

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG
BUAH DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Marsya Dwi Belida
150910212**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG
BUAH DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Marsya Dwi Belida
150910212**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Marsya Dwi Belida
NPM/NIP : 150910212
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN
PEDAGANG BUAH DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 5 Agustus 2019


6000
R.I.A. ATBUBUPAH
Marsya Dwi Belida
150910212

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENDAPATAN PEDAGANG BUAH DI KOTA BATAM**

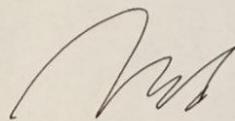
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana

Oleh:
Marsya Dwi Belida
150910212

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 5 Agustus 2019



Nanda Harry Mardika, S.Pd., M.M.
Pembimbing

ABSTRAK

Keberhasilan masyarakat dalam mengarungi era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, salah satunya adalah disebabkan karena kemampuan masyarakat dalam membangun sebuah usaha yang kreatif, modal penting dalam melakukan usaha. Analisis lokasi untuk melihat peluang pasar yang sesuai dengan potensi usaha penting untuk pertumbuhan usaha yang bersangkutan dengan mendapat dukungan ketersediaan sumber daya. Jenis dagangan juga akan mempengaruhi berapa besarnya modal bahkan pendapatan para pedagang buah yang nantinya akan mempengaruhi kesejahteraan. Setelah diuraikan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan di atas, maka pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan sebuah usaha, semakin besar pendapatan yang didapat maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan operasional yang akan dilakukan. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh modal usaha, lokasi usaha, jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang buah di Kota Batam. Metode yang digunakan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan, bahwa modal usaha berpengaruh positif sebesar 0.340 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar $0.000 < 0.05$ dengan nilai t hitung $3.618 > t$ tabel 1.660 terhadap pendapatan pedagang buah. Lokasi usaha berpengaruh positif sebesar 0.340 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.618 > t$ tabel 1.660 terhadap pendapatan pedagang buah. Jenis dagangan (produk) berpengaruh positif sebesar 0.184 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.612 > t$ tabel 1.660 terhadap pendapatan pedagang buah. Kemudian secara simultan, modal usaha, lokasi usaha dan jenis dagangan (produk) berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $41.509 > F$ tabel 3.09. Simpulan, bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang buah meliputi modal usaha, lokasi usaha dan jenis dagangan (produk). Selain dari komponen di atas, masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang buah di kota Batam.

Kata kunci: Modal usaha, Lokasi usaha, Jenis dagangan (produk), Pendapatan pedagang buah.

ABSTRACT

The success of the community in navigating the era of increasingly competitive business competition, one of which is due to the ability of the community to build a creative business, capital is important in doing business and forms of wealth that are used directly and indirectly in the business process to gain profits. The research objective was to determine the effect of business capital, business location, type of merchandise on the income of fruit traders in Batam City. The method used is quantitative with multiple linear regression analysis. The results show that business capital has a positive effect of 0.340 and the results of a significant value in the t test are $0.000 < 0.05$ with a value of t count $3.618 > t$ table 1.660 on the income of fruit traders. Location of business has a positive effect of 0.340 and the results of a significant value on the t test are $0.000 < 0.05$ and the value of t count is $3.618 > t$ table 1.660 of the income of fruit traders. The type of merchandise (product) has a positive effect of 0.184 and the results of a significant value on the t test are $0.000 < 0.05$ and the value of t count is $3.612 > t$ table 1.660 on the income of fruit traders. Then simultaneously, business capital, business location and type of merchandise (product) have a significant effect on the income of traders, this is evidenced by the significance value of $0.000 < 0.05$ and the calculated F value of $41.509 > F$ table 3.09. The conclusion, that the factors that influence fruit traders' income include business capital, business location and type of merchandise (product). Apart from the components above, there are still many other factors that can affect the income of fruit traders in the city of Batam.

Keywords: *Business capital, Business location, Product types, Incomes.*

KATA PENGANTAR

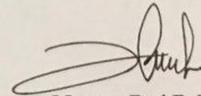
Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah melimpahkan berkat, kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik sebagai syarat untuk tugas akhir strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tidak akan terwujud tanpa bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima secara profesional. Melalui ini, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Nanda Harry Mardika, S.Pd., M.M., selaku pembimbing yang telah mengarahkan penulis dengan baik dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu berdoa, memberi nasihat, dan dukungan penuh kepada penulis;
7. Seluruh pedagang buah di kota Batam yang telah membantu dalam pengumpulan data dan kuesioner sebagai responden;
8. Teman-teman se-angkatan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat, kasih dan karunia-Nya. Amin.

Batam, 5 Agustus 2019



Marsya Dwi Belida
150910212

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis	11
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori.....	12
2.1.1 Modal Usaha	12
2.1.1.1 Pengertian Modal Usaha.....	12
2.1.1.2 Jenis-Jenis Modal Usaha.....	13
2.1.1.3 Sumber-sumber Modal Usaha.....	13
2.1.1.4 Indikator Modal Usaha	14
2.1.2 Lokasi Usaha.....	15
2.1.2.1 Pengertian Lokasi Usaha	15
2.1.2.2 Jenis-jenis Lokasi Usaha.....	16
2.1.2.3 Pertimbangan Penentuan Lokasi Usaha	17
2.1.2.4 Indikator Lokasi Usaha.....	17
2.1.3 Jenis Dagangan (Produk).....	18
2.1.3.1 Pengertian Jenis Dagangan (Produk).....	18
2.1.3.2 Klasifikasi Produk	19
2.1.3.3 Lini Produk	21
2.1.3.4 Indikator Jenis Dagangan (Produk).....	21
2.1.4 Pengertian Pendapatan.....	22
2.1.4.1 Pendekatan Pendapatan	22
2.1.4.2 Indikator Pendapatan	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24

2.3	Kerangka Pemikiran	25
2.4	Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Desain Penelitian	26
3.2	Operasional Variabel	26
3.2.1	Variabel Independen.....	27
3.2.2	Variabel Dependen	28
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5	Alat Pengumpulan Data	31
3.6	Metode Analisis Data.....	32
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	32
3.6.2	Uji Kualitas Instrumen.....	33
3.6.2.1	Uji Validitas	33
3.6.2.2	Uji Reliabilitas	34
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	34
3.6.3.1	Uji Normalitas	34
3.6.3.2	Uji Multikolinieritas	35
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	36
3.6.4	Uji Pengaruh	36
3.6.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.6.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	37
3.6.4.3	Uji T	38
3.6.4.4	Uji F	38
3.7	Lokasi Dan Jadwal Penelitian	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Profil Responden	40
4.1.1.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.1.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.1.3	Distribusi Responden Berdasarkan Masa Kerja.....	41
4.1.1.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	42
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	42
4.1.2.1	Variabel Modal Usaha (X1).....	44
4.1.2.2	Variabel Hubungan Lokasi Usaha (X2)	45
4.1.2.3	Variabel Jenis Dagangan (X3)	46
4.1.2.4	Variabel Pendapatan Pedagang (Y).....	47
4.1.3	Hasil Uji Kualitas Data.....	48
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas	48
4.1.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	51
4.1.4	Hasil Uji Asumsi	53
4.1.4.1	Uji Normalitas	53

4.1.4.2	Uji Kolmogorov-Smirnov	54
4.1.4.3	Uji Multikolinearitas	55
4.1.4.4	Uji Heteroskedastisitas	56
4.1.5	Uji Pengaruh	56
4.1.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4.1.5.2	Analisis Determinasi (R^2)	59
4.1.6	Pengujian Hipotesis	60
4.1.6.1	Uji Partial (Uji t)	60
4.1.6.2	Uji Secara Simultan (Uji F)	62
4.2	Pembahasan	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		66
5.1	Simpulan	66
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram)	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah dan persentase UMK Kepulauan Riau tahun 2017.....	4
Tabel 1.2	Persentase UMK Nonpertanian di Provinsi Kepulauan Riau, 2017.....	5
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	24
Tabel 3.1	Definisi operasional	28
Tabel 3.2	Skala <i>likert</i>	32
Tabel 3.3	Interpretasi koefisien korelasi nilai <i>r</i>	34
Tabel 3.4	Jadwal penelitian	39
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Masa Kerja.....	41
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif.....	42
Tabel 4.6	Kriteria Analisis Deskripsi.....	44
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Variabel Modal Usaha.....	44
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Variabel Lokasi Usaha.....	45
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Variabel Jenis Dagangan	47
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden Variabel Pendapatan Pedagang	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas variabel X1 (Modal Usaha)	49
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas variabel X2 (Lokasi Usaha).....	50
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas variabel X3 (Jenis Dagangan).....	50
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas variabel Y (Pendapatan Pedagang)	51
Tabel 4.15	Uji Reliabilitas Modal Usaha	52
Tabel 4.16	Uji Reliabilitas Lokasi Usaha.....	52
Tabel 4.17	Uji Reliabilitas Jenis Dagangan.....	52
Tabel 4.18	Uji Reliabilitas Pendapatan Pedagang	53
Tabel 4.19	Hasil <i>Uji Kolmogorov Smirnov</i>	54
Tabel 4.20	Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.21	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4.22	Hasil Koefisien Regresi	57
Tabel 4.23	Koefisien Determinasi (R^2)	59
Tabel 4.24	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Partial (Uji <i>t</i>).....	61
Tabel 4.25	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji <i>F</i>).....	62

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Populasi tidak diketahui.....	29
Rumus 3.2 Koefisiensi korelasi <i>product moment</i>	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberhasilan masyarakat dalam menghadapi persaingan usaha semakin tidak dapat dihindari yang bersifat kompetitif, salah satunya disebabkan kemampuan masyarakat dalam membangun sebuah usaha yang kreatif, dimana kewirausahaan yang kreatif perlu didukung dengan pemahaman baik dan komprehensif tentang perilaku masyarakat di era persaingan usaha yang kontemporer. Krisis keuangan dan usaha yang dihadapi secara global termasuk di Indonesia, banyak orang merasakan kehancuran masa depan, banyak pengangguran dimana-mana dan daya beli menurun. Perekonomian secara nasional mengalami perubahan yang drastis melalui pertumbuhan usaha secara global dan persaingan internasional melalui perubahan teknologi pada bidang tertentu sehingga mengakibatkan kecepatan informasi dan komunikasi. Meningkatnya keingintahuan masyarakat terhadap harga dan nilai-nilai merupakan suatu hal yang positif. Seorang usahawan tidak selalu memahami pemasaran, namun melihat pasar sebagai pengguna periklanan dan penjualan yang berorientasi pada keuntungan. Pemasaran bagian dari suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merancang pasar. Proses ini dinilai dari riset pasar untuk mengetahui situasi dinamikanya, mengidentifikasi peluang yang ada, menemukan orang atau kelompok orang dengan kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi atau minat daya beli terhadap suatu produk atau jasa. Proses

pemasaran dapat digunakan pada setiap keinginan yang dapat ditawarkan, termasuk cara-cara, organisasi dengan tujuan bersama dan kepribadian yang mendukung.

Era globalisasi sudah berjalan, hal ini didominasi teknologi informasi sebagai infrastruktur mitra para pelaku usaha. Pasar ditetapkan oleh masyarakat yang memiliki kreatifitas dalam menumbuh kembangkan semangat untuk menguasai pasar dan melakukan aktivitas sehingga potensi subur daya manusianya terus berkembang. Pengembangan usaha terjadi dan dilakukan supaya ada perubahan karakteristik pekerjaan yang berkaitan dengan perkembangan teknologi saat ini. Seiring dengan perubahan teknologi, segmen pasar semakin berkembang secara signifikan hingga saat ini. Globalisasi revolusi industri empat titik nol memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap berbagai aspek termasuk kegiatan pemasaran. Secara fakta revolusi industri ini sudah mempengaruhi semua orang sehingga dampaknya dirasakan langsung melalui media-media yang ada, perangkat-perangkat dan program canggih. Karena itu, masyarakat atau seseorang harus memiliki kemampuan untuk memanfaatkan peluang yang ada dan tanggap menciptakan sebuah peluang usaha untuk mengantisipasi arus perubahan terjadi agar mampu bersaing ditengah-tengah perubahan. Dalam hal ini, peran sebuah negara sangat diharapkan dalam menerapkan kebijakan untuk pencapaian kemakmuran masyarakat yang madani dan memiliki kemampuan mengelola kebutuhan dan keinginan masyarakat untuk memanfaatkan sebuah peluang usaha yang diciptakan agar tidak terjadi kesenjangan, serta ada tujuan mengedukasi

masyarakat agar lebih mandiri dalam mengelola kehidupan serta keuangan keluarganya.

Mengenai manajemen pemasaran tidak jarang tentang sebuah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi suatu pendapatan. Masyarakat atau seseorang tidak terlepas dari proses bersosial dan bermanajerial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sebuah pasar yang ada. Proses dimaksud mencakup penciptaan sebuah nilai, penawaran atas barang dan jasa, dan pertukaran nilai suatu barang. Kesejahteraan seorang pedagang dapat diukur dari pendapatan yang dimilikinya, karena dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dapat mencapai kesejahteraan masyarakat dalam meningkatkan transaksi perdagangan secara rutin. Mengingat syarat untuk menjadi wirausahawan relatif lebih mudah. Hal utama yang dimiliki adalah kemauan, kemudian kemampuan mengelola sumber daya yang ada, seperti sumber daya manusia, sumber daya alam, sumber daya modal, sumber daya keterampilan dan sumber daya teknologi. Keuntungan berwirausaha agar memperoleh keuntungan dan memiliki gensi hidup sebagai seorang pengusaha yang dapat menghasilkan keuntungan secara mandiri. Untuk memulai sebuah usaha, hal-hal yang perlu diperhatikan, yakni: mempersiapkan modal usaha, memilih lokasi usaha dengan baik, dan menjual jenis dagangan yang bervariasi agar memperoleh keuntungan.

Penelitian ini dilakukan di Kota Batam. Pemerintah Kotamadya Batam dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 34 Tahun 1983 dan diresmikan pada tanggal 24 Desember 1983 yang bersifat Administratif dipimpin oleh Walikota yang berkedudukan setingkat dengan Kabupaten/ Kotamadya Daerah

tingkat II lainnya. Kota Batam meliputi lebih dari 400 (empat ratus) pulau, 329 (tiga ratus dua puluh sembilan) di antaranya telah bernama, termasuk di dalamnya pulau-pulau terluar di wilayah perbatasan Negara. Visi Kota Batam Tahun 2016-2021 adalah Terwujudnya Batam sebagai Bandar Dunia Madani yang Berdaya Saing, Maju, Sejahtera, dan Bermartabat. Misi disusun dalam rangka mengimplementasikan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam mewujudkan visi yang telah dipaparkan di atas. Rumusan misi merupakan penggambaran visi yang ingin dicapai dan menguraikan upaya-upaya apa yang harus dilakukan.

Berdasarkan data dari badan pusat statistik (BPS) Provinsi Kepulauan Riau tahun 2017, bahwa unit mikro kecil (UMK) menghasilkan barang konsumsi yang dekat dengan masyarakat, kemudian tidak mengandalkan impor untuk mendapatkan bahan baku, namun lebih memanfaatkan sumber daya lokal dan modal lebih relatif rendah. Jumlah unit mikro kecil (UMK) di Kota Batam mencapai 75.064 usaha atau mencapai 51,19% dari kabupaten/kota lain yang ada di Provinsi Kepulauan Riau. Data dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Jumlah dan persentase UMK Kepulauan Riau tahun 2017

No	Kabupaten/Kota	Jumlah	Persentase (%)
1	Batam	75.064	51,19
2	Karimun	18.434	12,57
3	Bintan	11.783	8,03
4	Natuna	8.454	5,77
5	Lingga	9.028	6,16
6	Kepulauan Anambas	5.262	3,59
7	Tanjung Pinang	18.613	12,69
	Total	146.638	100,00

Sumber: BPS Provinsi Kepulauan Riau, 2017.

Usaha mikro kecil sangat sederhana untuk dikelola, umumnya di Provinsi Kepulauan Riau, khususnya di Kota Batam. Masih sedikit UMK yang berbadan hukum, menggunakan komputer, memanfaatkan internet, dan menjalin kemitraan. Usaha mikro kecil juga tidak membuat laporan keuangan, modal yang dijalankan tidak banyak atau terbatas, tidak terlalu membutuhkan keterampilan khusus dan teknologi yang digunakan masih bersifat konvensional. Pengelolaan usaha mikro kecil dengan baik dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Adapun persentase UMK nonpertanian di Provinsi Kepulauan Riau tahun 2017 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.2 Persentase UMK Nonpertanian di Provinsi Kepulauan Riau, 2017

No	Kategori	Berbadan Usaha	Menggunakan Komputer	Memfaatkan Internet	Menjalinkan Kemitraan
1	Industri pengolahan	15,35%	7,51%	11,69%	9,28%
2	Perdagangan besar-eceran dan reparasi/perawatan mobil, sepeda motor	18,13%	9,24%	12,69%	9,35%
3	Pengangkutan dan pergudangan	9,90%	5,27%	10,58%	3,39%
4	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	8,89%	3,48%	7,07%	3,08%
5	Informasi dan Komunikasi	14,11%	44,52%	51,59%	9,47%
6	Real Estat	3,23%	1,99%	3,11%	0,48%
7	Jasa Perusahaan	32,01%	60,70%	58,71%	16,00%
8	Jasa Pendidikan	75,81%	66,42%	59,15%	12,63%
9	Jasa lainnya	15,04%	13,63%	19,41%	5,48%
10	Kategori lainnya	33,47%	24,01%	22,08%	13,49%

Sumber: BPS Provinsi Kepulauan Riau, 2017.

Berdasarkan tabel di atas, persentase unit mikro kecil pada kategori perdagangan, yang memiliki badan usaha 18,13%, menggunakan komputer 9,24%, memanfaatkan internet 12,69%, dan menjalin kemitraan 9,35%. Upaya yang harus dilakukan oleh seorang usahawan untuk meningkatkan pendapatan dengan cara membangun kemitraan dengan beberapa industri lain agar memperoleh pembinaan teknis, memperoleh bantuan modal usaha, bantuan proses pemasaran, penyediaan tempat bahan baku dan lain-lain.

Hasil observasi dan wawancara dengan beberapa pedagang dilapangan memiliki kendala modal yang rendah sehingga mempengaruhi keuntungan. Modal secara finansial sangat penting untuk memulai usaha. Modal dapat bersumber dari internal pedagang dan bersumber dengan memperoleh pinjaman dari lembaga keuangan bank. Namun, pedagang tidak memiliki dana pribadi yang cukup untuk modal memulai usaha, sedangkan untuk mendapatkan pinjaman dari sebuah lembaga keuangan tidak mudah, harus ada agunan yang dijaminan untuk mendapatkan pinjaman modal dari pihak Bank dan bunga pinjaman yang ditawarkan oleh pihak Bank cukup tinggi sehingga sulit dijangkau oleh pedagang pemula. Itulah permasalahan terkait permodalan dari para pedagang buah di pasar tradisional.

Selain modal, lokasi usaha juga menjadi kendala, karena lokasi yang dipilih dianggap kurang strategis. Sebenarnya pemerintah Kota Batam sudah menyediakan pasar induk Jodoh, namun lokasinya terlalu dipinggir kota sehingga membuat pedagang merasa tidak diuntungkan secara lokasi. Pihak pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk merelokasi pedagang buah yang ada di beberapa

tempat di Nagoya agar berjualan buah di pasar induk yang sudah ditentukan, namun pedagang merasalokasi yang ditentukan oleh pemerintah dianggap tidak strategis atau jauh dari jangkauan masyarakat yang tinggal di tengah-tengah kota. Analisis pasar penting dilakukan oleh pedagang pemula terutama memilih lokasi berjualan harus yang strategis, mudah dijangkau masyarakat dan memiliki akses yang terhubung dengan bidang usaha lain. Keuntungan dapat berdampak *multiplier effect* secara ekonomi dalam masyarakat sehingga kesejahteraan terpenuhi. Keseimbangan eksploitasi sumber daya semakin berkembang dalam kehidupan bersosial dan pemenuhan ekonomi masyarakat semakin baik, agar dapat menghasilkan perbaikan hidup ke arah yang lebih baik. Lokasi usaha yang strategis sangat penting, baik sebagai tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan usaha secara keseluruhan. Konsumen dapat melihat langsung barang yang dijual, baik jenis, jumlah maupun harganya. Konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap jenis dagangan yang dijual secara langsung. Permasalahan lokasi usaha tidak rapi dan pedagangnya mengabaikan kebersihan serta ada beberapa lokasi usaha tidak strategis sehingga kurang menarik untuk dikunjungi oleh konsumen.

Jenis dagangan yang dijual pedagang buah di lapangan sangat bervariasi, yakni: anggur, apel, jeruk, kelapa, mangga, pir, pisang, semangka, dan lain-lain. Pedagang yang menjual buah cukup banyak sehingga terjadi persaingan, baik dari harga buah perkilogram atau paket maupun pelayanan pedagang ke konsumen. Selain itu, tantangan pedagang dalam menjaga buah yang dijual agar tetap segar

dan berkualitas, karena buah segar dan berkualitas yang akan dicari konsumen, walaupun harus membayar mahal terhadap harga buah yang ditetapkan pedagang. Kendala yang dialami pedagang mengenai jenis dagangan, bahwa buah segar tidak dapat bertahan lama, bila tidak segera terjual maka buah akan busuk dengan demikian pedagang akan rugi. Kemudian, jenis buah yang dijual tidak selalu disukai konsumen juga dapat mengakibatkan kerugian.

Setelah diuraikan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan di atas, maka pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan sebuah usaha, semakin besar pendapatan yang didapat maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan operasional yang akan dilakukan. Permasalahannya adalah pendapatan tidak stabil dapat mengakibatkan kesejahteraan tidak tercapai.

Penelitian ini didukung jurnal internasional dengan judul manajemen penghasilan nyata, lingkungan institusional, dan kinerja operasional masa depan: studi internasional (*Real Earnings Management, Institutional Environment, and Future Operating Performance: An International Study*). Hasil penelitian bahwa kinerja operasi masa depan membaik ketika REM dilakukan oleh perusahaan di lingkungan kelembagaan yang kuat hanya selama periode krisis non-ekonomi, tetapi tidak selama periode krisis ekonomi (*future operating performance improves when REM is undertaken by firms in strong institutional environments only during a non-economic crisis period, but not during an economic crisis period*), (Jiang, Habib & Wang, 2018).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Buah Di Kota Batam”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, peneliti mengidentifikasi masalah yang terjadi sebagai berikut.

1. Harus ada agunan yang dijaminakan untuk mendapatkan pinjaman modal dari pihak Bank untuk pedagang pemula.
2. Bunga pinjaman yang ditawarkan oleh pihak Bank terlalu tinggi sehingga sulit dijangkau oleh pedagang pemula.
3. Lokasi usaha tidak rapi dan pedagangnya mengabaikan kebersihan
4. Ada beberapa lokasi usaha tidak strategis sehingga kurang menarik untuk dikunjungi oleh konsumen.
5. Buah segar tidak bertahan lama bila tidak segera terjual akan mengalami busuk.
6. Jenis buah yang dijual tidak selalu disukai konsumen.
7. Pendapatan tidak stabil dapat mengakibatkan kesejahteraan tidak tercapai.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka batasan masalahnya:

1. Variabel meliputi: modal usaha (X1), lokasi usaha (X2), jenis dagangan (X3), pendapatan pedagang (Y).

2. Responden penelitian ini adalah pedagang buah di pasar tradisional Jodoh Batam

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang buah di kota Batam?
2. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang buah di kota Batam?
3. Apakah jenis dagangan (produk) berpengaruh terhadap pedagang buah di kota Batam?
4. Apakah modal usaha, lokasi usaha, jenis dagangan (produk) secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang buah di kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Pengaruh modal usaha terhadap pendapatan pedagang buah di kota Batam.
2. Pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang buah di kota Batam.
3. Pengaruh jenis dagangan (produk) terhadap pendapatan pedagang buah di kota Batam.

4. Pengaruh modal usaha, lokasi usaha, jenis dagangan (produk) secara simultan terhadap pendapatan pedagang buah di kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis baik pihak universitas maupun pihak pedagang, sebagai berikut.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Untuk membuktikan teori yang didapat oleh penulis dan mendukung penelitian sebelumnya mengenai variabel modal usaha, lokasi usaha, jenis dagangan (produk) terhadap pendapatan pedagang.

1.6.2 Manfaat Praktis

1.6.2.1 Bagi Masyarakat

- a. Untuk menumbuhkembangkan semangat dan motivasi bagi masyarakat untuk berwirausaha dengan modal yang secukupnya agar tidak ketergantungan dengan bekerja di perusahaan.
- b. Menentukan lokasi usaha yang strategis agar mudah dijangkau masyarakat untuk mendapatkan produk yang diinginkan.
- c. Menjual jenis dagangan (produk) yang berkualitas, agar pelanggan puas.

1.6.2.2 Bagi Universitas.

Sebagai bahan referensi dan pustaka bagi yang berminat melakukan penelitian dengan variabel yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori

2.1.1 Modal Usaha

Untuk menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal dan tenaga, besarnya modal yang diperlukan tergantung dari jenis usaha yang akan digarap, namun dalam kenyataan sehari-hari kita mengenal adanya usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar, sementara masing-masing memerlukan modal dalam batas tertentu sehingga jenis usaha menentukan besarnya jumlah modal yang diperlukan agar mempengaruhi besarnya modal jangka waktu usaha untuk menghasilkan produk yang diinginkan melalui perhitungan terhadap besarnya kebutuhan usaha perlu dilakukan sebelum usaha dijalankan (Kasmir, 2017: 91).

2.1.1.1 Pengertian Modal Usaha

Modal adalah sesuatu yang diinginkan untuk membiayai operasi perusahaan (bisnis) mulai dari berdiri sampai beroperasi (Kasmir, 2017: 98). Modal adalah keseluruhan proses perencanaan pengeluaran uang, dimana hasil pengembaliannya diharapkan terjadi dalam jangka waktu lebih dari satu tahun (Weston, J. Fred & Copeland, 2010: 359). Modal adalah untuk mendanai suatu kegiatan investasi dan digunakan untuk membiayai operasional perusahaan (Sunnyoto, 2014: 277). Modal adalah harta yang dimiliki oleh seseorang untuk

menciptakan dan memperbanyak alat-alat produksi dan akhirnya meningkatkan kegiatan perekonomian (Latumaerissa, 2012: 353).

2.1.1.2 Jenis-Jenis Modal Usaha

Jenis modal usaha meliputi modal investasi dan modal usaha. Kedua jenis modal ini berbeda, baik dalam penggunaannya maupun jangka waktunya. Modal investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. Biasanya umurnya lebih dari satu tahun. Sementara modal kerja digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali pakai dalam satu proses produksi. Jangka waktu modal kerja biasanya tidak lebih dari satu tahun. Penggunaan utama modal investasi jangka panjang adalah untuk membeli aktiva tetap, seperti tanah, bangunan atau gedung, mesin-mesin, peralatan, kendaraan, serta inventaris lainnya. Modal kerja, yaitu modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat perusahaan sedang beroperasi. Jenis modalnya bersifat jangka pendek, biasanya hanya digunakan untuk sekali atau beberapa kali proses produksi. Modal kerja digunakan untuk keperluan membeli bahan baku, membayar gaji karyawan dan biaya pemeliharaan (Kasmir, 2017: 92).

2.1.1.3 Sumber-sumber Modal Usaha

Kebutuhan modal, baik modal investasi maupun modal kerja, dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada, yaitu modal sendiri atau modal pinjaman (modal asing). Modal sendiri adalah modal dari pemilik usaha sedangkan modal asing adalah modal dari luar perusahaan. Nilai modal yang diinginkan perusahaan

juga menjadi pertimbangan khusus. Jadi, masing-masing modal memiliki keuntungan dan kerugian, baik dari segi biaya, waktu, persyaratan untuk memperolehnya, dan jumlah yang dapat dipenuhi. Dalam praktiknya pembiayaan suatu usaha dapat diperoleh secara gabungan antara modal sendiri dengan modal pinjaman. Pilihan apakah menggunakan modal sendiri, modal pinjaman, atau gabungan dari keduanya tergantung dari jumlah modal yang dibutuhkan dan kebijakan pemilik usaha. Pada awalnya untuk usaha baru, biasanya perusahaan lebih menitikberatkan pada modal sendiri (Kasmir, 2017: 93).

2.1.1.4 Indikator Modal Usaha

Indikator modal usaha sebagai berikut (Kasmir, 2017: 94).

1. Tujuan bisnis. Setiap usaha yang dilakukan oleh seorang wirausahawan tentunya memiliki tujuan usaha yang menguntungkan agar dapat kelangsungan usaha dapat terjamin secara jangka panjang.
2. Masa pengembalian modal. Dalam usaha, balik modal hal yang sangat diharapkan oleh pengusaha atau pembisnis, agar dapat melanjutkan usaha berikutnya.
3. Biaya yang dikeluarkan. Setiap kegiatan usaha tentunya tidak akan terlepas dari biaya operasional, karena itu pembisnis harus mampu mengelola usahanya agar mendapat keuntungan.

2.1.2 Lokasi Usaha

Keuntungan yang diperoleh dengan lokasi yang tepat, antara lain: pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan, kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya, kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus-menerus, kemudahan untuk memperluas lokasi usaha karena biasanya sudah diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu-waktu, memiliki nilai atau harga ekonomi yang lebih tinggi di masa yang akan datang, meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat. Penentuan suatu lokasi juga harus tepat sasaran karena lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan dari segi finansial maupun nonfinansial (Kasmir, 2017: 140).

2.1.2.1 Pengertian Lokasi Usaha

Lokasi usaha adalah tempat untuk menjalankan kegiatan usaha, sebagai tempat perencanaan, pengambil keputusan, pengendalian, proses produksi, penjualan, atau sebagai tempat penyimpanan (Kasmir, 2017: 149). Lokasi (Distribusi) adalah sebuah tempat memilih dan mengelola saluran perdagangan di mana yang dipakai menyalurkan produk dan jasa dapat mencapai pasar sasaran (Priansa, 2017: 11). Lokasi merupakan tempat yang menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen (Husaini, 2017: 114). Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk

membuat (atau menghancurkan) strategi suatu bisnis (Mardiana, 2017: 119). Lokasi dalam penelitian ini adalah letak tempat berjualan para pedagang pasar yang strategis (Atun, 2016: 321).

2.1.2.2 Jenis-jenis Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi tergantung dari jenis kegiatan usaha atau investasi yang dijalankan (Kasmir, 2017: 143). Setiap usaha paling tidak memiliki empat lokasi yang dipertimbangkan sesuai keperluan, yaitu:

1. Lokasi untuk kantor pusat. Kantor pusat merupakan lokasi untuk mengendalikan kegiatan operasional cabang-cabang. Semua laporan kegiatan dan pengambilan keputusan dilakukan di kantor ini. Kantor pusat juga digunakan untuk mengendalikan seluruh aktivitas cabang-cabang usaha.
2. Lokasi untuk pabrik. Lokasi pabrik merupakan lokasi yang digunakan untuk memproses atau memproduksi barang atau jasa. Lokasi ini biasanya didirikan dengan berbagai pertimbangan, seperti: mendekati bahan baku, mendekati pasar, sarana dan prasarana, atau transportasi.
3. Lokasi untuk gudang. Lokasi gudang merupakan tempat penyimpanan barang milik perusahaan baik untuk barang yang masuk maupun yang keluar. Lokasi gudang biasanya di daerah kawasan pergudangan. Hal ini dilakukan karena lokasi di sekitar kawasan pergudangan terkenal aman dan memiliki sarana dan prasarana yang lengkap.
4. Lokasi untuk kantor cabang. Lokasi cabang merupakan lokasi untuk kegiatan usaha perusahaan dalam melayani konsumennya. Lokasi ini juga digunakan

untuk memajukan hasil produksi atau berbagai jenis barang yang dijual. Letak lokasi cabang biasanya dekat dengan pasar atau konsumen.

2.1.2.3 Pertimbangan Penentuan Lokasi Usaha

Penentuan lokasi harus dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Kesalahan dalam menentukan lokasi akan berakibat fatal bagi suatu usaha. Kerugian yang diderita pengusaha sangatlah besar. Oleh karena itu, prioritas untuk menentukan lokasi sebelum ditetapkan perlu dianalisis secara baik. Prioritas utama untuk menganalisis masalah lokasi adalah penentuan tujuan lokasi usaha. Masing-masing lokasi memiliki pertimbangan sendiri, misalnya apakah lokasi harus dekat dengan konsumen atau bahan baku. Lokasi yang sulit dijangkau konsumen akan sangat berbahaya bagi pembisnis. Demikian pula lokasi yang terlalu jauh dari bahan baku akan menambah beban biaya, baik biaya transportasi maupun biaya lainnya (Kasmir, 2017: 144).

2.1.2.4 Indikator Lokasi Usaha

Indikator lokasi usaha (Kasmir, 2017: 144). Sebagai berikut.

1. Jenis usaha yang dijalankan. Lokasi yang strategis selalu dipilih oleh seorang wirausahawan untuk menjalankan bisnisnya, karena lokasi tolak ukur untuk mendapatkan peluang sehingga bisnis yang dilakukan mendapatkan keuntungan.

2. Dekat konsumen. Lokasi yang strategis adalah dekat dengan konsumen atau pembeli, karena minat beli konsumen yang tinggi dapat menguntungkan pembisnis.
3. Dekat dengan bahan baku. Selain dekat dengan konsumen, lokasi yang dipilih juga dekat dengan bahan baku, agar biaya transportasi lebih hemat.

2.1.3 Jenis Dagangan (Produk)

Jenis dagangan (Produk) merupakan sesuatu yang dapat dijual ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Dalam strategi bauran pemasaran, langkah yang pertama dilakukan adalah strategi produk. Hal ini penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Produk dikatakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam strategi produk yang perlu diingat adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, isi atau pembungkus (Kasmir, 2017: 188).

2.1.3.1 Pengertian Jenis Dagangan (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Abdulah & Tantri, 2018: 153). Produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen (Kasmir, 2017: 189).

Produk adalah barang yang dapat dibeda-bedakan atau diklasifikasikan menurut macamnya dan tidak hanya memperhatikan penampilan, tetapi juga hendaknya berupa produk yang simpel, aman, tidak mahal, sederhana, dan ekonomis dalam proses produksi dan distribusi (Priansa, 2017: 10).

2.1.3.2 Klasifikasi Produk

Dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk produk dan jasa, pemasar mengembangkan beberapa klasifikasi produk. Pertama-tama, pemasar membagi produk dan jasa menjadi dua kelas besar berdasarkan pada jenis konsumen yang menggunakannya produk konsumen dan produk industri (Abdulah & Tantri, 2018: 155).

1. Produk konsumen adalah apa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumen pribadi. Pemasar biasanya mengklasifikasikan lebih jauh barang-barang ini berdasarkan pada cara konsumen membelinya. Berbagai produk ini mempunyai perbedaan dalam cara konsumen membelinya, oleh karena itu produk tersebut berbeda dalam cara pemasarannya. Produk konsumen meliputi: produk sehari-hari, produk shopping, produk khusus, produk yang tidak dicari.
2. Produk industri adalah barang yang dibeli untuk diproses lebih lanjut atau untuk dipergunakan dalam menjalankan bisnis. Jadi, perbedaan antara produk konsumen dan produk industri didasarkan pada tujuan produk tersebut dibeli. Terdapat tiga kelompok produk industri, yaitu bahan dan suku cadang, barang modal, serta perlengkapan dan jasa. Bahan dan suku cadang adalah produk

industri yang menjadi bagian produk pembeli, lewat pengolahan lebih lanjut atau sebagai komponen. Termasuk di sini bahan baku, bahan jadi dan suku cadang. Barang modal adalah produk industri yang membantu produksi atau operasi pembeli. Perlengkapan dan jasa adalah produk industri yang sama sekali tidak memasuki produk akhir. Perlengkapan adalah berbagai produk pembantu dari bidang industri karena biasanya dibeli dengan usaha dan perbandingan minimal. Jasa pemeliharaan sering kali ditawarkan oleh produsen kecil, dan jasa perbaikan sering kali disediakan oleh pabrik pembuat peralatan.

3. Mutu produk adalah salah satu alat penting bagi pemasar untuk menetapkan posisi. Mutu mempunyai dua dimensi, yaitu tingkat dan konsistensi, Ketika mengembangkan suatu produk, pemasar mula-mula harus memilih tingkat mutu yang akan mendukung posisi produk di pasar sasaran. Di sini, mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki, serta atribut bernilai yang lain.
4. Sifat-sifat produk dapat ditawarkan dengan berbagai sifat. Sebuah model polos, produk tanpa tambahan apa pun merupakan titik awal. Perusahaan dapat menciptakan model dari tingkat lebih tinggi dengan menambahkan beberapa sifat. Sifat adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing.

Rancangan produk merupakan cara lain untuk menambah nilai bagi pelanggan adalah lewat rancangan produk yang membedakan. Semakin meningkatnya

persaingan, rancangan akan menawarkan salah satu alat paling ampuh untuk membedakan dan menetapkan posisi produk dan jasa perusahaan. Rancangan yang bagus dapat menarik perhatian, memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi, dan memberikan keunggulan kuat untuk bersaing bagi produk di pasar sasaran.

2.1.3.3 Lini Produk

Kita telah memperhatikan keputusan strategi produk seperti penetapan merek, pengemasan, pemberian label, dan layanan untuk produk individual. Tetapi strategi produk juga menuntut pembangunan lini produk. Lini produk adalah kelompok produk yang berhubungan erat karena fungsinya serupa, dijual kepada kelompok pelanggan yang sama, dipasarkan lewat jenis toko yang sama, atau masuk dalam kisaran harga yang sudah ada (Abdulah & Tantri, 2018: 164).

2.1.3.4 Indikator Jenis Dagangan (Produk)

Indikator jenis dagangan (produk) (Abdulah & Tantri, 2018: 160). Sebagai berikut.

1. Atribut produk. Mengembangkan suatu produk mencakup penetapan manfaat yang akan disampaikan produk. Manfaat ini dikomunikasikan dan disampaikan oleh atribut seperti mutu, sifat, dan rancangan.
2. Penetapan merek. Suatu janji penjual untuk menyampaikan kumpulan sifat, manfaat, dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli.

3. Pengemasan. Banyak produk yang ditawarkan ke pasar harus dikemas. Akan tetapi kebanyakan pemasar menganggap pengemasan sebagai suatu unsur dari strategi produk.

2.1.4 Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan perolehan/hasil yang timbul dari penyediaan faktor produksi tenaga kerja dan modal finansial (Kuncoro, 2015: 163). Pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang dilakukannya, dan kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk dan atau penjualan jasa kepada konsumen (Husaini, 2017: 113). Pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga serta keuntungan/profit (Mardiana, 2017: 118). Pendapatan adalah nilai rupiah penjualan yang terakumulasi dari penjualan produk (Wiratmo, 2018: 47).

2.1.4.1 Pendekatan Pendapatan

Pendekatan pendapatan meliputi: upah dan gaji, sewa tanah, bunga modal dan keuntungan kotor perusahaan. Secara konseptual, ketiga pendekatan tersebut akan menghasilkan angka yang sama. Jadi, jumlah pengeluaran akan sama dengan jumlah barang dan jasa akhir yang dihasilkan, dan harus sama pula dengan jumlah pendapatan untuk faktor-faktor produksi. Pendapatan yang dihasilkan dengan cara ini disebut sebagai pendapatan atas dasar harga pasar (Kuncoro, 2015: 32).

2.1.4.2 Indikator Pendapatan

Indikator pendapatan sebagai berikut (Kuncoro, 2015: 163).

1. Kompensasi tenaga kerja, merupakan pendapatan yang diperoleh tenaga kerja dari hasil usaha.
2. Pendapatan investasi, merupakan pendapatan yang diperoleh dari modal finansial seseorang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian dari referensi dalam penelitian ini.

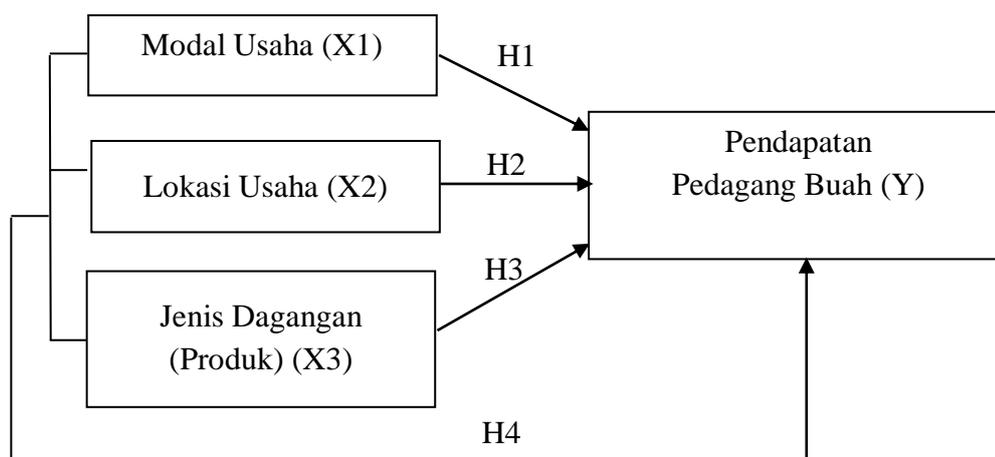
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Husaini, 2017.	Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan.	Modal kerja, lama usaha, jam kerja, lokasi usaha, pendapatan	Modal kerja, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang outwear di Pasar Simalingkar, Medan.
2	Mardiana, 2017.	Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon.	Lokasi usaha, pendapatan	Lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dalam Cilegon Car Free Day
3	Wahyono, 2017.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kab. Bantul	Modal usaha, jam kerja, tingkat pendidikan, lama usaha, pendapatan	Modal usaha dan jam kerja, Tingkat pendidikan dan lama usaha secara parsial dan secara simultan berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.
4	Hanum, 2017.	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang.	Modal, jam kerja, lama usaha, pendapatan	Modal, jam kerja dan lama usaha secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang para pedagang kaki lima di Kota Kualasimpang.
5	Ratna, Munandar, Wahyu din Albra, 2018.	Determinant Income Of Fisherman's Of West Center Of Indonesia.	Modal kerja, tenaga kerja, pengalaman kerja, pendapatan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel modal kerja, tenaga kerja, pengalaman kerja, dan teknologi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan nelayan di Lhokseumawe.

Sumber: Penelitian 2019

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah merupakan konseptual mengenai bagaimana suatu teori berhubungan di antara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian (Noor, 2013: 76).



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Dengan demikian, ada keterkaitan antara perumusan masalah dengan hipotesis, karena perumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian, (Noor, 2013: 79).

- H₁ : Terdapat pengaruh modal usaha terhadap pendapatan pedagang buah di Kota Batam.
- H₂ : Terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang buah di Kota Batam.
- H₃ : Terdapat pengaruh jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang buah di Kota Batam.
- H₄ : Terdapat pengaruh secara simultan modal usaha, lokasi usaha, jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang buah di Kota Batam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam hal ini, komponen desain dapat mencakup semua struktur penelitian diawali saat menemukan ide, menentukan tujuan, kemudian merencanakan penelitian (permasalahan, merumuskan, menentukan tujuan penelitian, sumber informasi dan melakukan kajian dari berbagai pustaka, menentukan metode yang digunakan, analisis data dan menguji hipotesis). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian konklusif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian konklusif yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian konklusif didesain untuk membantu pengambil keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih alternatif terbaik dalam memecahkan suatu masalah (Noor, 2013: 108).

3.2 Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat terukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel. Sedangkan, variabel merupakan kegiatan menguji hipotesis, yaitu menguji kecocokan antara teori dan fakta empiris di dunia nyata. Variabel adalah suatu sebutan yang dapat diberi nilai angka (kuantitatif) atau nilai mutu (kualitatif) atau pengelompokkan secara logis dari dua atau lebih atribut dari

obyek yang diteliti. Variabel penelitian pada dasarnya merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian disimpulkan (Noor, 2013: 97).

3.2.1 Variabel Independen

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Noor, 2013: 49). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.2.1.1 Modal Usaha (X1)

Indikator modal usaha sebagai berikut (Kasmir, 2017: 94).

1. Tujuan bisnis
2. Masa pengembalian modal
3. Biaya yang dikeluarkan

3.2.1.2 Lokasi Usaha (X2)

Indikator lokasi usaha sebagai berikut (Kasmir, 2017: 144).

1. Jenis usaha yang dijalankan
2. Dekat konsumen
3. Dekat dengan bahan baku

3.2.1.3 Jenis Dagangan (X3)

Indikator jenis dagangan sebagai berikut (Abdulah & Tantri, 2018: 160).

1. Atribut produk
2. Penetapan merek
3. Pengemasan

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel terikat merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain (Noor, 2013: 49). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.2.2.1 Pendapatan Pedagang Buah (Y)

Indikator pendapatan sebagai berikut (Kuncoro, 2015: 163).

1. Kompensasi tenaga kerja.
2. Pendapatan investasi.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Modal Usaha (X1)	Modal adalah sesuatu yang diperlukan untuk membiayai operasi perusahaan (bisnis) mulai dari berdiri sampai beroperasi. (Kasmir, 2017: 98).	1. Tujuan bisnis 2. Masa pengembalian modal 3. Biaya yang dikeluarkan (Kasmir, 2017: 94).	Likert
Lokasi Usaha (X2)	Lokasi usaha adalah tempat untuk menjalankan kegiatan usaha, sebagai tempat perencanaan, peng-ambil keputusan, pengan-dalian, proses produksi, penjualan, atau sebagai tempat penyimpanan. (Kasmir, 2017: 149).	1. Jenis usaha yang dijalankan 2. Dekat konsumen 3. Dekat dengan bahan baku (Kasmir, 2017: 144).	Likert
Jenis Dagangan X3	Produk adalah segala sesu-atu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat-kan perhatian, dibeli, di-pergunakan, atau dikon-sumsi dan yang dapat me-muaskan keinginan atau kebutuhan. (Abdulah & Tantri, 2018: 153).	1. Atribut produk 2. Penetapan merek 3. Pengemasan (Abdulah & Tantri, 2018: 160).	Likert

Tabel 3.1 lanjutan

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Pendapatan Pedagang Buah (Y)	Pendapatan merupakan perolehan/hasil yang timbul dari penyediaan faktor produksi tenaga kerja dan modal finansial. (Kuncoro, 2015: 163).	1. Kompensasi tenaga kerja; 2. Pendapatan investasi. (Kuncoro, 2015: 163).	Likert

Sumber: Penelitian 2018

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2011: 87). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pedagang buah di Kota Batam yang tidak diketahui populasinya.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan analisis kuantitatif, (Sujarweni, 2018: 105). Mengingat jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya, maka menggunakan rumus sebagai berikut (Sujarweni, 2018: 112).

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

Rumus 3.1 Populasi tidak diketahui

Keterangan:

n = Ukuran sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai standar tingkat kepercayaan (α) 95% = 1,96

E = Tingkat ketepatan besarnya error maksimum secara 20%.

Melalui rumus ini, jumlah sampel yang akan diambil sebagai berikut.

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2 \quad n = \left(\frac{1,96}{0.2} \right)^2 = 96.04$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 96,04 responden, namun dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara tergantung pada instrumen yang di gunakan dan sumber datanya. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh data primer diantaranya melalui: Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya dan mendengarkan jawaban langsung dari sumber utama data. Peneliti merupakan pewawancara dan sumber data adalah orang yang diwawancarai. Ada dua jenis wawancara yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Kuesioner adalah pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Responden dapat memberikan jawaban dengan member tanda pada salah satu atau beberapa jawaban yang telah

disediakan, atau dengan menuliskan jawabannya. Observasi adalah salah satu metode untuk memperoleh data primer yang dilakukan dengan metode mengamati obyek yang merupakan sumber utama data (Sugiyono, 2013: 137). Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam menelitian ini, metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu kuesioner, yaitu pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berisi pertanyaan/ Pernyataan mengenai data penelitian pengaruh modal usaha, lokasi usaha, jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang buah di Kota Batam. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner.

3.5 Alat Pengumpulan Data

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa daftar pertanyaan atau pernyataan (*kuesioner*) yang disebarakan kepada para responden, tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (*kuesioner*) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu (Sugiyono, 2013: 142). Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2013: 93). Penelitian ini digunakan pernyataan dengan rentang skala penilaian yaitu 1 sampai 5.

Tabel 3.2 Skala *Likert*

Skala <i>Likert</i>	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2013: 93)

3.6 Metode Analisis Data

Data dalam penelitian ini menggunakan program dalam menganalisis pengaruh antar variabel yaitu dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 23, (Santoso, 2017: 11).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Secara umum ilmu statistik dibagi dalam dua kelompok, yaitu: statistik deskriptif dan statistik inferensi. Deskriptif adalah statistik yang menjelaskan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data tersebut. Statistik inferensi adalah statistik induktif. Dalam statistik inferensi setelah data dikumpulkan selanjutnya dilakukan analisis dengan metode statistik yang berhubungan dengan sifat dan kepentingan datanya, selanjutnya diambil suatu keputusan dan pengambilan kesimpulan dari hasil olahan data tersebut (Sugiyono, 2013: 147).

3.6.2 Uji Kualitas Instrumen

3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Validitas yang diperoleh dengan cara di atas dikenal dengan validitas konstruk (Sanusi, 2011: 77). Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Product Moment* yang dapat diperoleh dengan rumus di bawah ini.

Rumus 3.1 Koefisiensi korelasi *product moment*

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber: (Sanusi, 2011: 77).

Keterangan:

r = Koefisien Kolerasi

X = Skor butir

Y = Skor total butir

N = Jumlah sampel (Responden)

Perhitungan nilai korelasi *Pearson Product Moment* (r hitung) selanjutnya dibandingkan dengan nilai r tabel. Nilai r tabel dihitung untuk $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) dengan kaidah keputusan sebagai berikut.

1. Jika r hitung > r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
2. Jika r hitung < r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

Nilai koefisien korelasi yang digunakan sebagai pedoman untuk memberikan interpretasi yang disajikan dalam tabel.

Tabel 3.3 Interpretasi koefisien korelasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2013: 184).

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Angket dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* atau r hitung $>$ r table (Sanusi, 2011: 81).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas disetiap penelitian perlu dilakukan pengujian hipotesis. Hal ini untuk memastikan apakah data yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan histogram dan *Normal P-P Plot of Regresion Standarized Residual* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data

normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji *Normal P-P Plot of Regression Residual* adalah Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/ atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Pengujian terakhir dilakukan melalui uji Kolmogorov Smirnov dengan kriteria pengujian adalah Jika nilai signifikansi pada Kolmogorov Smirnov $< 0,05$ maka data tidak menyebar normal. Jika nilai signifikansi pada Kolmogorov Smirnov $> 0,05$ maka data menyebar normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah melihat nilai *significance (2-tailed)*. Pendeteksian terhadap multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil regresi. Jika nilainya VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi (Sanusi, 2011: 136).

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilihat dengan menggunakan metode *Park Gleyser* dengan melihat nilai probabilitas signifikansi dan grafik *scatter plot* dengan melihat pola penyebaran titik-titik secara acak. Hasil pengujian *Park Gleyser* melihat nilai probabilitas dengan signifikansi > nilai alpha (0,05) maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Sanusi, 2011: 135).

3.6.4 Uji Pengaruh

3.6.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2011: 134). Regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Pendapatan Pedagang Buah

- X1 : Modal Usaha
X2 : Lokasi Usaha
X3 : Jenis Dagangan (Produk)
a : Konstanta
 $b_{1,2,3}$: Koefisien regresi
e : Variabel pengganggu

3.6.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir samadengan koefisien R^2 . R juga hampir serupa dengan R , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear sederhana). R menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel: X_i ; $i = 1, 2, 3, 4, \dots, k$) secara bersama-sama. Sementara itu, R^2 mengukur kebaikan sesuai dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). Lebih lanjut, R adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear di antara dua variabel, nilainya dapat negatif dan positif. Sementara itu, R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif (Sanusi, 2011: 136).

3.6.4.3 Uji T

Uji Signifikansi Koefisien Regresi secara Parsial Uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berkaitan dengan hal ini, uji signifikansi secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Nilai yang digunakan untuk melakukan pengujian adalah nilai t hitung yang diperoleh dari rumus yang sudah dijelaskan sebelumnya (Sanusi, 2011: 138). Langkah-langkahnya sebagai berikut.

1. Merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif. $H_0: b_i = 0$; $H_1: b_i \neq 0$.
2. Menghitung nilai t dengan menggunakan rumus $t = b_i / S_{b_i}$.
3. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada taraf nyata tertentu misalnya 1%; DF; $(\alpha/2; n - (k+1))$.
4. Mengambil keputusan dengan kriteria berikut. (Gunakan salah satu kriteria.)
5. Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$; maka H_0 diterima.
6. Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $> t_{tabel}$; maka H_0 ditolak.

3.6.4.4 Uji F

Uji seluruh koefisien regresi secara serempak sering disebut dengan uji model. Nilai yang digunakan untuk melakukan uji serempak adalah nilai F_{hitung} yang dihasilkan dari rumus yang telah dijelaskan sebelumnya. Karena nilai F_{hitung} berhubungan erat dengan nilai koefisien determinasi (R^2) maka pada saat melakukan uji F, sesungguhnya menguji signifikansi koefisien determinasi (R^2) Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi Variabel terikat dijelaskan

sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata dan bukan terjadi karena kebetulan. Dengan kata lain, berapa persen Variabel terikat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas secara serempak (simultan), dijawab oleh koefisien determinasi (R^2), sedangkan signifikan atau tidak yang sekian persen itu, dijawab oleh uji F. Berdasarkan asumsi ini, nilai koefisien determinasi (R^2) dan uji F menentukan baik tidaknya model yang digunakan. Makin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) dan signifikan maka semakin baik model itu (Sanusi, 2011: 137).

3.7 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

Lokasi penelitian pada pasar tradisional di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau, Indonesia.

Tabel 3.4 Jadwal penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																			
	Okt 2018				Nov 2018				Des 2018				Jan 2019				Februari 2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Penyusunan Bab I		■	■																	
Penyusunan Bab II				■	■															
Penyusunan Bab III						■	■													
Penelitian lapangan dan pembuatan kuesioner								■												
Pengumpulan pembuatan kuesioner dan pengolahan data									■	■	■	■	■	■						
Penyusunan Bab IV dan Bab V															■	■				
Pengumpulan Skripsi																	■	■	■	■

Sumber: Penelitian 2018