236865854868341
X3	0.0424837627938438	0.0053078438531269 03	0.2134653949532662	1	0.9730484218432 04
X4	0.0542259480456724	-0.0040657849478823 25	0.2236865854868341	0.9730484218432 04	1