

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pendapatan Pedagang

Pendapatan adalah arus masuk harta dari kegiatan menjual barang dan jasa dalam suatu periode yang mengakibatkan kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Pengertian pendapatan dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Definisi lain dari pendapatan adalah sejumlah dana yang diperoleh dari pemanfaatan faktor produksi yang dimiliki. Sumber pendapatan tersebut meliputi:

- 1) Sewa kekayaan yang digunakan oleh orang lain, misalnya menyewakan rumah atau tanah.
- 2) Upah atau gaji karena bekerja kepada orang lain ataupun menjadi pegawai negeri.
- 3) Bunga karena menanamkan modal di bank ataupun perusahaan, misalnya mendepositokan uang di bank dan membeli saham.
- 4) Hasil dari usaha wiraswasta, misalnya berdagang, bertanak, mendirikan perusahaan, ataupun bertani.

Pendapatan atau income adalah uang yang diterima oleh seseorang dari perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga dan laba termasuk juga beragam tunjangan, seperti kesehatan dan pensiun. Sehingga berdasarkan pengertian diatas indikator pendapatan orang tua adalah besarnya pendapatan yang diterima orang tua siswa tiap bulannya. Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan: "Pendapatan (revenue) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu". Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

Pedagang mempunyai harapan untuk memperoleh pendapatan dari hasil laba barang dagangan maupun jasa yang dijualnya. Adapun pendapatan pedagang secara teori yaitu hasil dari penjualan barang atau jasa yang dimiliki oleh para pedagang yang berjualan di suatu tempat. Pendapatan (*income*) pedagang ditentukan oleh hasil dari penjualan barang dari setiap jenis barang yang telah ditentukan sebelum proses jual beli. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan antara penjual dan pembeli di pasar. Adapun pendapatan pedagang didapatkan dari berapa banyak barang dagangan yang mampu dijual kepada pembeli.¹

Berikut ini merupakan istilah pendapatan menurut para ahli, yaitu sebagai berikut:

- a. Christian H, M. Fuad, dkk menjelaskan Pendapatan yaitu pertambahan nilai aktiva atau penurunan kewajiban suatu organisasi sebagai akibat dari penjualan barang dan jasa kepada pihak lain dalam periode tertentu, yang membuat nilai modal menjadi bertambah.
- b. Reksoprayitno, pendapatan mempunyai arti sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.
- c. Prihadi, pendapatan merupakan penerimaan yang dihasilkan dari kegiatan usaha. Pendapatan ini akan menjadi laba apabila telah dapat menutupi pengeluaran-pengeluaran dalam rangka menjalankan operasi usahanya atau dengan kata lain laba diperoleh apabila pendapatan yang dihasilkan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan.

Adapun jenis pendapatan dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Pendapatan kotor
Pendapatan kotor merupakan jumlah pendapatan yang didapatkan belum dikurangi dengan berapa banyak biaya yang dibutuhkan untuk mengadakan barang tersebut. Adapun nominal pendapata kotor setiap bulannya berbeda-beda tergantung jenis barang.

¹ Nur Hayati Lubis, Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Onlineshop, Skripsi, Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sumatra Utara, 2019. 92

b. Pendapatan bersih.

Pendapatan bersih merupakan pendapatan yang didapatkan setelah penjual mengurangi hasil yang didapat dengan berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk mendatangkan barang tersebut.²

Pendapatan dalam ilmu ekonomi teoritis adalah hasil yang diterima, baik berupa uang maupun lainnya atas penggunaan kekayaan (jasa manusia). Menurut struktur atas legislasi Islam, pendapatan yang berhak diterima, dapat ditentukan melalui dua metode. Metode pertama adalah ujuh (kompensasi, imbal jasa, upah), sedangkan yang kedua adalah bagi hasil.

Islam menawarkan suatu penyelesaian yang saat baik atas masalah pendapatan dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak, kelas pekerja dan para pengusaha tanpa melanggar hak-hak yang sah dari majikan. Dalam perjanjian (tentang pendapatan) kedua belah pihak diperingatkan untuk bersikap jujur dan adil dalam semua urusan mereka, sehingga tidak terjadi tindakan aniaya terhadap orang lain juga tidak merugikan kepentingannya sendiri.

Oleh karena itu al-Quran memerintahkan kepada majikan untuk membayar pendapatan para pekerja dengan bagian yang seharusnya mereka terima sesuai kerja mereka, dan pada saat yang sama dia telah menyelamatkan kepentingannya sendiri dalam keadilan. Prinsip keadilan yang sama tercantum dalam surat al-Jaatsiyah ayat 22

2. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi yaitu suatu tempat yang menjadi tujuan pengadaan suatu produk yang ditujukan untuk para *customer*. Tidak dapat dipungkiri atau pemilihan lokasi yang tepat dapat dipungkiri pemilihan lokasi yang tepat dapat memaksimalkan peluang penjualan sehingga dapat menaikkan penghasilan. Bisa dikatakan lokasi merupakan market mix (bauran pemasaran), karena pada lokasi usaha yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibanding dengan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun

² Dorris Yadewani, Syafrani, dan Ikhsan, Memilih Menjadi Pedagang Kaki Lima, (Tkt:Pustaka Galeri Mandiri, ttt), 75-75

sama-sama menjual produk yang sama dan memiliki pramuniaga yang sama banyak dan trampil.³

Lokasi strategis menjadi faktor terpenting yang berpengaruh terhadap permintaan pedagang maupun customer yang hendak membeli barang. Tentunya hambatan dalam lokasi juga berpengaruh terhadap penjualan. Lokasi yang nyaman dan tenang tapi masih terkadang oleh banjir yang nyaman dan tenang tapi masih terkadang oleh banjir tentunya mendapatkan keluhan tersendiri, khususnya tentang fasilitas yang ada untuk pengembang.⁴

Definisi lokasi menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

- 1) Ghanimata, lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan perolehan laba.
- 2) Alma, lokasi merupakan tempat suatu perusahaan beroperasi atau melakukan kegiatannya untuk menghasilkan barang atau jasa dengan memperhatikan aspek ekonominya
- 3) Sriyadi, lokasi adalah tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.⁵

b. Indikator Lokasi

Berikut ini merupakan indikator lokasi berpengaruh terhadap pendapatan yaitu sebagai berikut:

- 1) Jarak lokasi dengan pemukiman penduduk
- 2) Jarak lokasi dengan pusat kota
- 3) Lokasi berpotensi hambatan banjir atau bahaya lainnya.⁶
- 4) Akses, lokasi mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 5) Visibilitas, lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan atau jarak pandang normal.

³ Anggi Novi Saputra, "Pengaruh Harga Jual dan Lokasi terhadap Pendapatan menurut Perspektif Ekonomi Islam", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020, 26

⁴ Ismi Mahardini dan Nenik Wayanti, "Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Permintaan Rumah Sederhana", *Diponorogo Journal Of Economic*, vol.1, no.1, 2012, 1-2.

⁵ Yayan, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Hepi Fashion Branded Cikarang Pusat Bekasi", *Journal Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial*, Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Ttt, 5

⁶ Ismi Mahardini dan Nenik Wayanti, *Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Permintaan Rumah Sederhana*, 3

- 6) Tempat parkir luas, aman dan nyaman yang baik bagi kendaraan roda dua, dan juga bagi kendaraan roda empat.
- 7) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk pelebaran atau perluasan usaha di kemudian hari.⁷

c. Manfaat pemilihan Lokasi

Adapun manfaat melakukan pemilihan tempat yaitu sebagai berikut:

- 1) Adanya kemudahan bagi konsumen ketika mencari kebutuhan produk yang ditawarkan oleh penjual.
- 2) Availability, yaitu tersedianya produk karena luasnya jaringan bisnis, sehingga pelanggan lebih dekat dengan produk yang dibutuhkan. Biasanya terdapat kedai yang open reseller dan distributor sebagai langkah awal untuk memperluas jaringan bisnis, adapula yang membuka kios cabang.
- 3) Impulse Buying, Adanya kebutuhan mendadak yang diperlukan konsumen sehingga dengan lokasi yang strategis dan jaringan bisnis yang luas memudahkan konsumen mencari dan mendapatkan produk dimanapun dan kapanpun.
- 4) Membantu pelaku bisnis atau produsen menyimpan produk ditempat mereka atau di jaringan mereka sehingga mengurangi biaya penyimpanan di gudang produsen.⁸

3. Biaya Sewa

a. Pengertian Biaya Sewa

Biaya yaitu suatu komponen paling penting dalam menunjang kegiatan pada sebuah usaha dalam rangka mendapatkan tujuan. Secara luas, biaya dapat di definisikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan monoter untuk tujuan tertentu yang tidak dapat dihindari baik sudah terjadi maupun akan terjadi.⁹

Berikut ini merupakan beberapa definisi biaya menurut para ahli:

- 1) Carter dan Usry menjelaskan biaya didefinisikan sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan, untuk

⁷ Yayan, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Heki Fashion Branded Cikarang Pusat Bekasi*, 5-6

⁸ Roni Angger Aditamo dan Mohammad Rofiudin, *Pengantar Bisnis*, (Malang: AE Publishing, 2020), 62-63

⁹Raymundus I Wayan Ray, “Lokasi dan Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pedagang Menyewa kios (Studi Kasus pada Pasar Kemiri Muka Kota Depok)”, *Indonesian Journal of Public Administration (IJPA)*, vol.4, no.2, 2018, 35

memperoleh manfaat. Dalam akuntansi, pengeluaran atau pengorbanan pada saat akuisisi diwakili oleh penyusutan saat ini, atau dimasa yang akan datang dalam bentuk kas atau aktiva lainnya.

- 2) Henry Simamora, biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang dan jasa yang diharapkan memberi manfaat bagi saat ini atau dimasa yang akan datang bagi organisasi.

Sewa menyewa merupakan persetujuan atas manfaat (barang) dengan menukar (imbalan). Didalamnya ada tiga bentuk yaitu sewa menyewa merupakan salah satu dari perjanjian timbal balik.

Ada beberapa pengertian mengenai sewa-menyewa antara lain:

- 1) Menurut Subekti, sewa-menyewa adalah pihak yang satu menyanggupi akan menyerahkan suatu benda untuk dipakai selama satu jangka waktu tertentu sedangkan pihak yang lainnya menyanggupi akan membayar harga yang telah ditetapkan untuk pemakaian itu pada waktu yang ditentukan.
- 2) Menurut Wiryono Prodjodikoro, sewa menyewa barang adalah suatu penyerahan barang oleh pemilik kepada orang lain itu untuk memulai dan memungut hasil dari barang itu dan dengan syarat pembayaran uang sewa oleh pemakai kepada pemilik.¹⁰

b. Penggolongan biaya

Penggolongan biaya menurut Mulyadi, menjadi beberapa golongan yaitu sebagai berikut:

- 1) Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Dalam cara ini, nama obyek pengeluaran adalah dasar penggolongan biaya, seperti pengeluaran bahan bakar, sewa, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar, dan sewa disebut dengan biaya bahan bakar atau biaya sewa.
- 2) Penggolongan biaya menurut fungsi pokok

Pada setiap perusahaan terdapat tiga fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi

¹⁰Raymundus I Wayan Ray, "Lokasi dan Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pedagang Menyewa kios (Studi Kasus pada Pasar Kemiri Muka Kota Depok)", *Indonesian Journal of Public Administration (IJPA)*, vol.4, no.2, 2018, 35

administrasi dan umum. Berikut ini merupakan penjelasannya yaitu sebagai berikut:

- a. Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut obyek pengeluarannya, biaya produksi dapat dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead.
 - b. Biaya pemasaran merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk
 - c. Biaya administrasi dan umum merupakan biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan produksi
- 3) Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai dan pemasaran produk. Berdasarkan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok,:
- Biaya langsung
Biaya tidak langsung.
- 4) Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.
 - 5) Penggolongan biaya berdasarkan jangka waktu manfaatnya.

4. Pungutan

Retribusi daerah merupakan pungutan daerah melalui prosedur pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan pribadi atau badan.¹¹ Berikut ini merupakan penjelasan retribusi menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

- a. Munawir menjelaskan, retribusi adalah iuran kepada pemerintah yang dapat dipaksakan dan jasa balik secara langsung dapat ditunjuk, paksaan ini bersifat ekonomis karena siapa saja yang tidak merasakan jasa balik dari pemerintah ia tidak akan dikenakan iuran tersebut.
- b. Mardiasmoh menjelaskan, retribusi adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan kepada

¹¹ Ulul Absor, "Analisis Kontribusi dan Efektivitas Retribusi Pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Brebes", *Permana VI*, No. 1, (Agustus 2014): 30.

Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.¹²

Menurut undang-undang republik indonesia nomor 34 tahun 2000, retribusi adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian ijin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan pribadi atau badan.

Karakteristik retribusi adalah:

- a. Retribusi dipungut berdasarkan peraturan-peraturan (yang berlaku umum)
- b. Dalam retribusi, prestasi yang berupa pembayaran dari warga masyarakat akan mendapat jasa imbalan langsung yang ditujukan pada individu yang membayar.
- c. Uang hasil retribusi dibagikan bagi pelayanan umum berkait dengan retribusi yang bersangkutan.
- d. Pelaksanaannya dapat dipaksakan biaya bersifat ekonomis.¹³

5. Pasar

a. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli atau pertemuan antara permintaan dan penawaran untuk membentuk sebuah harga. Dalam pendapat lain pasar diartikan sebagai kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan kegiatan tawar menawar sehingga tercipta kepuasan antar kelompok orang-orang tersebut. Stanton menjelaskan arti lain dari pasar yaitu sekumpulan orang yang mempunyai tujuan dan keinginan untuk memperoleh kepuasan, uang untuk belanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi terdapat tiga unsur yang mendukung terciptanya sebuah pasar yaitu orang dengan keinginannya, perilaku, dan daya belinya.¹⁴

Dalam konsep modern, definisi pasar dapat dikatakan sebagai pertemuan kekuatan antara penjual dan pembeli sehingga timbul sebuah transaksi.¹⁵ Disana akan terjadi

¹² Ulul Absor, "Analisis Kontribusi dan Efektivitas Retribusi Pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Brebes", *Permana VI*, No. 1, (Agustus 2014): 30.

¹³ Ulul Absor, "Analisis Kontribusi dan Efektivitas Retribusi Pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Brebes", *Permana VI*, No. 1, (Agustus 2014): 31.

¹⁴ Husein Umar, *Business an Introduction* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2000, 129

¹⁵ Kholida Qothrunnada, "Pengertian Pasar: Fungsi, Ciri, dan Jenis-jenisnya," <https://www.google.com/amp/s/finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d->

proses tawar menawar harga antara penjual dan pembeli hingga tercipta kesepakatan harga. Setelah harga tersepakati, maka transaksi akan berlanjut dengan perpindahan barang dari penjual ke pembeli, setelah itu lanjut ke proses pembayaran. Hal ini merupakan definisi pasar secara konkret dalam kehidupan sehari-hari, yaitu tempat bertemunya orang untuk bertransaksi jual beli barang.¹⁶

Pasar dan pemasaran merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, karena keduanya memiliki tingkat ketergantungan satu sama lain. Setiap kegiatan pasar merupakan pemasaran dan setiap adanya pemasaran menciptakan atau mencari pasar. Pengertian pasar dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pasar dalam arti luas dan pasar dalam arti sempit. Pasar dalam arti luas artinya kumpulan atau himpunan pembeli baik pembeli nyata maupun pembeli potensial atas suatu produk atau jasa tertentu. Sedangkan arti pasar secara sempit adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi.¹⁷

Menurut Kamus Umum bahasa Indonesia definisi pasar dapat dibedakan menjadi 2 yaitu :

- a) Tempat orang berjual beli, pekan, tempat jual beli yang diadakan oleh perkumpulan dan sebagainya dengan maksud mencari keuntungan.
- b) tempat jual beli yang diadakan oleh Tempat berbagai pertunjukan yang diadakan pada malam hari dalam kurun waktu beberapa hari.¹⁸

b. Sejarah Pasar Tradisional

Pasar tradisional sudah mulai ada sejak abad ke-10 pada masa kejayaan Mpu Sindok dengan istilah “Pkan”. Mpu Sindok sendiri merupakan raja pertama kerajaan Medang, Jawa Timur yang memerintah sekitar tahun 929-947, bergelar Sri Maharaja Rakai Hino Sri Isana

[6022594/pengertian-pasar-fungsi-ciri-dan-jenis-jenisnya/amp](https://doi.org/10.30605/6022594/pengertian-pasar-fungsi-ciri-dan-jenis-jenisnya/amp) , diakses pada 1 Desember 2022.

¹⁶ Anih Rahmanilah, “Pengertian Pasar Secara Umum”, <http://pengertianplus.blogspot.co.id/2015/09/pengertian-pasar.html> , diakses pada 1 Desember 2022

¹⁷ Raymundus I Wayan Ray, *Lokasi dan Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pedagang Menyewa kios (Studi Kasus pada Pasar Kemiri Muka Kota Depok)*, 36

¹⁸ “Pengertian Pasar Menurut Para Ahli”, Dosen Pendidikan, diakses pada 1 Desember, 2022. <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-pasar/>

Wikramadharmottunggadewa. Pada masa tersebut Mpu Sindok membeli Sima, yaitu sebidang tanah yang bernama Allasantan senilai 12 Kati pada 6 September 939 yang kemudian digunakan sebagai tempat pertemuan dan pertukaran rakyatnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keberadaan tempat (Pkan) yang diselenggarakan berdasarkan siklus periodik lima hari pasaran dipandang sebagai awal mula pasar tradisional di Indonesia. Pada masa awal mula pemerintahan Mpu Sindok, Pkan (pasar) ini dikelola oleh kerajaan dengan pertimbangan perlunya mengontrol, mengawasi, dan mengendalikan "Pkan" untuk memberi kontribusi bagi kerajaan dalam bentuk pungutan pajak dan ekspresi kewenangan serta kekuasaan politis. Pada masa itu, Pkan yang kemudian dikenal dengan pasar tradisional adalah urat nadi perekonomian wilayah kerajaan dimana penjual dan pembeli bertemu baik dengan cara pembayaran barter atau dengan menggunakan alat pembayaran. Alat pembayaran sudah dikenal pada abad ke-9 yaitu berupa uang logam lokal seperti; Kati, tahlil, Atak, Kupang, dan Saga. Adapun bukti keberadaan pasar tradisional dapat dilihat dari peninggalan kerajaan kutai abad ke-4 yang merupakan salah satu kerajaan tertua dalam sejarah. Hal ini karena secara lokasi kerajaan kutai berada di wilayah pesisir jalur perdagangan Cina dan Hindia sehingga menyebabkan kehidupan masyarakat kutai saat itu sangat erat dengan perdagangan.¹⁹

c. Jenis-jenis pasar

Dalam teori ekonomi, pasar memiliki banyak macam, baik yang biasa kita lihat dalam lapangan maupun yang hanya dikenal dalam teori. Pasar yang biasanya banyak dipraktikkan adalah monopoli, monopolitis, dan oligopoly. Sedangkan jenis pasar yang hanya secara teoritis adalah bentuk persaingan murni dan persaingan sempurna.²⁰ Adapun jenis-jenis pasar dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pasar barang adalah tempat dimana para penjual maupun pembeli dapat berinteraksi dan berdiskusi mengenai barang maupun jasa yang akan diperjualbelikan, mulai

¹⁹ M. Chatib Basri, *Rumah Ekonomi, Rumah Budaya*, (Jakarta: Media Duatiga, 2012), 115-116

²⁰ Yenni Samri Juliati Nasution, *Mekanisme Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam*, "Media Syariah Vol. 14, No. 1(2012), 248

dari menentukan jumlah dan harga barang atau jasa yang diperjualbelikan,

- 2) Pasar faktor adalah tempat dimana para pengusaha (pembeli faktor-faktor produksi) mengadakan interaksi dengan pemilik-pemilik faktor produksi untuk menentukan harga (pendapatan) dan jumlah faktor-faktor produksi yang akan digunakan dalam menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa yang diminta masyarakat.²¹

d. Fungsi-fungsi pasar yaitu sebagai berikut:

- 1) Pasar sebagai sarana distribusi

Pasar sebagai sarana distribusi, berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Pasar dikatakan memiliki fungsi yang baik jika kegiatan distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen berjalan lancar. Sebaliknya pasar dikatakan tidak berfungsi baik jika kegiatan distribusi seringkali macet.

- 2) Pasar sebagai pembentuk harga

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Di pasar tersebut penjual menawarkan barang-barang atau jasa kepada pembeli. Pembeli yang membutuhkan barang atau jasa akan berusaha menawar harga dari barang atau jasa tersebut, sehingga terjadilah tawar-menawar antara kedua belah pihak. Setelah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga. Dengan demikian pasar berfungsi sebagai pembentuk harga. Harga yang telah menjadi kesepakatan tersebut, tentunya telah diperhitungkan oleh penjual dan pembeli. Penjual tentu telah memperhitungkan laba yang diinginkannya, sedangkan pembeli telah menghitung manfaat barang atau jasa serta keadaan keuangannya.

- 3) Pasar sebagai sarana promosi

Pasar sebagai sarana promosi artinya pasar menjadi tempat memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang atau jasa tentang manfaat, keunggulan, dan kekhasannya pada konsumen. Promosi dilakukan untuk

²¹ Yeni Samri Juliati Nasution, Mekanisme Pasar dalam perspektif ekonomi Islam, Jurnal Media Syari'ah, vol.14, No.1, 2012, 247

menarik minat pembeli terhadap barang atau jasa yang diperkenalkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain, memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran dan sebagainya. Banyak cara promosi yang dilakukan oleh produsen, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih barang yang akan dibeli. Biasanya produsen yang menawarkan barang dengan harga murah dan berkualitas bagus akan menjadi pilihan konsumen.²²

B. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Christi Mei Wulandari (2017) Jurnal Ilmu Ekonomi Vol 1 Jilid 2017	ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG PASAR BARU KENCONG KABUPATEN JEMBER	Modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember. Jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember. Modal dan jam kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember.

²² Asep Suraya Maulana, *Kewirausahaan (Enterpreneurship) dalam pandangan islam (Historis-Politik dan Ekonomi)*, (Pekalongan:PT. Nasya Expanding Management, 2020), 86-87

<p>2.</p>	<p>Dewa Made ArisArtaman Ni Nyoman YuliarmiI Ketut Djayastra (2015) Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 4.02</p>	<p>ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG PASAR SENI SUKAWATI GIANYAR</p>	<p>secara parsial variabel modal usaha, lama usaha, dan lokasi usaha mempunyai pengaruh positif kepada pendapatan pedagang. Variabel jam kerja dan parkir secara parsial pengaruh negatif terhadap pendapatan pedagang Pasar Seni Sukawati.</p>
<p>3.</p>	<p>Muhammad Yoza Hermanzah, Rahma Nurjanah; Erni Achmad (2020) Jurnal Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Vol. 9. No.2,</p>	<p>Analisis pendapatan pedagang pasar tradisional di Kota Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat (studi kasus pasar ikan parit 2)</p>	<p>Variabel Umur, Jam Kerja, Modal dan Tenaga Kerja secara simultan dan parsial semua variabel berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan pedagang. Pengaruh Umur, Jam Kerja, Modal dan Tenaga Kerja sangat berpengaruh sekali terhadap dan bersifat signifikan terhadap pendapatan pedagang. Dan sangat berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Kota Kuala Tungkal</p>

<p>4.</p>	<p>Hendra Irawan A Ketut Ayuningsasi (2014) E-Jurnal EP Unud, 6 [10]: 1952-1982</p>	<p>ANALISIS VARIABEL YANG MEMPENG ARUHI PENDAPA TAN PEDAGAN G DI PASAR KRENENG KOTA DENPASA R</p>	<p>Secara parsial modal kerja, jam kerja, lama usaha dan tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar Kreneng. Secara simultan modal kerja, jam kerja, lama usaha dan pendidikan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Kreneng.</p>
<p>5.</p>	<p>Ni Putu Eka Stutiari Sudarsana Arka E-Jurnal EP Unud, 8[1]: 148- 178</p>	<p>DAMPAK REVITALIS ASI PASAR TRADISIO NAL TERHADA P PENDAPA TAN PEDAGAN G DAN TATA KELOLA PASAR DI KABUPAT EN BADUNG</p>	<p>Pendapatan pedagang meningkat sesudah revitalisasi pasar tradisional di Kabupaten Badung. Dan terjadi peningkatan terhadap tata kelola pasar tradisional Badung</p>

C. Kerangka Berpikir

Pasar Brayung merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Kabupaten Kudus, dan merupakan kawasan desa Mejobo. Seperti halnya pasar tradisional lainnya yang selalu rame dengan pengunjung, pasar ini juga demikian. Berjualan di pasar ini tentunya di kios-kios yang telah dipersiapkan pemda dan harga sewa tiap kios bervariasi tergantung letak kios tersebut.

Pendapatan pedagang yaitu hasil dari penjualan barang atau jasa yang dimiliki oleh para pedagang yang berjualan di suatu tempat. Hasil penjualan pedagang satu dengan lainnya berbeda, hal ini biasanya dipengaruhi dengan barang apa yang diperjual belikan. Selain itu lokasi kios yang strategis juga mempengaruhi pembeli untuk membeli barang dagangan, biaya sewa kios juga sangat berpengaruh pada pendapatan pedagang karena sewa kios harus dibayar sesuai dengan kesepakatan, pungutan atau retribusi kebersihan dan keamanan juga mempengaruhi pendapatan pedagang, karena masuk pada pengeluaran yang harus dibayarkan.

Lokasi merupakan market mix (bauran pemasaran), karena pada lokasi usaha yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibanding dengan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun sama-sama menjual produk yang sama dan memiliki pramuniaga yang sama banyak dan trampil.²³ Biaya yaitu suatu komponen paling penting dalam menunjang kegiatan pada sebuah usaha dalam rangka mendapatkan tujuan. Secara luas, biaya dapat di definisikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan moneter untuk tujuan tertentu yang tidak dapat dihindari baik sudah terjadi maupun akan terjadi.²⁴ Retribusi daerah merupakan pungutan daerah melalui prosedur pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan pribadi atau badan.²⁵ Oleh karena itu peneliti menggambarkan kerangka berfikir pada gambar 2.1 yaitu sebagai berikut:

²³ Anggi Novi Saputra, “Pengaruh Harga Jual dan Lokasi terhadap Pendapatan menurut Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020, 26

²⁴Raymundus I Wayan Ray, “Lokasi dan Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pedagang Menyewa kios (Studi Kasus pada Pasar Kemiri Muka Kota Depok)”, *Indonesian Journal of Public Administration (IJPA)*, vol.4, no.2, 2018, 35

²⁵ Ulul Absor, “Analisis Kontribusi dan Efektivitas Retribusi Pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Brebes”, *Permana VI*, No. 1, (Agustus 2014): 30.

