

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Revitalisasi

Danisworo dalam Astri (2019) mengartikan revitalisasi sebagai suatu usaha memvitalisasi kembali sebagian tempat dari suatu kota yang pernah hidup, akan tetapi mengalami degradasi atau kemunduran. Dalam melakukan revitalisasi, harus mampu untuk mengetahui dan memanfaatkan potensi lingkungan, seperti sejarah, makna, keunikan lokasi dan citra tempat.<sup>18</sup> Adapun yang diutamakan dalam melakukan revitalisasi pasar yaitu, pasar yang terletak di daerah perbatasan, terluar, tertinggal, pasar darurat, pasar yang mengalami bencana, pasar yang telah berdiri kurang lebih selama 25 tahun serta pasar yang berpotensi untuk perdagangan yang cukup besar.

Paskarina dalam Rillia, dkk (2019) menyatakan bahwa pertimbangan dasar dalam melakukan kerjasama untuk merevitalisasi pasar tradisional yaitu berubahnya pandangan pasar yang mulanya digunakan untuk tempat interaksi ekonomi menjadi ruang publik. Fokus utama yang dilakukan adalah memperbaiki jalur distribusi komoditas yang akan diperjualbelikan. Pembangunan pasar diharapkan tidak hanya digunakan untuk mencari keuntungan finansial, akan tetapi digunakan sebagai langkah untuk meningkatkan perekonomian pedagang kecil serta dapat

---

<sup>18</sup> Nurani, Wardani, dan Dwijayanti, "Revitalisasi Pasar Tradisional Cuplik Sukoharjo"..., hlm. 33.

dikelola secara kreatif oleh pengembang.<sup>19</sup> Sedangkan menurut Dimas dan Rudito dalam Tania, dkk (2021), tujuan revitalisasi pasar tradisional yaitu untuk menghidupkan kembali pasar tradisional supaya dapat bersaing dengan pasar modern, serta menjaga tradisi supaya pasar tradisional tetap terkenal di kalangan masyarakat.<sup>20</sup>

Menurut Fitrianty dalam Tulus (2018), terdapat 4 prinsip dilakukannya revitalisasi pasar, yaitu revitalisasi fisik, revitalisasi manajemen, revitalisasi ekonomi dan revitalisasi sosial.<sup>21</sup> Tahap revitalisasi dan rekapitalisasi pembangunan pasar tradisional bukan hanya mengenai perubahan bentuk bangunan, melainkan mencakup pengelolaan atau manajemen pasar serta perpaduan antara pasar dengan sektor-sektor lain seperti pariwisata, pertanian dan UMKM pada industri kerajinan dan makanan. Dasar pertimbangan dilakukan revitalisasi pasar adalah mengubah pandangan pasar yang mulanya digunakan hanya untuk hal yang berkaitan dengan ekonomi, menjadi ruang umum yang berfokus terhadap perbaikan jalur pendistribusian barang yang diperjualbelikan.

Pemerintah Indonesia melalui Peraturan Menteri Perdagangan No. 61/MDAG/PER/8/2015 mengenai Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan, telah mengutamakan empat prinsip. Menurut Kemenper dalam Tulus (2017), empat prinsip tersebut yaitu mengenai

---

<sup>19</sup> Haris, Muzayyana, dan P, "Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Mewujudkan Pengembangan Ekonomi Lokal Di Kabupaten Sumenep"..., hlm. 139

<sup>20</sup> Tania Nayoan, Florence D. J. Lengkong, dan Very Y. Londa, "Dampak Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar (Studi Di Pasar Rakyat Desa Poopo Utara Kecamatan Ranoyapo Kabupaten Minahasa Selatan)," *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 7, no. 103 (2021): 32.

<sup>21</sup> Tulus Tambunan, *Pasar Tradisional Dan Peran UMKM* (Bogor: IPB Press, 2020), hlm. 25.

revitalisasi fisik, revitalisasi manajemen, revitalisasi sosial budaya dan pendekatan revitalisasi yang mengacu pada Standar Nasional Indonesia (SNI) mengenai pasar rakyat.<sup>22</sup> Adapun kawasan yang termasuk pada revitalisasi fisik mengenai bentuk bangunan meliputi pembenahan bangunan serta kualitasnya, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda atau reklame dan ruang terbuka. Perbaikan pada pasar mencakup sistem kebersihan pada pasar, tata letak kios/ los/ toko, lahan parkir yang luas, tempat istirahat, AC, dan lainnya. Sedangkan pada revitalisasi manajemen, pasar diwajibkan dapat menciptakan manajemen pengelolaan yang baik sehingga mampu untuk mengatur kewenangan serta kewajiban pedagang, dan langkah penempatan pembiayaan, standar operasional pada tahap pelayanan pasar.

Pemerintah juga berperan dalam memberikan cara dan membantu pedagang pasar mengenai standar dan langkah-langkah pelayanan bagi konsumen. Serta memberikan pelatihan atau clustering pada pedagang, sehingga sebagian besar pedagang bisa menempati pasar kembali. Pihak pedagang dan swasta dapat membangun kerja sama terkait tata cara penjualan dan promosi.

## **B. Pasar**

### **1. Pengertian Pasar**

Pasar merupakan tempat bertemunya produsen dengan konsumen sehingga terjadi transaksi dan menimbulkan permintaan yang

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 25.

dibutuhkan bagi konsumen serta penawaran bagi produsen yang terlihat nyata sehingga menyebabkan perekonomian berkembang, karena kebutuhan akan barang dan jasa sudah terpenuhi oleh masing-masing konsumen dan produsen.<sup>23</sup> Pasar juga merupakan tempat produsen menawarkan produk berupa barang atau jasa kepada pembeli sesuai dengan perkiraan harga yang telah ditetapkan oleh penjual. Pasar adalah tempat atau kondisi yang tersusun sebagai sarana pertemuan antara permintaan dan penawaran antara penjual dan pembeli.<sup>24</sup>

Peraturan Menteri Dalam Negeri dalam Istijabatul (2020), menyatakan pasar adalah tempat bertemunya produsen dan konsumen yang digunakan untuk kegiatan jual beli, sarana interaksi sosial budaya masyarakat serta mengembangkan perekonomian masyarakat. Pasar juga disebut sebagai sebuah tata cara yang dapat mempertemukan kedua belah pihak yaitu produsen dan konsumen untuk melaksanakan transaksi barang dan jasa pada produksi atau penentuan harga yang mampu mewujudkan manfaat dan kesejahteraan hidup manusia.<sup>25</sup>

Adiwarman A. Karim dalam Subhan (2020) mendefinisikan pasar merupakan tempat atau kondisi yang menyebabkan pertemuan

---

<sup>23</sup> Hendra Safri, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Cetakan 1. (Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo, 2018), hlm. 66.

<sup>24</sup> Jun Surjanti, Musdholifah, dan Budiono, *Edisi Belajar Teori Ekonomi (Pendekatan Mikro) Berbasis Karakter* (Sleman: Deepublish, 2018) hlm. 2.

<sup>25</sup> Istijabatul Aliyah, *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 2.

antara permintaan (konsumen) dengan penawaran (produsen) untuk berbagai macam produk barang dan jasa maupun sumber daya.<sup>26</sup>

Ekomadyo dalam Istijabatul (2020) menjelaskan bahwa pasar tumbuh dan berkembang karena adanya transaksi barang dan jasa yang dilakukan secara kedaerahan serta wilayahnya berdekatan, sehingga mampu menghidupkan berbagai macam kegiatan di suatu kota. Terdapat berbagai macam barang dagangan berupa sandang, pangan dan barang lainnya diperjualbelikan di pasar tradisional yang memiliki karakter barang mudah dipindahkan.

Pasar diartikan sebagai cara penjual dan pembeli secara bersama-sama dapat menetapkan harga untuk melaksanakan pertukaran barang atau jasa pada perekonomian.<sup>27</sup> Para ekonom memaparkan bahwa pasar adalah sekelompok produsen dan konsumen yang bertransaksi mengenai sebuah produk atau kelas produk yang berperan penting dalam jalur perdagangan dan mempunyai jaringan pasar yang luas serta wilayah yang permanen.<sup>28</sup>

Syarat terbentuknya pasar adalah sebagai berikut:<sup>29</sup>

- a. Terdapat produsen
- b. Terdapat konsumen

---

<sup>26</sup> Subhan Purwadinata dan Ridolof Wenan Batilmurik, *PENGANTAR ILMU EKONOMI: Kajian Teoritis Dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian* (Malang: Literasi Nusantara, 2020), hlm. 90.

<sup>27</sup> Jimmy Hasoloan, *Pengantar Ilmu Ekonomi (PIE)* (Sleman: Deepublish, 2010), hlm. 19.

<sup>28</sup> Muhammad Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)*, Cetakan 1. (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), hlm. 11.

<sup>29</sup> Widaningsih dan Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan*, Cetakan 1. (Malang: Polinema Press, 2016), hlm. 13.

- c. Terdapat uang (alat transaksi)
- d. Terdapat barang yang diperjualbelikan
- e. Terdapat tempat

## 2. Fungsi dan Peran Pasar

Terjadinya transaksi jual beli di pasar antara produsen dengan konsumen mempunyai peran atau fungsi utama dalam aktivitas perekonomian masyarakat.

Fungsi pasar tersebut antara lain :

- a. Pasar menetapkan nilai

Harga merupakan alat yang berfungsi untuk mengukur nilai barang dan jasa. Pasar juga sebagai tempat pembentukan harga (nilai) karena bertemunya produsen dan konsumen menimbulkan kesepakatan suatu harga untuk melakukan tawar menawar. Proses jual beli yang dilakukan di pasar juga akan menimbulkan harga (nilai).

- b. Pasar mendistribusikan produk

Barang yang di distribusikan oleh produsen ditujukan kepada konsumen dengan pendistribusian barang atau produk di pasar dilakukan secara langsung. Pasar bisa berfungsi dengan tepat, jika pendistribusian barang atau produk dari produsen ke konsumen berlangsung dengan baik. Pendapatan yang diterima oleh produsen juga akan semakin meningkat, jika konsumen membeli produk

mereka.

c. Pasar menyelenggarakan penjatahan (*rationing*)

Penjatahan atau penentuan jumlah barang merupakan inti dari terjadinya suatu harga yang terkait dengan pembatasan konsumsi dan dilakukan oleh konsumen dari banyaknya produksi yang ada.

d. Pasar menyiapkan barang dan jasa untuk kebutuhan masa depan  
Tabungan dan investasi merupakan kegiatan yang berlangsung dipasar yang berkaitan dengan kemampuan untuk mempertahankan dan memajukan perekonomian (Richard A. Bilas, 2020).<sup>30</sup>

e. Promosi

Pasar berfungsi bagi produsen untuk mempromosikan (memberitahukan) produk yang dimiliki kepada konsumen. Kegiatan promosi bisa dilakukan seperti menempatkan spanduk pada kios, memberikan brosur penawaran kepada konsumen, memberikan sampel yang dijadikan contoh pada calon konsumen.

Sedangkan peran pasar adalah sebagai berikut :

- 1) Peran pasar untuk produsen
  - a) Tempat untuk memperkenalkan suatu produk
  - b) Tempat untuk menjual hasil produksi

---

<sup>30</sup> Purwadinata dan Batilmurik, *PENGANTAR ILMU EKONOMI: Kajian Teoritis Dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian*, hlm. 91.

- c) Tempat mendapatkan bahan baku yang digunakan untuk produksi
- 2) Peran pasar untuk konsumen
  - a) Memberikan kemudahan konsumen untuk memperoleh barang yang dibutuhkan
  - b) Tempat untuk konsumen menawarkan barang atau sumberdaya yang ada
- 3) Peran pasar untuk pemerintah
  - a) Sebagai pendukung kemudahan pembangunan
  - b) Sebagai sumber pendapatan negara

### **3. Klasifikasi Pasar**

#### **a. Pasar Modern**

Pasar modern yaitu pasar yang mekanisme pengelolaannya menggunakan manajemen modern, umumnya terjadi diperkotaan dengan menyediakan barang dan jasa dan diberikan kepada pembeli atau konsumen dengan kualitas serta pelayanan yang baik. Transaksi yang dilakukan di pasar modern tidak dilakukan secara langsung, akan tetapi pembeli dapat memperhatikan harga yang tertera pada barang (barcode), terdapat dalam bangunan dan pelayanan pada pasar modern dilakukan secara pribadi (swalayan) atau dibantu oleh pelayan toko (pramuniaga).<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Widaningsih dan Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan ...*, hlm. 12.



Ciri-ciri pasar modern yang menggunakan manajemen modern yaitu pedagang menjual satu jenis barang dagangan, harga pasti, penyusunan barang rapi dan baik, kenyamanan serta ketentraman menjadi hal yang terpenting.<sup>32</sup> Yang termasuk dalam pasar modern seperti, supermarket, mall, mini market, shopping centre, department store dan sebagainya. Produk yang diperjual belikan mempunyai beragam bentuk dan memiliki mutu yang terjamin sebab telah melewati penyaringan secara teliti. Pasar modern memiliki persediaan barang di gudang dengan terukur, mempunyai label harga tertentu yaitu harga sebelum dan sesudah dikenai pajak, terdapat pendingin udara dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang baik bagi pembeli.

#### **b. Pasar Tradisional**

Peraturan Menteri Dalam Negeri mendefinisikan pasar tradisional merupakan pasar yang didirikan serta dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi maupun swadaya masyarakat sekitar serta memiliki modal dan usaha yang kecil, mengakibatkan proses perdagangan dilakukan secara tawar menawar seperti usaha toko, kios, los, tenda, dan lain sebagainya yang dimiliki oleh pedagang kecil menengah. Kios terdapat pada bagian terpenting bangunan permanen, los yang berupa bangunan semi darurat atau semi permanen dan bagian yang lebih kecil dari los yang

---

<sup>32</sup> Prihatno, "Kajian Revitalisasi Pasar Pleret Kabupaten Bantul," *Jurnal Media Wisata* 14, no. 2 (2016): 440–441.

digunakan pedagang dan bersifat sementara yang disebut bagian terbuka.<sup>33</sup>

Kegiatan di pasar tradisional juga menyangkut tentang sosial ekonomi kerakyatan, sehingga akan menghasilkan hubungan ekonomi antara pedagang-pembeli, pedagang-pedagang dan pedagang-pemasok yang merupakan keperluan setiap orang. Pasar tradisional dibentuk oleh kegiatan berdagang, serta diperluas pada ruang-ruang terbuka serta berdekatan dengan lapangan, jalan dan berlokasi dekat dengan permukiman serta terletak di berbagai kota dengan tempat yang strategis, mudah dicapai oleh pembeli dan penjual yang dekat dengan desa, antar desa serta aman dari gangguan umum. Pasar tradisional menjadi aset perekonomian daerah serta dapat merekatkan hubungan sosial dalam masyarakat. Tidak hanya sebagai tempat jual beli, pasar tradisional juga menjadi wadah interaksi sosial budaya.

## **C. Pendapatan**

### **1. Pengertian Pendapatan**

Pendapatan menurut Munandar dalam Dewa (Artaman et al., 2016) adalah suatu penambahan asset pada perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja perusahaan dan kesejahteraan karyawan serta berdampak pada peningkatan kekayaan yang dimiliki

---

<sup>33</sup> Aliyah, *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota...*, hlm. 4.

perusahaan.<sup>34</sup>

Winardi dalam I Putu Rian (Jaya et al., 2014) mendefinisikan pendapatan merupakan seluruh penghasilan yang diperoleh oleh suatu pihak dan berfungsi untuk memenuhi keperluan keluarga atau perseorangan dengan maksud sebagai balas jasa dalam bentuk uang maupun barang serta berasal dari suatu pihak atau diri sendiri.<sup>35</sup> Pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh seseorang karena telah melakukan suatu pekerjaan dengan imbalan berupa uang atau barang, dari suatu pihak dan digunakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

## **2. Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan**

Adanya penjual di pasar selalu dikaitkan dengan pendapatan yang diterima. Maka dari itu, perlu adanya faktor untuk menentukan pendapatan yang diterima oleh pedagang. Adapun faktor tersebut antara lain :

### **a. Modal**

Menurut KBBI modal adalah uang atau alat tukar yang dimanfaatkan sebagai pokok untuk melakukan perdagangan dan harta benda (berupa uang dan barang) yang berfungsi untuk menghasilkan sesuatu, serta dapat meningkatkan kekayaan dan

---

<sup>34</sup> Artaman, Yuliarmi, dan Djayastra, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar"..., hlm. 90.

<sup>35</sup> Jaya, Nuridja, dan Suwena, "Analisis Pendapatan Pedagang (Studi Pada Pasar Anyar Di Kelurahan Banjar Tengah)"..., hlm. 2.

lain-lain.<sup>36</sup> Adapun macam jenis usaha, meliputi usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang penggunaan modalnya bergantung dengan jenis usaha yang dimiliki. Jenis usaha juga menentukan jumlah besarnya modal yang diperlukan, serta semakin besar modal maka jangka waktu yang dibutuhkan juga semakin lama. Proses pengadaan barang dan jasa akan terhambat apabila tidak tersedia modal yang cukup.

Adapun beberapa pembagian modal, yaitu:<sup>37</sup>

- a. Menurut sifatnya
  - a) Modal tetap merupakan modal yang bisa dipergunakan berulang-ulang. Seperti kendaraan, buku, mesin jahit dan lain sebagainya.
  - b) Modal lancar merupakan modal yang hanya bisa dipergunakan sekali pakai. Seperti bahan baku yang digunakan untuk membuat minyak, bensin, kue dan lain sebagainya.
- b. Menurut sumbernya
  - a) Modal sendiri merupakan sebuah modal yang bersumber dari sebuah perusahaan milik pribadi atau bersama.
  - b) Modal asing merupakan modal yang bersumber dari perolehan penjualan obligasi dari perusahaan atau hasil

---

<sup>36</sup> Nur Inayah, Achmad Tjachja Nugraha, dan Moh. Irvan Septiar Musti, *Pengantar Kewirausahaan: Mengenal, Memahami Dan Mencintai Dunia Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2021), hlm. 111.

<sup>37</sup> Safri, *Pengantar Ilmu Ekonomi ...*, hlm. 61-62.

meminjam di bank.

c. Menurut kepemilikannya

- a) Modal individu adalah modal yang bersumber dari pendapatan pemilik modal. Misalnya, pendapatan sewa kontrakan, rentalan atau tabungan.
- b) Modal umum adalah modal yang berasal dari pemerintah serta dimanfaatkan bagi keperluan khalayak ramai. Misalnya, lapangan, pelabuhan, pasar dan lain sebagainya.

d. Menurut bentuknya

- a) Modal konkret yaitu modal yang dapat diketahui secara jelas dalam suatu kegiatan produksi. Seperti buku, komputer dan lain sebagainya.
- b) Modal abstrak yaitu modal yang tidak mempunyai bentuk ketika terjadi proses produksi, akan tetapi bagi perusahaan mempunyai nilai sendiri

**b. Jam Kerja**

Menurut Asmie dalam Ravisca, dkk (2020) jam kerja merupakan banyaknya waktu yang digunakan untuk bekerja dalam sehari.<sup>38</sup> Jam kerja dimanfaatkan individu untuk melakukan kegiatan bekerja dan melayani konsumen dengan tujuan mendapatkan penghasilan, dimulai dari persiapan

---

<sup>38</sup> Ravisca Aulia Inderianti et al., "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kota Jambi (Studi Kasus Warung Manisan Kecamatan Telanaipura)," *e-Jurnal Perspektif Ekonomi dan Pembangunan Daerah* 9, no. 3 (2020): 111.

membuka sampai menutup kios. Ketika jam kerja ditingkatkan, maka pedagang juga akan memperoleh pendapatan yang tinggi pula. Jam kerja pedagang dapat dipengaruhi oleh macam-macam barang yang diperdagangkan, cuaca, lama waktu terjualnya barang dan lain sebagainya.

### c. Tenaga Kerja

Menurut Pasal 2 ayat (2) UU No. 13 Tahun 2013, tenaga kerja adalah setiap orang baik laki-laki maupun perempuan yang sedang dalam atau akan melakukan pekerjaan, baik di dalam atau diluar hubungan kerja untuk menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>39</sup>

Tenaga kerja didefinisikan sebagai seluruh orang yang mampu dan bersedia untuk melakukan pekerjaan, termasuk orang yang sedang menganggur walaupun mampu dan bersedia bekerja dan orang yang tidak bekerja karena terpaksa, sebab tidak adanya pekerjaan dengan rentang usia 14-60 tahun.<sup>40</sup>

Adapun pengelompokan bagi tenaga kerja:<sup>41</sup>

#### 1) Menurut sifatnya

- a) Tenaga kerja jasmani merupakan tenaga kerja yang aktivitas pekerjaannya lebih berkaitan dengan kegiatan

---

<sup>39</sup> Zaeni Asyhadie dan Rahmawati Kusuma, *Hukum Ketenagakerjaan Dalam Teori & Praktik Di Indonesia*, Cetakan 1. (Jakarta Timur: PRENADAMEDIA GROUP, 2019), hlm. 1.

<sup>40</sup> Rizki Herdian Zenda dan Suparno, "Peranan Sektor Industri Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Surabaya," *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 2, no. 1 (2017): 372–373.

<sup>41</sup> Safri, *Pengantar Ilmu Ekonomi ...*, hlm. 60.

fisik. Seperti buruh tani, buruh pabrik, kuli bangunan dan lain sebagainya.

b) Tenaga kerja rohani merupakan tenaga kerja dimana pekerjaannya lebih berkaitan dengan akal atau pikiran. Seperti guru, pengacara, direktur dan lain sebagainya.

2) Menurut kemampuan (kualitas)

a) Tenaga kerja terdidik merupakan tenaga kerja dimana pekerjaannya membutuhkan ilmu pendidikan yang tepat dengan profesinya. Misalnya, bidan, dosen, dokter dan lain sebagainya.

b) Tenaga kerja terampil merupakan tenaga kerja yang sebelum bekerja telah melakukan pelatihan, sehingga pekerjaannya diwajibkan memiliki pengalaman dan keahlian. Misalnya, perias, penjahit, montir dan lain sebagainya.

c) Tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terampil merupakan tenaga kerja yang dalam pekerjaannya tidak memerlukan keahlian, keterampilan atau pendidikan tertentu. Misalnya, tukang cangkul, penjual koran, pemulung dan lain sebagainya.

**d. Lama Usaha**

Moenir dalam Prisilia, dkk (2019) mengemukakan bahwa semakin lama seseorang menekui pekerjaannya, maka akan

menambah pengalaman, lebih mahir dan matang terhadap pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya.<sup>42</sup> Lama usaha dapat mendatangkan pengalaman usaha pada individu yang melakukan, sehingga akan mempengaruhi tindakan dalam bertindak laku dan mengetahui keinginan relasi bisnis. Lama waktu pendirian usaha dapat berpengaruh terhadap jumlah pendapatan, sebab akan berdampak pada naiknya kemampuan produksi dan kinerja pedagang yang kemudian dapat menambah kemudahan serta memperkecil biaya produksi. Lama usaha yang dimiliki oleh pedagang berpengaruh penting terhadap pemilihan strategi yang sudah dipertimbangkan dengan tepat untuk mengelola barang dan mendistribusikan produknya. Semakin lama waktu seseorang untuk bekerja atau melakukan kegiatan, maka pengalaman yang di dapatkan juga akan bertambah.

#### **D. Pedagang**

Damsar dalam Pither (Abago & Rondonuwu, 2015) pedagang didefinisikan sebagai orang atau kelompok yang melakukan kegiatan jual beli suatu produk kepada pembeli, serta dapat dilaksanakan secara langsung atau tidak langsung.<sup>43</sup> Barang yang diperjualbelikan oleh pedagang tidak diproduksi secara mandiri serta kegiatan perdagangan

---

<sup>42</sup> Polandos et al., "Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur"..., hlm. 39.

<sup>43</sup> Abago, Rondonuwu, dan Sembel, "Persepsi Pedagang Pribumi Terhadap Pedagang Pendatang Di Pasar Kajase Kabupaten Sorong Selatan, Papua Barat"..., hlm. 144.



dilakukan sehari-hari dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Menurut Kibrandoko dalam I Putu Rian (Jaya et al., 2014) pedagang adalah seorang maupun sekelompok orang yang menyediakan produk dan jasa kepada konsumen dengan maksud supaya konsumen membeli barang yang di tawarkan.<sup>44</sup> Terdapat tiga macam kategori pedagang, antara lain:

1. Pedagang besar (distributor atau agen tunggal)

Pedagang besar merupakan pedagang tangan pertama dan sebagai produsen yang membeli dan mendapatkan suatu produk atau barang secara langsung. Pedagang besar juga mempunyai kewenangan untuk memasarkan barang yang telah diterima dari produsen ke daerah atau wilayah yang sudah ditetapkan.

2. Pedagang menengah (agen atau grosir)

Pedagang menengah adalah pedagang yang membeli dan memperoleh suatu produk yang berasal dari distributor dengan pembagian wilayah penjualan tertentu dan lebih kecil dari wilayah pedagang besar atau distributor.

3. Pedagang eceran (pengecer)

Pedagang eceran merupakan pihak atau pedagang yang menjual barang dari pihak pedagang menengah dan barangnya dijual ke konsumen atau pihak terakhir dengan jumlah satuan atau eceran.

---

<sup>44</sup> Jaya, Nuridja, dan Suwena, "Analisis Pendapatan Pedagang (Studi Pada Pasar Anyar Di Kelurahan Banjar Tengah)"..., hlm. 2.

## E. Pasar dalam Perspektif Islam

Dalam ekonomi islam, kesejahteraan masyarakat dapat dimaksimalkan jika sumber daya ekonomi dapat dialokasikan sebaik mungkin serta dibatasi dengan peraturan berdasarkan prinsip syariah dan bersumber pada Al-Qur'an, As-Sunnah, Ijma', Qiyas, dan Ijtihad.<sup>45</sup> Pasar merupakan tempat untuk melakukan transaksi jual beli dan islam menempatkan pasar pada kedudukan yang utama dalam perekonomian. Mekanisme pasar dalam sistem ekonomi islam dibangun atas dasar kebebasan, yaitu setiap individu diberikan kebebasan untuk melakukan kegiatan transaksi barang dan jasa. Kebebasan yang diberikan terikat dalam sebuah aturan, yaitu tidak bertentangan dengan aturan sehingga tidak akan menimbulkan kerugian pada suatu pihak melakukan transaksi. Kegiatan ekonomi yang dilakukan bertujuan untuk mewujudkan keadilan dan kemaslahatan bagi semua pihak.<sup>46</sup>

Mekanisme pasar menurut Abu Yusuf yang terdapat dalam bukunya yaitu *al-Kharaj* menjelaskan bahwa harga tidak hanya ditentukan oleh penawaran, tetapi juga permintaan terhadap barang tersebut. Sedangkan mekanisme pasar menurut Ibnu Khaldun dalam bukunya berjudul *al-Muqaddimah* menjelaskan bahwa barang dibagi menjadi dua kategori, yaitu barang pokok dan barang mewah. Ketika suatu kota berkembang dan jumlah penduduknya bertambah banyak, maka harga barang pokok akan

---

<sup>45</sup> Muklis dan Didi Suardi, *Pengantar Ekonomi Islam* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 44.

<sup>46</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, Edisi 1. (Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2017), hlm. 148.

menurun sedangkan barang mewah naik. Hal tersebut disebabkan meningkatnya penawaran bahan pangan dan barang pokok yang dibutuhkan oleh masyarakat. Sedangkan harga barang mewah akan mengalami kenaikan sejalan dengan meningkatnya gaya hidup yang mengakibatkan meningkatnya permintaan atas barang mewah.<sup>47</sup>

Dalam sebuah transaksi jual beli dalam islam, harus memenuhi dan memperhatikan rukun dan syarat yang telah ditentukan oleh syariat, yaitu:

Rukun jual beli dalam islam, adalah sebagai berikut:

1. Adanya penjual (*ba'i*)
2. Adanya pembeli (*musytari*)
3. Adanya objek atau barang yang diperjualbelikan (*ma'qud 'alaih*)
4. Adanya serah terima (*shighat* atau *ijab qobul*)

Adapun syarat jual beli bagi penjual dan pembeli dalam islam, yaitu:

1. *Baligh*, yaitu seorang anak yang belum bisa membedakan antara yang baik dan buruk, serta tidak diperbolehkan melakukan transaksi jual beli kecuali atas seizing dan sepengetahuan orang tuanya.
2. Berakal sehat, yaitu dapat membedakan dan memilih yang baik untuk dirinya.
3. Kehendak sendiri, yaitu tanpa paksaan atau bujukan suatu pihak.

---

<sup>47</sup> Abdul Ghafur, "Mekanisme Pasar Perspektif Islam," *Jurnal Iqtishodiyah* 5, no. 1 (2019): 11–14.

Pasar dalam islam merupakan wadah berlangsungnya kegiatan jual beli yang penting dalam perekonomian yang terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275:<sup>48</sup>

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan telah mengharamkan riba”. (QS.Al-Baqarah : 275)

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan transaksi riba, karena dalam jual beli terdapat manfaat yang diperoleh bagi individu maupun masyarakat. Sedangkan dalam praktek riba, terdapat unsur pemanfaatan kesempatan sehingga mengakibatkan kerugian. Oleh sebab itu, islam mendorong untuk mencari harta yang halal supaya mendapatkan keridhoan Allah SWT serta bermanfaat bagi banyak pihak.

Salah satu unsur penting dari sebuah perdagangan yaitu untuk mendapatkan pendapatan yang digunakan untuk proses pemutaran modal. Dalam islam, pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh dengan usaha yang halal. Rasulullah SAW menganjurkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan cara yang halal, sesuai dengan sabda Rasulullah SAW:<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Ahmad Sarwat, *Fiqih Jual Beli* (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018), hlm. 6.

<sup>49</sup> Enjang Burhanudin Yusuf, *Mujahadah Di Siang Hari Meraup Pahala Di Saat Sibuk, Pertama*. (Jakarta Selatan: QultumMedia, 2018), hlm. 111.

مَا كَسَبَ الرَّجُلُ كَسْبًا أَطْيَبَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَمَا أَنْفَقَ الرَّجُلُ عَلَى نَفْسِهِ  
وَأَهْلِهِ وَوَلَدِهِ وَخَادِمِهِ فَهُوَ صَدَقَةٌ

Artinya: “Tidak ada yang lebih baik dari usaha seorang laki-laki kecuali dari hasil tangannya (bekerja) sendiri. Dan apa saja yang dinafkahkan oleh seorang laki-laki kepada diri, istri, anak dan pembantunya adalah sedekah.” (HR. Ibnu Majah)

Islam menganjurkan untuk menggunakan harta dalam kegiatan ekonomi dan melarang untuk menganggurkannya. Banyaknya pendapatan yang diterima oleh pedagang selain berasal dari banyaknya konsumen juga berasal dari penentuan harga barang. Dalam konsep ekonomi islam, penentuan harga ditimbulkan dari kekuatan permintaan dan penawaran pada pasar. Pertemuan antara permintaan dan penawaran terjadi secara seimbang, apabila dalam transaksi terdapat sikap rela sama rela atau tidak ada pemaksaan terhadap harga sehingga persaingan dipasar dilakukan secara adil.<sup>50</sup>

## F. Penelitian Terdahulu

Rizka Aprilia (2017) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang di Pasar Bulu Semarang. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif pada penelitian tersebut diperoleh dari observasi dan wawancara mengenai aspek sosial

---

<sup>50</sup> Eli Suryani, “Distribusi Pendapatan Dan Pemenuhan Kebutuhan Dalam Ekonomi Islam,” *Al-hurriyah* 11, no. 2 (2010): 75–76.

budaya, aspek ekonomi dan aspek fisik dari revitalisasi di Pasar Bulu Kumba Semarang. Sedangkan metode kuantitatif yang digunakan yaitu mengenai pendapatan pedagang sebelum dan sesudah adanya revitalisasi yang dibuktikan dengan hasil uji t sampel berpasangan (Paired-Sample T- Test). Dari penelitian tersebut diketahui bahwa revitalisasi tidak mempengaruhi hubungan aspek sosial budaya antar pedagang, pada aspek ekonomi diketahui bahwa revitalisasi menyebabkan pendapatan pedagang menurun, sedangkan aspek fisik revitalisasi pasar menjadi lebih rapi, bagus dan bersih. Revitalisasi juga mempengaruhi penurunan pendapatan pedagang di Pasar Bulu Semarang.<sup>51</sup> Persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan metode analisisnya, sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu modal, jam kerja, tenaga kerja dan lama usaha.

Nurlaila Hanum (2017) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di Kota Kuala Simpang dengan melihat besarnya pengaruh variabel modal, jam kerja dan lama usaha secara parsial. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan uji regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil analisis pada penelitian diketahui bahwa variabel modal, jam kerja dan lama usaha secara simultan memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang kaki

---

<sup>51</sup> Rizka Aprilia, "Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Bulu Semarang," *Economics Development Analysis Journal* 6, no. 2 (2017): 219–220.

lima di Kota Kuala Simpang.<sup>52</sup> Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan, yaitu variabel modal, jam kerja dan lama usaha. Sedangkan perbedaannya penelitian ini terdapat pada variabel yang ditambahkan yaitu variabel modal, jam kerja, tenaga kerja dan lama usaha.

Ni Putu Eka Stutiari dan Sudarsana Arka (2019) melakukan penelitian, yang bertujuan untuk mengetahui dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang dan tata kelola pasar di Kabupaten Badung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dan simple random sampling, serta menggunakan alat analisis statistik nonparametrik dengan metode Mc. Nemar. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pendapatan pedagang sesudah adanya revitalisasi pasar tradisional dan tata kelola pasar yang mencakup sarana pasar, kemandirian pasar, kebersihan pasar, pelayanan administrasi setelah adanya revitalisasi mengalami peningkatan di pasar tradisional Kabupaten Badung.<sup>53</sup> Persamaan dari penelitian ini yaitu pada variabel terikat yang digunakan yaitu pedagang pasar, sedangkan perbedaannya terletak pada metode analisis yang digunakan.

Kadek Cyntia Pratiwi dan I Nengah Kartika (2019) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas program

---

<sup>52</sup> Hanum, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kota Kuala Simpang."

<sup>53</sup> Ni Putu Eka Stutiari dan Sudarsana Arka, "Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar Di Kabupaten Badung," *E-Jurnal EP Unud* 8, no. 1 (2019): 148–178.

revitalisasi pasar tradisional dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang dan pengelolaan Pasar Pohgading. Penelitian tersebut menggunakan teknik analisis deskripsi serta uji beda dua rata-rata sampel berpasangan. Hasil dari penelitian menunjukkan tingkat efektivitas pada pelaksanaan revitalisasi pasar berjalan cukup baik. Diketahui dari efektivitas variable input seperti menjaga citra baik pasar dan juga mendapatkan banyak dukungan dari masyarakat. Variabel output meliputi penjagaan kebersihan supaya pengunjung merasa nyaman. Dari kedua variabel tersebut mendapatkan hasil yang cukup efektif. Dengan adanya program revitalisasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan pengelolaan pasar di Pasar Desa Pakraman Pohgading.<sup>54</sup> Pada penelitian tersebut menggunakan variabel terikat efektivitas revitalisasi pasar, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel terikat yaitu pendapatan pedagang serta terdapat variabel bebas meliputi variabel modal, jam kerja, tenaga kerja dan lama usaha.

Ganis Yuni Saputri dan Fitrah Sari Islami (2021) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Bobotsari. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel purposive sampling serta teknik analisis uji *pairedsample t-test*. Penelitian tersebut menjelaskan adanya program

---

<sup>54</sup> Kadek Cyntia Pratiwi dan I Nengah Kartika, "Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading," *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 8, no. 7 (2019): 805–834.



revitalisasi menyebabkan penurunan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Bobotosari.<sup>55</sup> Persamaan pada penelitian ini terdapat pada metode analisis, sedangkan perbedaannya yaitu pada variabel bebas meliputi modal, jam kerja, tenaga kerja dan lama usaha.

Syafruddin, Asmini dan Opan Setia Pratama (2020) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui komparasi pendapatan pedagang Pasar Kerato sebelum dan setelah relokasi (Studi Relokasi Pasar Seketeng ke Pasar Kerato). Penelitian tersebut menganalisis tentang pendapatan pedagang setelah adanya relokasi Pasar Seketeng ke Pasar Kerato yang berkaitan lokasi berdagang. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan teknis analisis uji normalitas serta uji paired sample t-test. Hasil dari penelitian menunjukkan adanya relokasi pasar terkait dengan lokasi, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan di Pasar Kerato.<sup>56</sup> Persamaan dalam penelitian ini terkait dengan penggunaan metode analisis, sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel bebas yang meliputi modal, jam kerja, tenaga kerja dan lama usaha.

Hartono, M. Andik Rudiyanto dan Fachrudiy Asj'ari (2020) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang pasar (studi

---

<sup>55</sup> Ganis Yuni Saputri dan Fitrah Sari Islami, "Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Bobotosari," *Jurnal Paradigma Multidisipliner (JPM)* 2, no. 2 (2021): 126.

<sup>56</sup> Syafruddin, Asmini, dan Opan Setia Pratama, "Studi Komparasi Pendapatan Pedagang Pasar Kerato Sebelum Dan Setelah Relokasi (Studi Relokasi Pasar Seketeng Ke Pasar Taro)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 17, no. 3 (2020): 155–163.

pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kec. Laren Kabupaten Lamongan). Penelitian tersebut mengambil variabel bebas dampak revitalisasi pasar, sedangkan variabel terikat adalah pendapatan pedagang pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan teknik sampel jemu. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa program revitalisasi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Bulubrangsi.<sup>57</sup> Persamaan penelitian terletak pada penggunaan metode analisis, sedangkan perbedaannya terdapat pada penggunaan variabel bebas meliputi modal, jam kerja, tenaga kerja dan lama usaha.

Nurul Huda dan Dedi Ismawardi (2020) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang Pasar Terubuk Kabupaten Bengkalis. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan variabel bebas berupa modal, jam kerja dan lokasi. Hasil pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa modal, jam kerja dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Terubuk Kabupaten Bengkalis.<sup>58</sup> Persamaan dengan penelitian ini yaitu terdapat pada tiga variabel bebas yang digunakan berupa variabel modal, jam kerja dan lokasi. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan empat

---

<sup>57</sup> Hartono, M. Adik Rudiyanto, dan Fachrudiy Asj'ari, "Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar (Studi Pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kec. Laren Kabupaten Lamongan)," *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 3, no. 2 (2020): 72–84.

<sup>58</sup> Nurul Huda dan Dedi Ismawardi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Terubuk Kabupaten Bengkalis," *Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2020): 96.

variabel berupa variabel modal, jam kerja, tenaga kerja dan lama usaha.

Ni Gusti Ayu Putri Nuryati, I Wayan Suarbawa dan I Nyoman Widhya Astawa (2018) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Kerambitan Tabanan. Penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif menggunakan metode random sampling, serta variabel bebas yang digunakan yaitu variabel modal, tenaga kerja dan lama usaha. Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa variabel modal dan jam kerja memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang. Sedangkan variabel lama usaha tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Kerambitan Tabanan.<sup>59</sup> Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada tiga variabel yang digunakan berupa variabel modal, jam kerja dan lama usaha. Sedangkan penelitian ini menggunakan empat variabel berupa variabel modal, jam kerja, tenaga kerja dan lama usaha.

### **G. Kerangka Konseptual**

Distribusi pendapatan yang kurang merata adalah salah satu permasalahan dalam pembangunan ekonomi. Seperti halnya yang dialami oleh pedagang, ketika seseorang memiliki modal besar, keahlian, pendidikan maka penghasilan yang diperoleh akan lebih meningkat jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki modal kecil. Tidak heran jika pendapatan yang dihasilkan pedagang di pasar tradisional dan pasar

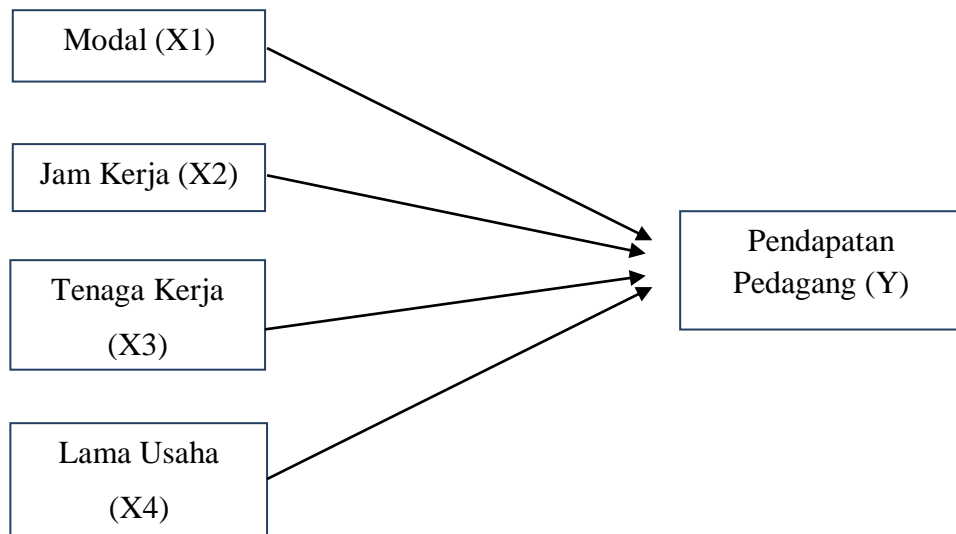
---

<sup>59</sup> Ni Gusti Ayu Putri Nuryati, I Wayan Suarbawa, dan I Nyoman Widhya Astawa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Kerambitan Tabanan," *Majalah Ilmiah Untab* 15, no. 2 (2018): 144.

modern berbeda, sebab modal yang dikeluarkan besar, manajemen keuangan sudah baik dan jam operasional yang tinggi. Hal tersebut akan mengakibatkan banyak bermunculnya pasar modern dan tergesernya pasar tradisional. Maka dari itu, perlu diketahui bahwa analisis faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang di Pasar Pon juga diperlukan. Analisis faktor tersebut diuji menggunakan empat variabel yaitu, variabel modal, variabel jam kerja, variabel tenaga kerja dan variabel lama usaha.

Variabel modal merupakan faktor penting dalam membangun usaha yang berhubungan erat dengan keberhasilan dan kegagalan usaha yang dijalani. Variabel jam kerja juga mempengaruhi pendapatan. Pendapatan akan bertambah jika jam kerja ditingkatkan dengan memanfaatkan waktu yang ada sehingga akan membuka peluang dan menaikkan omzet penjualan. Variabel tenaga kerja merupakan banyaknya pihak yang terlibat dalam suatu usaha, baik tenaga kerja yang terdidik, terampil atau tidak terdidik dan terampil. Variabel lama usaha merupakan waktu yang telah dihabiskan seseorang membangun usaha dan bekerja. Semakin lama usaha yang telah dibangun, maka pengalaman yang didapatkan juga bertambah.

Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka konseptual yang digunakan pada penelitian ini adalah:



## H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka diperoleh hipotesis pada penelitian ini adalah:

### 1) Hipotesis 1

$H_1$  : variabel modal berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon di kabupaten Trenggalek

$H_0$  : variabel modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon di Kabupaten Trenggalek

### 2) Hipotesis 2

$H_1$  : variabel jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon di kabupaten Trenggalek

$H_0$  : variabel jam kerja tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon di Kabupaten Trenggalek

## 3) Hipotesis 3

$H_1$  : variabel tenaga kerja berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon di kabupaten Trenggalek

$H_0$  : variabel tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon di Kabupaten Trenggalek

## 4) Hipotesis 4

$H_1$  : variabel lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon di kabupaten Trenggalek

$H_0$  : variabel lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon di Kabupaten Trenggalek

## 5) Hipotesis 5

$H_1$  : variabel modal, jam kerja, tenaga kerja dan lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon di kabupaten Trenggalek

$H_0$  : variabel modal, jam kerja, tenaga kerja dan lama tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon di Kabupaten Trenggalek