

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pasar

2.1.1 Definisi Pasar

Menurut Gilarso(1992: 154) dalam ilmu ekonomi kita bicara tentang pasar jika ada suatu pertemuan antara orang yang mau menjual dan orang yang mau membeli suatu barang atau jasa tertentu dengan harga tertentu. Para penjual dan pembeli saling bertemu di pasar, Masing-masing dari mereka mempunyai keinginan dan kepentingan sendiri-sendiri. Jika kedua belah pihak tersebut dipertemukan akan terjadi transaksi jual-beli. Faktor penting yang dapat mempertemukan mereka adalah harga, yang terbentuk di pasar dalam interaksi antara penjual dan pembeli tersebut. Para penjual mengharapkan harga setinggi mungkin untuk barang yang ditawarkannya, agar mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin. Tetapi jika para penjual dalam menawarkan barangnya dengan harga yang terlalu tinggi, para pembeli pun malas untuk membeli sehingga barangnya tidak laku. Di lain pihak jika penjual mendapat harga yang terlalu rendah dari calon pembeli, maka penjual tidak akan melepaskan barang tersebut karena mereka akan rugi. Sedangkan para pembeli menginginkan harga serendah mungkin untuk mendapatkan barang yang diinginkannya itu. Menurut Boediono (1982: 43) dalam Ilmu Ekonomi pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Suatu pasar dalam ilmu ekonomi adalah dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Barang yang ditransaksikan bisa berupa barang apapun, mulai dari beras dan sayur-mayur, sampai ke jasa angkutan, uang dan tenaga kerja. Setiap barang ekonomi mempunyai pasarnya sendiri-sendiri. Di masing-masing pasar terjadi transaksi pasar untuk barang yang bersangkutan, dan apabila terjadi suatu transaksi, maka ini berarti telah terjadi suatu persetujuan (antar pembeli dan penjual) mengenai harga transaksi dan volume transaksi bagi barang tersebut. Dua aspek transaksi inilah (yaitu harga dan volume) yang menjadi pusat ahli ekonomi apabila menganalisa satu pasar. Berdasarkan uraian diatas, pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli melakukan transaksi dan kemudian terbentuklah harga.

2.1.2 Pasar Menurut Jumlah Penjual dan Pembeli

Sukrino (2006: 231) pasar menurut jumlah penjual dan pembeli ada 5 macam, yaitu sebagai berikut.

- a. Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah pasar dimana terdapat berbagai penjual dan pembeli.

b. Pasar monopoli

Pasar monopoli adalah pasar dimana terdapat satu penjual saja dan terdapat banyak pembeli

c. Pasar monopsoni

Pasar monopsoni adalah pasar dimana terdapat banyak penjual dan terdapat satu pembeli

d. Pasar oligopoly

Pasar oligopoly adalah pasar dimana terdapat sedikit penjual dan terdapat banyak pembeli

e. Pasar oligopsoni

Pasar oligopsoni adalah pasar dimana terdapat banyak penjual dan terdapat sedikit pembeli.

2.1.3 Fungsi Pasar

Menurut Soeratno (2003: 12) pasar berperan penting dalam suatu sistem ekonomi. Terdapat 5 fungsi utama pasar dan setiap fungsi mengandung pertanyaan yang harus dijawab oleh sistem ekonomi. Fungsi pasar tersebut adalah:

1. Pasar menentukan harga barang. Pada sistem ekonomi pasar, harga merupakan ukuran nilai barang. Jika suatu barang permintaannya meningkat, berarti masyarakat membutuhkan lebih banyak. Dalam jangka yang relatif singkat perusahaan tidak bisa menambah jumlah barang yang ditawarkan secara seketika. Akibatnya harga barang tersebut naik. Kenaikan harga suatu barang akan mendorong produsen memproduksi barang tersebut.
2. Pasar dapat mengorganisasi produksi. Harga barang di pasar menjadi acuan perusahaan dalam menentukan metode produksi yang paling efisien.
3. Pasar mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.
4. Pasar melakukan penjatahan. Konsumsi saat ini dibatasi oleh jumlah barang dan jasa yang dapat dihasilkan ini.
5. Pasar menyediakan barang dan jasa untuk masa yang akan datang. Tabungan dan investasi yang terjadi di pasar merupakan usaha untuk memelihara sistem dan memberikan kemajuan aktivitas ekonomi.

2.1.4 Mekanisme Pasar

Menurut Sukirno (2006: 41) mekanisme pasar yaitu sistem yang cukup efisien di dalam mengalokasikan faktor-faktor produksi dan mengembangkan perekonomian, tetapi dalam keadaan tertentu ia menimbulkan beberapa akibat buruk sehingga diperlukan campur tangan pemerintah untuk memperbaikinya.

Pasar sebagai pusat ekonomi, pasar biasanya menjadi pusat hasil penjualan pertanian, dan pusat perbelanjaan orang yang tinggal dengan radius 5 mil dari pasar, atau lebih dari itu sesuai dengan letak desa yang ada. Pasar merupakan sarana yang dapat menyerap dan menyediakan semua hasil serta kebutuhan masyarakat. Jika diperhatikan secara seksama, kehadiran pedagang dan petani di pasar hanya ingin mendapatkan pendapatan tambahan, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Bagi pedagang, kelebihan harga dari harga beli tiap unit barang merupakan rezeki yang diperoleh melalui perdagangan. Pasar sebagai tempat rekreasi. Rekreasi bukan hanya berlaku bagi orang yang tinggal di kota, melainkan kebutuhan individu bisa berada di mana saja. Untuk mengetahui tujuan pasar itu hanya untuk rekreasi, dapat dilihat dari sikap, perilaku, dan tingkah lakunya. Tujuan yang demikian itu erat hubungannya dengan pasar harian, dan pasar mingguan yang hanya ada sekali seminggu. Di pedesaan jarang ditemui tempat rekreasi yang banyak dikunjungi orang, melainkan yang menjadi sasaran tempat rekreasi adalah pasar. Kehadiran orang di pasar untuk rekreasi didorong oleh beberapa faktor, antara lain disebabkan di kampung dipacu dalam pekerjaan, tiada waktu yang kosong bersantai ria, kecuali saat tertentu, seperti pesta perkawinan, dan perayaan lainnya (Waluyo, 2011).

Pasar sebagai tempat pertemuan sosial dan tukar informasi. Diantara pengunjung dapat bertukar informasi. Pengunjung pasar bervariasi, dari berbagai lapisan masyarakat. Pertemuan pengunjung itu berdampak positif, bahwa dibalik kedatangan mereka dengan tujuan yang berbeda-beda dapat berjumpa dengan seseorang yang berasal dari kampung yang berbeda, baik yang masih memiliki hubungan kekeluargaan maupun tidak ada sama sekali. Kelompok pedagang saling bertukar informasi naik turunnya harga, masalah kredit dari bank, hasil penjualan pertanian, maupun kebijaksanaan pemerintah tentang perdagangan. Oleh karena itu tidak mengherankan jika pasar dipandang sebagai pertemuan sosial, serta media yang baik untuk menyampaikan informasi. Kenyataan ini dapat dilihat selain tersebut di atas, juga adanya spanduk, baik tentang kegiatan sesuatu, baik reklame film, dan lain sebagainya (Waluyo, 2011).

Dari sisi pemilikan/kelembagaan, perbedaan karakteristik pengelolaan pasar modern dan pasar tradisional nampak dari lembaga pengelolanya. Pada pasar tradisional, kelembagaan pengelola umumnya ditangani oleh Dinas Pasar yang merupakan bagian dari sistem birokrasi. Sementara pasar modern, umumnya dikelola oleh profesional dengan pendekatan bisnis. Selain itu, sistem pengelolaan pasar tradisional umumnya terdesentralisasi dimana setiap pedagang mengatur sistem bisnisnya masing-masing. Sedangkan pada pasar modern, sistem pengelolaan lebih terpusat yang memungkinkan pengelola induk dapat mengatur standar pengelolaan bisnisnya. Dinamika pasar tradisional akan selalu menarik, dimana di dalam pasar tradisional terdapat unsur-unsur yang dapat diperoleh misalnya, perilaku konsumen maupun perilaku pedagang dalam pasar. Menurut Belshaw mengatakan bahwa pasar tidak hanya merupakan lembaga tukar menukar, tetapi pasar berfungsi sebagai tempat penyebaran dan penyimpanan barang, serta tempat berpindahnya komoditas dari satu orang ke orang lain, atau dari satu tempat ke tempat lain, dan dari peranan satu ke peranan lain. Jadi pasar adalah tempat yang mempunyai unsur-unsur sosial, ekonomis, kebudayaan, politik yang juga dipergunakan sebagai sarana pembeli dan penjual untuk saling bertemu dan melakukan kegiatan tukar menukar (Fatmawati, 2014).

2.2 Pendapatan

Boediono (1982: 170) mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Harga faktor produksi dipasar ditentukan oleh saling tarik menariknya antara penawaran dan permintaan. Secara singkat pendapatan (*income*) seorang warga masyarakat ditentukan oleh ;

- a. Jumlah faktor-faktor produksi yang ia miliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungannya di tahun-tahun lalu, dari warisan atau pemberian.
- b. Harga per unit masing-masing faktor produksi. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan di pasar.

Menurut Sukrino (2006: 76) permintaan seseorang akan suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara beberapa faktor tersebut yang paling penting yaitu sebagai berikut:

- a. Harga barang itu sendiri,
- b. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut,
- c. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat,
- d. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat,

- e. Citra rasa masyarakat,
- f. Jumlah penduduk,
- g. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang

2.3. Jenis-jenis Pendapatan

Menurut Raharja (1999: 267) jenis pendapatan dibagi dalam dua bentuk, yaitu sebagai berikut:

a. Pendapatan ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah sejumlah uang yang dapat digunakan oleh keluarga dalam satu periode tertentu untuk membelanjakan diri tanpa mengurangi atau menambah asset netto. Termasuk dalam pendapatan ekonomi termasuk upah gaji, pendapatan bunga deposito, penghasilan transfer dari pemerintah, dan lain-lain.

b. Pendapatan uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diterima keluarga pada periode tertentu sebagai balas jasa atau faktor produksi yang diberikan karena tidak memperhitungkan pendapatan bahkan kas (non kas), terutama penghasilan transfer cakupannya lebih sempit dari pendapatan ekonomi.

Macam pendapatan menurut problemnya

- a) Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh ssebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lain.
- b) Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi pengeluaran lain.

2.4. Faktor yang mempengaruhi Pendapatan

Menurut Swasta (2000: 201) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan antara lain:

1. Kondisi dan kemampuan pedagang

Transaksi jual belum melibatkan pihak pedagang dan pembeli. Pihak pedagang harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan sekaligus mendapatkan pendapatan yang diinginkan.

2. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli barang dan jasa meliputi baik tidaknya keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok tertentu, frekuensi pembeli dan selera pembeli.

3. Modal

Setiap usaha membutuhkan untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual terlibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan pewirausaha meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.

4. Kondisi organisasi perusahaan

Semakin besar suatu perusahaan akan memiliki bagian penjualan yang semakin kompleks untuk memperoleh keuntungan yang semakin besar dari pada usaha kecil.

2.5. Mekanisme Harga

Menurut Boediono (1982: 8) mekanisme harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya (kekuatan) tarik menarik antara konsumen-konsumen dan produsen-produsen yang bertemu dipasar. Hasil netto dari kekuatan tarik menarik tersebut adalah terjadinya harga untuk setiap barang dan setiap faktor produksi. Pada suatu waktu, harga sesuatu barang mungkin naik karena gaya tarik konsumen (karena sesuatu hal) menjadi lebih kuat (yaitu para konsumen meminta lebih banyak barang tersebut). Sebaliknya harga suatu barang turun apabila permintaan para konsumen melemah. Para produsen harus pintar-pintar dalam mengetahui selera konsumen akan suatu barang tersebut, agar terbentuk harga yang sesuai atau tepat dan tidak merugikan antar kedua pihak yaitu produsen dan konsumen.

2.6. Modal

Modal dapat diartikan dengan investasi. Investasi dapat diartikan sebagai pengeluaran dan pembelanjaan penanaman-penanaman modal atau perusahaan untuk membeli barang-barang modal dan perlengkapan-perengkapan produksi untuk menambah kemampuan memproduksi barang-barang dan jasa-jasa yang tersedia dalam perekonomian (Sukirno, 2006).

Menurut Sukirno (2006) ada 2 macam modal awal yaitu:

1. Modal tetap merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis dalam satu proses produksi tersebut. Modal tidak bergerak dapat meliputi tanah, bangunan, peralatan dan mesin-mesin
2. Modal tidak tetap merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali proses produksi tersebut.

Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang bersama-sama faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru. Menurut Suparmoko, modal merupakan input (faktor produksi) yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan, sehingga dalam hal ini modal usaha bagi pedagang juga merupakan salah satu faktor produksi yang memengaruhi tingkat pendapatan pedagang.

2.7. Curahan Jam Kerja

Menurut Ehrenberg dan Smith (1988) keputusan untuk bekerja merupakan suatu keputusan puncak mengenai bagaimana seharusnya memanfaatkan waktu. Salah satu cara untuk menggunakan waktu yang tersedia adalah dengan melakukan aktivitas-aktivitas di waktu senggang yang menyenangkan.

2.8. Lokasi Usaha

Merencanakan suatu usaha perlu memilih letak lokasi usaha yang strategis, karena letak lokasi usaha akan berhubungan dengan masalah efisiensi transportasi, sifat bahan baku atau sifat produknya, dan kemudahannya mencapai konsumen.

2.9. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain, baik dalam bentuk jurnal maupun skripsi. Penelitian yang ada telah mendasari pemikiran penulis dalam penyusunan skripsi. Adapun penelitiannya yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Samsul, 2013), dengan judul **Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang**. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa : populasi penelitian yaitu Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang sebanyak 958 pedagang pasar. Jumlah sampel yang diperoleh berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan berjumlah 90 pedagang pasar. Data yang digunakan berupa data primer yang diambil dengan metode angket. Dengan menggunakan teknik data primer yang diambil dengan metode angket. Dengan menggunakan teknik

analisis regresi berganda, uji hipotesis secara persial (uji t), uji hipotesis secara simultan (uji f) dan koefisien determinasi ganda pada *level significance* 5%. Simpulan dari penelitian ini adalah variabel modal, lokasi berdagang, kondisi tempat berdagang secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan pada besarnya variabel pendapatan pedagang pasar. Faktor yang paling besar berpengaruh pada pendapatan pedagang pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang adalah modal berdagang. Saran penelitian sebaiknya dalam menghasilkan pendapatan berdagang tidak dilihat dari modal, lokasi, kondisi tempat berdagang, tetapi bisa dilihat dari harga yang ditawarkan, jika barang dagangan kita lebih murah maka konsumen lebih tertarik dan akan membelinya secara terus menerus. Hubungan dengan penelitian ini tersebut yaitu adanya persamaan dengan modal usaha berdagang berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang pasar. Penelitian tersebut juga menggunakan metode analisis regresi berganda.

2. Penelitian dilakukan oleh (Kusuma Jaya, Nuridja, Suwena, 2014) dengan judul **Analisis Pendapatan Pedagang (Studi pada pasar Anyar di Kelurahan Banjar Tengah)**. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pendapatan pedagang di Pasar Anyar ditinjau dari pekerjaan sampingan. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Anyar di Kelurahan Banjar Tengah, Kecamatan Negara, Kabupaten Jembrana. Penelitian ini termasuk jenis penelitian survei. Populasi penelitian berjumlah 72 orang yang merupakan keseluruhan jumlah pedagang di pasar Anyar. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdagang di Pasar merupakan pekerjaan utama pedagang dan ada empat responden yang mempunyai pekerjaan sampingan selain berdagang di Pasar Anyar.
3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nur Isni, 2016), dengan judul **“Pengaruh Pasar Prambanan Kabupaten Sleman”**. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa : Penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto* bersifat asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi alam penelitian ini yaitu seluruh pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman sebanyak 2108 pedagang. Sampel yang digunakan berjumlah 95 pedagang. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, angket dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan: (1)

terdapat pengaruh positif modal terhadap pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman; (2) terdapat pengaruh positif lokasi terhadap pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman; (3) terdapat pengaruh jenis dagangan terhadap pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman; (4) terdapat pengaruh positif modal, lokasi, dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. Koefisien determinasi R^2 sebesar 0,942 dapat diartikan bahwa sebesar 94,2% variasi pendapatan pedagang Pasar Prambanan dipengaruhi oleh variasi modal, lokasi, dan jenis dagangan. Sedangkan yang sebesar 5,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Sumbangan efektif variabel modal sebesar 79,6%, lokasi 9,46%, dan jenis dagangan sebesar 5,07% terhadap pendapatan pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman.

4. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sumardianto, 2016) dengan judul **“faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pengecer Ikan Laut Segar di Pasar Terapung Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau”**. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ; Penelitian ini dilaksanakan pada bulan februari 2016 di Pasar Terapung Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Propinsi Riau. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pendapatan pedagang pengecer dan pengaruh modal usaha, jumlah ikan yang terjual dan pengalaman terhadap tingkat pendapatan pedagang pengecer ikan laut segar di Pasar Terapung Tembilahan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan jumlah responden sebanyak 13 orang. Tingkat pendapatan yang diterima pedagang pengecer ikan laut segar di Pasar Terapung Kota Tembilahan tergolong tinggi yaitu antara Rp 59.970.000,- sampai Rp 88.650.000,- per bulan untuk pendapatan kotor dan Rp 1.717.5500,- sampai Rp 5.377.500,- per bulan untuk pendapatan bersih. Proporsi pengaruh variabel modal, jumlah ikan dan lama berusaha secara simultan terhadap pendapatan pedagang pengecer ikan laut di Pasar Terapung sebesar 96,9%. Modal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang pengecer dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,460. Sedangkan, jumlah ikan dan lama berusaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pengecer dengan nilai koefisien regresi masing-masing sebesar 0,478 dan 0,026.
5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Adeline, 2015) dengan judul **“ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Harian Pedagang Ikan di**

Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara". Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum pendapatan harian pedagang ikan Kefamenanu dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2015 dengan fokus penelitian dilakukan kepada pedagang ikan yang berjualan di Terminal, Pasar Lama, Pasar Baru, dan pedagang ikan keliling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat bervariasi tergantung jenis ikan, yaitu antara Rp 10.000 – Rp 50.000// kumpul dengan rata-rata pendapatan berkisar antara Rp 50.000 – Rp 300.000. Berdasarkan hasil uji hipotesis ternyata modal dan jumlah jenis kerja berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan harian pedagang ikan, sedangkan variabel harga ikan dan biaya operasional tidak berpengaruh secara nyata terhadap pendapatan harian pedagang ikan.

6. Penelitian yang dilakukan Samsul Ma'Arif pada tahun 2013 dalam skripsinya yang berjudul “ **Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang**”. Menggunakan variabel bebas faktor-faktor yang meliputi modal, lokasi berdagang, dan kondisi tempat berdagang sedangkan variabel terikat yaitu pendapatan pedagang pasar Bandarjo Ungaran, indikatornya adalah keuntungan atau labapara pedagang pasar, jumlah retribusi yang dibayarkan setiap hari, biaya perbulan yang dikeluarkan untuk membayar karyawan. Menggunakan analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini adalah variabel modal, lokasi berdagang, kondisi tempat berdagang secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan pada besarnya variabel pendapatan pedagang pasar. Hasil perhitungan dengan uji koefisien determinasi ganda dapat diketahui bahwa modal, lokasi berdagang, dan kondisi tempat berdagang secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen pendapatan pedagang pasar sebesar 52,8%, sedangkan sisanya sebesar 47,2, disebabkan oleh faktor-faktor lain. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah variabel terikat pendapatan pedagang dan alat analisis berupa regresi linier berganda. Perbedaan penelitian ini terdapat pada salah satu variabel bebasnya yaitu harga.