
PENGARUH LOKASI DAN LAMA USAHA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DIPASAR CIBINONG KABUPATEN BOGOR

¹⁾ Wawan Hari Subagyo, ²⁾ Novia Dwi Jayanti, ³⁾ Benny Osta Nababan, ⁴⁾ Mujito

^{1) 3) 4)} Dosen Tetap Program Studi Manajemen, STIE Dewantara

Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III Karadenan Cibinong Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia
Email: wawan.hari@dewantara.ac.id, benny.osta@dewantara.ac.id, mojito@dewantara.ac.id

²⁾ Alumni Progam Studi Manajemen, STIE Dewantara

Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III Karadenan Cibinong Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia
Email: noviadj198@gmail.com

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of business location and length of business on the income of traders in Cibinong Market, Bogor Regency. The results of the study proved that: (1) The results of the hypothesis test partially proved that business location affected the income of traders in Cibinong Market, Bogor Regency, this was shown by the value of t calculating the variable business location of $2.625 > t$ table 1.660 with a significance value of $0.010 < 0.10$. (2) The results of the hypothesis test partially prove that the length of business affects the income of traders in Cibinong Market, Bogor Regency, this is shown by the value of t calculate the variable business location of $3.484 > t$ table 1.660 with a significance value of $0.001 < 0.10$. (3) The results of the hypothesis test simultaneously prove that the location of the business and the length of business simultaneously affect the income of traders in Cibinong Market, Bogor Regency, This is indicated by the calculated t value of the business location variable of $62.794 > 2.001$ with a significance value of $0.000 < 0.10$. (4) The most dominant variable affecting business income is the length of business variable, this can be seen from the value of the regression coefficient of the brand image variable of 0.546 .

Keywords: Location, length of business, Income.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha dan lama usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor. Hasil penelitian membuktikan bahwa: (1) Hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor, hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel lokasi usaha sebesar $2,625 > t$ tabel $1,660$ dengan nilai signifikansi $0,010 < 0,10$. (2) Hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor, hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel lokasi usaha sebesar $3,484 > t$ tabel $1,660$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,10$. (3) Hasil uji hipotesis secara simultan membuktikan bahwa lokasi usaha dan lama usaha secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor, hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel lokasi usaha sebesar $62,794 > 2,001$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,10$. (4) Variabel yang paling dominan mempengaruhi pendapatan usaha adalah variabel lama usaha, hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi variabel citra merek sebesar $0,546$

Kata kunci: Lokasi, Lama Usaha, Pendapatan.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesejahteraan seorang pedagang dapat diukur dari penghasilannya, oleh karena itu faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang harus diperhatikan supaya pendapatan pedagang stabil dan kesejahteraannya meningkat sehingga kegiatan jual-beli di pasar tetap berjalan lancar, jumlah pedagang yang ada akan tetap bertahan dan semakin bertambah. Dalam berdagang yang paling dibutuhkan adalah modal, modal adalah penggerak usaha, tanpa modal usaha akan sulit bergerak dan berkembang. Sebuah usaha tidak hanya di perlukan modal sendiri tapi juga di bantu dengan modal pinjaman. Dengan adanya modal pinjaman akan mempengaruhi peningkatan pendapatan dan produktivitas usahanya. Menurut Irawan & Suparmoko (2008) Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan secara langsung atau tidak langsung, dalam kaitannya untuk menambah output, lebih khusus dikatakan bahwa modal terdiri dari barang-barang yang dibuat untuk penggunaan produk pada masa yang akan datang.

Menurut beberapa pedagang lokasi usaha pedagang saat ini berbeda-beda. Misalnya, para pedagang yang menempati los letaknya strategis dan ada pula para pedagang yang menempati los kurang strategis yang letaknya jauh keramaian, pojokan pasar dan jauh dari pintu masuk. Menurut Soemarni & Soeprihanto (2000), istilah lokasi usaha dapat disebut dengan istilah tempat kediaman usaha. Kesalahan dalam pemilihan lokasi usaha tentunya dapat merugikan perusahaan, maka dari itu pelaku usaha atau pedagang harus memperhatikan aspek-aspek tertentu dalam memilih lokasi usaha, karena jika salah dalam menentukannya lokasi usaha maka pemilik usaha harus mengeluarkan biaya lagi

untuk relokasi atau memindahkan lokasi usaha.

Selain lokasi usaha, yang mempengaruhi pendapatan pedagang yaitu lama usaha. Lama usaha modal kerja juga menjadi hal yang vital bagi kelangsungan hidup pedagang. Kegiatan usaha yang dilakukan oleh pedagang yang tentunya berawal dari modal yang minim. Total pendapatan per hari tentunya tidak stabil mengingat usaha yang mereka jalankan adalah sebatas sektor informal dengan pemanfaatan keadaan umum sekitarnya. Pendapatan pedagang kaki lima dapat dikategorikan sebagai pendapatan yang tidak tetap.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor?
2. Bagaimana pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor?
3. Bagaimana pengaruh lokasi dan lama usaha secara simultan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor?
4. Bagaimana pengaruh lokasi usaha dan lama usaha dapat menjelaskan pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor?
5. Variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah sebagaimana diuraikan di atas, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi

- usaha terhadap pendapatan di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor.
2. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap pendapatan di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor.
 3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha dan lama usaha secara silmutan terhadap pendapatan di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor.
 4. Untuk mengetahui sejauh mana lokasi usaha dan lama usaha dapat menjelaskan pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor.
 5. Untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pasar

Pasar secara sederhana merupakan tempat pertemuan antarapenjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Adapun pasar menurut kajian Ilmu Ekonomi memiliki pengertian suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang atau jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga pasar dan jumlah yang diperdagangkan. Fatra (2018).

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 420/MPP/Kep/10/1997, Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Sedangkan Pasar Modern merupakan pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau

koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, department store, dan shopping center dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi dengan label harga yang pasti.

2.1.2 Lokasi Usaha

Lokasi usaha merupakan faktor yang memengaruhi sukses atau gagalnya sebuah bisnis kecil. Lokasi ini ada yang mudah dicapai oleh konsumen dan ada yang jauh. Kemajuan bisnis sangat tergantung pada kunjungan konsumen ini. Faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen untuk mendatangkan sebuah lokasi bisnis, sangat tergantung pada kenyamanan, waktu tempuh, biaya, kepercayaan, kualitas, dan layanan. Mungkin seseorang konsumen sudah terbiasa berbelanja ke satu tempat, dan ia tidak mau pindah lagi ke lokasi lain. (Alma, 2017).

Pengertian lokasi menurut Tjiptono (2015:345) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

2.1.3 Lama Usaha

Menurut Prihatminingtyas, (2019:149) Pengetahuan dan tingkat pendapatan dari seorang pedagang dipengaruhi oleh lamanya seorang pedagang menekuni usahanya. Tingkat pengetahuan seorang pelaku bisnis dalam menilai perilaku konsumen dan perilaku pasar tergantung dari lamanya seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangannya.

Menurut Astamoen, Hanum, (2017) jam terbang yang banyak dilakukan oleh pelaku usaha akan meningkatkan kemampuan dalam

memahami usahanya. Menjalani usahanya dengan waktu yang sangat panjang akan memiliki kemampuan untuk memahami selera dan perilaku konsumen. Kemahiran dalam menjalankan usahanya akan meningkatkan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen.

2.1.4 Pendapatan

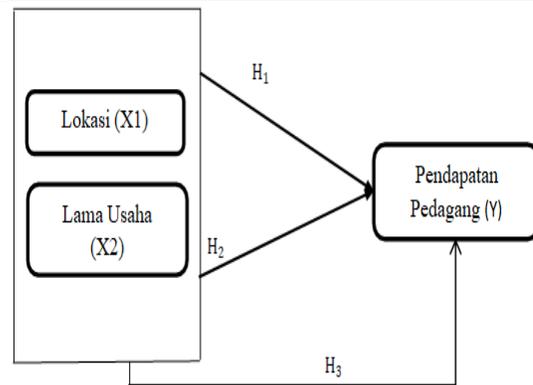
Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan dalam kamus manajemen pendapatan adalah uang yang diterima perorangan, perusahaan, dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba.

Pendapatan adalah hasil penjualan barang dagang. Penjualan timbul karena terjadi transaksi jual-beli barang antara penjual dan pembeli. Tidak peduli apakah transaksi tersebut dilakukan dengan pembayaran secara tunai, kredit, atau sebagian tunai atau sebagian kredit. Selama barang sudah diserahkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli, hasil penjualan tersebut sudah termasuk sebagai pendapatan (Kuswadi, 2018).

Maheswara Anak, Setiawina Nyoman, (2016) menyatakan Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut.

2.2 Kerangka Pemikiran

Sebagaimana diuraikan dalam pembahasan terdahulu bahwa modal, lokasi usaha, jam kerja dan jenis dagangan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Moh. Nazir (2014) Hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi. Dengan mengacu pada rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, definisi operasional dan kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis yang diajukan penelitian ini adalah:

- $H_0 = 0$: Tidak terdapat pengaruh variabel lokasi usaha dan lama usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor, baik secara parsial maupun simultan.
- $H_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh lokasi terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor.
- $H_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor
- $H_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh lokasi usaha dan lama usaha secara simultan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka yang dianalisis menggunakan analisis statistik. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif kausalitas yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu lokasi usaha (X1) dan lama usaha (X2). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah pendapatan usaha (Y)

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Cibinong yang berlokasi di Jl. Raya Mayor Oking Jaya Atmaja Kabupaten Bogor.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2021 - September 2021 di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi data penelitian ini adalah pedagang di Pasar Cibinong. Terdapat 795 kios dan 439 los pedagang aktif di Pasar Cibinong yang jika dijumlahkan 1.234 pedagang (Pasar Tohaga, 2020). Maka populasi ini adalah populasi teridentifikasi dengan jelas jumlah dan datanya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Sampel wajib terpenuhi dalam penelitian ini adalah 93 responden. Namun untuk menghindari terjadinya kekurangan sampel karena adanya data yang tidak sesuai, maka jumlah sampel yang dikumpulkan

dimaksimalkan menjadi 100 sampel.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas Data, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas), Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t, Uji f, Koefisien Determinasi R^2).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2015: 45).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Lokasi Usaha			
Pertanyaan 1	0.842	0,165	Valid
Pertanyaan 2	0.738	0,165	Valid
Pertanyaan 3	0.705	0,165	Valid
Pertanyaan 4	0.666	0,165	Valid
Lama Usaha			
Pertanyaan 1	0.854	0,165	Valid
Pertanyaan 2	0.738	0,165	Valid
Pertanyaan 3	0.699	0,165	Valid
Pertanyaan 4	0.658	0,165	Valid
Pendapatan			
Pertanyaan 1	0.930	0,165	Valid
Pertanyaan 2	0.900	0,165	Valid
Pertanyaan 3	0.920	0,165	Valid
Pertanyaan 4	0.803	0,165	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel di atas menjelaskan bahwa semua indikator atau pertanyaan tentang variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini dinilai valid. Suatu variabel dapat dinyatakan valid ketika nilai dari *Pearson correlation* lebih dari r- tabel. Dari uji coba sebanyak 100 responden, didapatkan nilai r- tabel sebesar 0,165. Hasil atau nilai ini menjadi indikator bahwa seluruh pertanyaan yang terdapat pada kuesioner pada item-item pertanyaan adalah valid.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur indikator dari suatu variabel dengan mempertimbangkan konsistensi dan stabilitas jawaban responden dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Teknik *Cronbach Alpha* dipergunakan dalam penelitian ini untuk menguji reliabilitas, suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2005 : 41-42).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items
Modal Usaha	0,725	0,60
Lama Kerja	0,725	0,60
Pendapatan Usaha	0,911	0,60

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

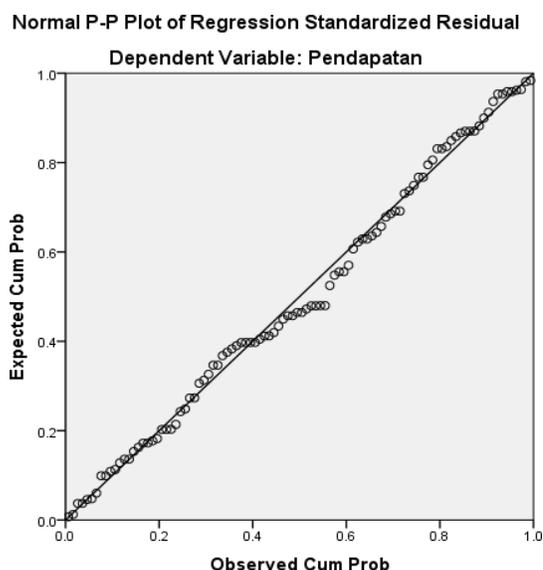
Berdasarkan uji reliabilitas seperti pada tabel di atas, diketahui nilai *Cronbach Alpha* variabel kualitas produk sebesar 0,824 > 0,60. Dengan demikian indikator pengukur atau kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk dalam penelitian ini

dinyatakan handal atau reliabel.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengukur ada atau tidak adanya kemunculan distribusi normal dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan grafik normal probability p-plot 1. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan output gambar p-plot yang ditunjukkan sebelumnya, maka diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian mendekati garis diagonalnya. Maka dapat disimpulkan bahwa bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable bebas.

Jika variabel bebas saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar variabel bebas sama dengan nol. Multikolinearitas dapat dilihat dari tolerance dan lawannya VIF (Variance Inflation Factor), jika nilai VIF kurang dari 4 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Lokasi	,275	3,630
LamaUsaha	,275	3,630

a. Dependent Variable: Pendapatan

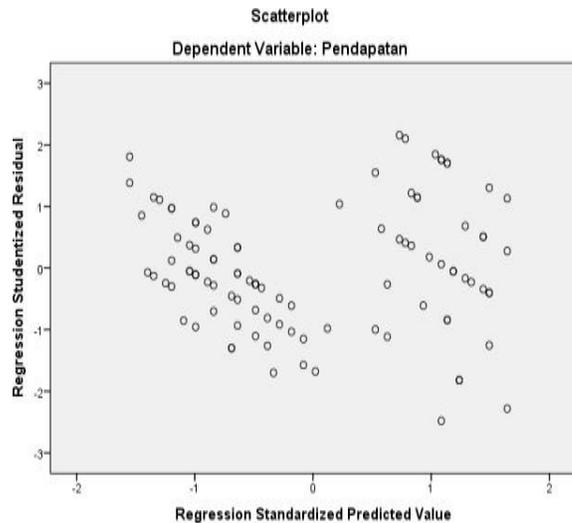
Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel yang di gunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, di mana semuanya berada di bawah nilai 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang di gunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

4.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedesitas dalam penelitian ini perlu dilakukan untuk mengukur terjadi atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam suatu model regresi. Dalam pengujian heteroskedesitas, jika tidak terlihat pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka heteroskedesitas terbukti tidak terjadi. Pada penelitian ini, heteroskedesitas tidak terjadi. Gambaran lebih jelas terkait hasil uji

heteroskedesitas dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

4.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,161	1,165		,138	,890
Lokasi	,409	,156	,335	2,625	,010
LamaUsaha	,546	,157	,445	3,484	,001

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda seperti tampak pada tabel di atas diperoleh model persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Dimana berdasarkan hasil olah data diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,161 + 0,409 X_1 + 0,546 X_2$$

Nilai koefisien regresi dari variabel di atas menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai pada koefisien variabel bebas (X), maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y). Penjelasan adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,161 artinya apabila tidak ada peningkatan nilai lokasi usaha dan lama usaha maka pendapatan usaha akan konstan sebesar 0,161
2. Nilai koefisien regresi variabel lokasi usaha sebesar 0,409 menunjukkan bahwa apabila nilai lokasi usaha meningkat sebesar satu satuan maka pendapatan akan meningkat sebesar 0,409
3. Nilai koefisien regresi variabel lama usaha sebesar 0,546 menunjukkan bahwa apabila nilai lama usaha meningkat sebesar satu satuan maka pendapatan usaha akan meningkat sebesar 0,546.
4. Variabel yang paling dominan mempengaruhi pendapatan usaha adalah variabel lama usaha, hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi variabel citra merek sebesar 0,546

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Analisis pengujian individu atau parsial (Uji T) diperlukan untuk mengetahui bahwa variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dalam uji ini didasarkan pada tingkat signifikan sebesar 10% atau 0,10. Dimana nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1,660. Hasil uji t penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t tabel	t hitung	Signifikansi	Keputusan
Lokasi Usaha	1,660	2,625	,010	Ho ditolak, Ha diterima
Lama Usaha	1,660	3,484	,001	Ho ditolak, Ha diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial seperti pada tabel di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis pada tabel di atas, hasil nilai t hitung variabel lokasi usaha sebesar $2,625 > t$ tabel 1,660. Pada tingkat signifikansi 10%, nilai tersebut signifikan karena nilai signifikansi menunjukkan angka $0,010 < 0,10$. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan. Sehingga dapat disimpulkan Hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Dari hasil analisis pada tabel di atas, hasil nilai t hitung variabel lama usaha sebesar $3,484 > t$ tabel 1,660. Pada tingkat signifikansi 10%, nilai tersebut signifikan karena nilai signifikansi menunjukkan angka $0,001 < 0,10$. Hal ini menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan. Sehingga dapat disimpulkan Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

4.5.2 Uji F (Uji Silmutan)

Uji F Statistik adalah uji statistik yang digunakan untuk membuktikan secara statistik bahwa secara keseluruhan regresi juga signifikan. Selanjutnya, analisis uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji F (Silmutan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	716,846	2	358,423	62,794	.000 ^b
Residual	553,664	97	5,708		
Total	1270,510	99			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), LamaUsaha, Lokasi

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan output pada tabel di atas, maka didapatkan hasil analisis F hitung sebesar 62,794. Selanjutnya, guna mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh atau tidak pada variabel dependen, maka dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai F tabel dan F hitung, dimana nilai F hitung $62,794 > 2,001$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,10$. Dengan demikian hasil ini membuktikan bahwa hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima bahwa variabel bebas (lokasi usaha dan lama usaha) secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor.

4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Berikut ini hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 ^a	.564	.555	2,38912

a. Predictors: (Constant), LamaUsaha, Lokasi

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,555. Hal ini membuktikan bahwa dalam penelitian ini pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor dipengaruhi oleh lokasi usaha dan lama usaha yaitu sebesar 55,5%. Sedangkan sisanya sebesar 44,5% pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel modal, lokasi usaha, dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang pasar Cibinong. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka sebagai kesimpulan dari hasil penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor, hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel lokasi usaha sebesar $2,625 > t$ tabel 1,660 dengan nilai signifikansi $0,010 < 0,10$.
2. Hasil uji hipotesis secara parsial

- membuktikan bahwa lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor, hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel lokasi usaha sebesar $3,484 > t$ tabel $1,660$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,10$.
3. Hasil uji hipotesis secara simultan membuktikan bahwa lokasi usaha dan lama usaha secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor, hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel lokasi usaha sebesar $62,794 > 2,001$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,10$.
 4. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar $0,555$. Hal ini membuktikan bahwa dalam penelitian ini pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor dipengaruhi oleh lokasi usaha dan lama usaha yaitu sebesar $55,5\%$. Sedangkan sisanya sebesar $44,5\%$ pendapatan pedagang di Pasar Cibinong Kabupaten Bogor dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
 5. Variabel yang paling dominan mempengaruhi pendapatan usaha adalah variabel lama usaha, hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi variabel citra merek sebesar $0,546$.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian, analisis data dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat dijelaskan pada saran berikut :

1. Berdasarkan kesimpulan, bahwa variabel yang dominan terhadap pendapatan adalah lama usaha. Diharapkan kepada pedagang pasar Cibinong untuk dapat mengelola modal terstruktur dengan baik agar mendapatkan pendapatan yang

maksimal seperti prinsip ekonomi “mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan modal sekecil-kecilnya”.

2. Diharapkan pedagang memperhatikan lokasi usaha, buatlah lokasi atau tempat berdagang Anda tertata rapi dan bersih agar menjadi daya tarik konsumen baru dan membuat nyaman konsumen baru maupun konsumen lama. Loyalitas konsumen perlu dipertahankan untuk mempertahankan ataupun meningkatkan pendapatan Anda.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih panjang dengan tujuan memperoleh hasil yang lebih baik. Selain itu diharapkan memasukkan variabel lain yang berkaitan dengan pendapatan usaha.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Allam, MA., Rahajuni, D., Ahmad, AA., & Binardjo, G. 2019. Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Kaki Lima (PKL) Di Pasar Sunday Morning (SUNMOR) Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 21(2). Universitas Jenderal Soedirman.
- Alma, B. 2012. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Antara, IKA., & Aswitari, LP. 2016. Beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di Kecamatan Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 5(11), 165258.
- Atun, NI. 2016. Pengaruh Modal, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 5(4), 318 - 325. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Fernita, I. 2017. Pengaruh Buaran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pasar Cibinong Bogor. Skripsi. STIE Dewantara.
- Gregory N. Mankiw. 2011. Principles of Economics (Pengantar Ekonomi Mikro). Jakarta: Salemba Empat.
- Hery. (2015). Analisis Kinerja Manajemen " The Best Financial Analysis " Menilai Kinerja Manajemen Berdasarkan Rasio Keuangan. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia. ISBN: 9780623750498.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 420/MPP/Kep/10/1997 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 420/MPP/Kep/10/1997.
- Kiik, VMM. 2006. Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tidak Optimalnya Fungsi Pasar Tradisional Fatubenao Kecamatan Kota Atambua Kabupaten Belu. Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Pratama Raharja. 2002. Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Prayogo, P. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Robinson Tarigan. 2005. Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2015. Statistik Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- , 2017. Statistik Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- , 2019. Statistik Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Susilo, A. 2011. Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Kaki Lima Menempati Bahu Jalan di Kota Bogor (Studi Kasus Pedagang Sembako di Jalan Dewi Sartika Utara). Tesis. Universitas Indonesia.
- Prawirosentono, S. 2002. Pengantar Bisnis Modern (Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif). Jakarta: Bumi Aksara.
- Swasta, B. 2008. Manajemen Penjualan. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Yuniarti, P. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok. Widya Cipta, 3(1), 165–170