

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENJUALAN PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR MANDALIKA KOTA MATARAM

Raudatul Asnaini Rusiyati

Program Ilmu Ekonomi Dann Studi Pembangunan

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: Asnarusiyati@yahoo.com

Intisari : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel jumlah tenaga kerja, jam kerja, modal dan lama usaha terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan pertanyaan secara tertulis kepada responden. Responden dalam penelitian ini berjumlah 95 orang dari total jumlah populasi pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram sebesar 1.756 yang diambil dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi (OLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lama usaha dan modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram. Sedangkan variabel jumlah tenaga kerja dan jam kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram.

Kata kunci : Tingkat Penjualan Pedagang; Jumlah Tenaga Kerja; Jam Kerja; Modal; Lama Usaha.

Abstract : *This study aimed to analyze the variable influence amount of labor, working hours, capital and long business against the level of sale in traditional market Mandalika Mataram City. Data is collected throught primary data by means of asked questions in writing to respondents. Respondents in this research total 95 people of the total number of merchants population in traditional market Mandalika Mataram City as much as 1.756 taken with uses the technique simple random sampling. For achieving an objective in this study uses the method regression analysis (OLS)*

The research result show that a variable long business and capital have had a positive impact and significant againts the level of sale in traditional market Mandalika Mataram City. While variable the amount of labor and working hours do not affect significantly against the level of sale in traditional market Mandalika Mataram City.

Keywords : The level of sale; amount of labor; working hours; capital; long business.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pasar merupakan salah satu sarana kegiatan perekonomian. Pasar sebagai tempat para pedagang memasarkan barang dagangan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi, atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, dan koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar (Damarmoyo, 2013).

Barang atau produk yang di jual di pasar tradisional sangat beragam mulai dari kebutuhan rumah tangga seperti beras, ikan, sayur, pakaian, hasil kerajinan maupun kebutuhan lainnya. Meskipun latar belakang komunitas yang ada di pasar tradisional berasal dari berbagai kalangan tidak tampak terlihat perbedaan yang jauh antara kaya atau miskin, pejabat atau petani, dosen atau pedagang semua pada posisi seperti dua sisi mata uang yaitu penjual dan pembeli. Selain memiliki persamaan simbol untuk saling beinteraksi seperti bahasa atau dialek yang sama, cara bertegur sapa sesuai budaya mereka, masyarakat pasar tradisional memiliki kesamaan tujuan ekonomi yakni kebutuhan membeli atau kebutuhan menjual barang yang sama. Mereka umumnya datang dari daerah sekitar pasar atau masyarakat yang tinggal di sekitar pasar tersebut sehingga sangat mudah bagi mereka untuk berkomunikasi satu sama lain. Akan tetapi tidak jarang pula yang datang dari luar daerah, baik sebagai pedagang maupun pembeli yang memiliki

kultur, bahasa berbeda namun satu tujuan yakni melakukan transaksi jual beli dan pada hakikatnya semua yang terlibat di pasar tradisional sepakat menjalankan kultur budaya yang ada meski ada produk impor namun tetap tindakan mereka lokal (Damarmoyo, 2013).

Era globalisasi dan liberalisasi perdagangan dunia telah memacu terjadinya perubahan drastis terhadap lingkungan bisnis. Hubungan antar negara dan bangsa tidak lagi mengenal batas-batas teritorial, baik dalam segi inventasi, industri, individu dan informasi. Semua penghambat terjadinya lalu lintas perdagangan antar negara dihilangkan. Dalam situasi ini maka persaingan bisnis menjadi lepas kendali dan dikenal dengan istilah *hypercompetition* (D'Aveni, 1994). Persaingan lepas kendali ini diindikasikan dengan munculnya dinamika perdagangan yang semakin agresif di pasar dan tidak ada satupun pasar yang selamanya bebas dari persaingan. Di samping menjadi sasaran globalisasi dunia, Indonesia juga menjadi imbas perkembangan ekonomi global. Dalam hal ini perubahan ekonomi yang cepat mengharuskan para pedagang agar cepat pula merespon perubahan-perubahan tersebut.

Era perdagangan bebas telah membuat para investor menanamkan modalnya dengan mendirikan pasar-pasar modern di Indonesia, seperti mall, plaza, dan sejenisnya. Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap keberadaan pasar tradisional mengingat banyaknya konsumen yang kini beralih ke pasar-pasar modern. Untuk menghadapi munculnya pasar-pasar modern di atas, pengelola pasar-pasar tradisional haruslah berbenah diri dan menyesuaikan diri dengan tuntutan selera konsumen. Perkembangan selera konsumen menginginkan tempat berbelanja yang bersih, nyaman, dengan harga yang relatif murah, serta mutu barang yang dapat dipertanggungjawabkan. Untuk tujuan ini maka diperlukan adanya program peremajaan atau renovasi pasar tradisional. Kios pasar perlu ditata dengan jarak yang cukup lega bagi konsumen untuk bergerak. Fasilitas kebersihan, keamanan, dan tempat parkir perlu disediakan dengan

kondisi yang memadai. Lingkungan sekitar pasar perlu dibenahi agar menarik dan terhindar dari kesan kumuh.

Proses marjinalisasi pedagang pasar tradisional memerlukan kajian serius dari berbagai pihak. Harus disadari dengan seksama bahwa pasar tradisional merupakan lahan usaha pedagang yang sebagian besar terdiri dari golongan ekonomi lemah. Meskipun belum ada pencacahan “resmi” tetapi pedagang berskala kecil ini diduga persentasenya mencapai 90 persen dari populasi unit usaha yang bergerak di sektor perdagangan (Hidayat, 1978). Selain itu, kedudukan para pedagang pasar sebagai penggerak ketahanan ekonomi rakyat merupakan salah satu pilar ketahanan nasional (Depkop, 1986). Dengan demikian, maka terdusurnya pedagang pasar tradisional akan dapat menciptakan situasi kerawanan sosial.

Melalui pemaparan di atas, menjadi jelas bahwa terdusurnya para pedagang pasar tradisional dari lahan berdagangnya lebih disebabkan karena kurangnya kemampuan investasi para pedagang pasar. Hal ini tentu saja berkaitan erat dengan kondisi tingkat pendapatan yang diperolehnya. Semakin tinggi tingkat penjualan usahanya maka akan semakin besar pula peluangnya melakukan investasi. Oleh karena itu, pemikiran yang timbul adalah bagaimana agar para pedagang pasar tradisional dapat memperoleh penjualan pada tingkat yang memungkinkan untuk diinventasikan guna membeli kios apabila suatu saat pasar di pugar atau direnovasi (Asakdiyah, 2004).

Selain itu, faktor-faktor yang sangat penting dalam dunia usaha adalah modal usaha dan lamanya waktu operasi dalam hal ini adalah dana yang dibutuhkan dalam mendirikan sebuah usaha dan adanya hubungan langsung antara jam kerja dengan tingkat penjualan. Pengalaman berusaha juga sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan pedagang pasar, karena lamanya

seseorang dalam menekuni bidang usaha atau bisnis akan mempengaruhi kemampuan profesinya.

Pasar tradisional sudah mempunyai kelebihan dibandingkan pasar modern, misalnya harga-harga yang lebih murah dan ketersediaan barang-barang yang belum tentu ada di pasar modern (Rina Indiasuti dkk; 2007). Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di seluruh wilayah Indonesia, di Nusa Tenggara Barat (NTB) Pasar Tradisional yang terbesar adalah Pasar Tradisional Mandalika yang berlokasi di Kota Mataram yang didirikan pada tahun 1976. Namun demikian, kemunculan pasar-pasar modern seperti mall, supermarket, dan sebagainya di Kota Mataram telah memicu persaingan antara pasar modern tersebut dengan pasar tradisional seperti Mandalika. Berbagai komoditas hasil pertanian dari Pulau Lombok dan Pulau Sumbawa diperdagangkan di pasar ini. Para pedagangnya juga tidak hanya dari Kota Mataram, tapi juga berasal dari seluruh kabupaten/kota di NTB, pasar tradisional Mandalika memiliki luas sekitar 17.871 meter persegi dengan jumlah pedagang sebanyak 1.756 dan jumlah toko sebanyak 97 unit.

Pasar Tradisional Mandalika dimanfaatkan oleh kalangan pedagang untuk memasarkan berbagai hasil pertanian dan perkebunan dari sepuluh kabupaten/kota di NTB, bahkan dari Pulau Bali dan Jawa. Selain hasil pertanian, hasil perikanan seperti ikan asin yang didatangkan dari Sulawesi, serta berbagai jenis kebutuhan pokok. Diperkirakan total transaksi perdagangan di pasar tradisional ini mencapai sekitar Rp1,3 miliar per hari.

Tujuan

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka artikel ini bertujuan untuk mengetahui empat hal, yaitu : (1) Untuk mengetahui pengaruh jumlah tenaga terhadap tingkat penjualan

pedagang tradisional di pasar Mandalika, (2) Untuk mengetahui pengaruh jam kerja terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika, (3) Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika, (4) Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di pasar Mandalika.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Teoritis

1. Definisi pendapatan

Pendapatan (*income*) secara teori ekonomi adalah hasil berupa uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi (Winardi, 2012). Dengan kata lain pendapatan dapat juga diuraikan sebagai keseluruhan penerimaan yang diterima pekerja, buruh atau rumah tangga, baik berupa fisik maupun non fisik selama ia melakukan pekerjaan pada suatu perusahaan instansi atau pendapatan selama ia bekerja atau berusaha. Tingkat penjualan dalam penelitian ini adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan barang dagangan.

2. Definisi Tenaga Kerja

Menurut UU Pokok Ketenagakerjaan No. 14 tahun 1969, yang dimaksud tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu hubungan kerja guna menghasilkan jasa atau barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berkaitan dengan itu maka jumlah tenaga kerja dapat meningkatkan jumlah pendapatan pedagang pasar karena dengan tambahan jumlah tenaga kerja

akan memungkinkan adanya pelayanan yang lebih baik kepada konsumen, baik dalam arti kualitas maupun kuantitas layanan. Dari segi jumlahnya semakin banyak tenaga kerja yang digunakan dalam proses kegiatan tersebut (Suparmoko, 2000). Tenaga kerja dalam penelitian ini banyaknya jumlah tenaga kerja dalam melayani konsumen atau pelanggan.

3. Definisi Jam Kerja

Analisis jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya ia dapatkan. Waktu kerja dalam UU No. 25 Tahun 1997 tentang Ketenagakerjaan adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan pada siang hari dan/atau malam hari, siang hari adalah waktu antara pukul 06.00 sampai pukul 18.00, malam hari adalah waktu antara pukul 18.00 sampai dengan pukul 06.00, seminggu adalah waktu selama 7 hari (pasal 1 ayat 22). Dalam UU No. 25 Tahun 1997 waktu kerja siang hari 7 jam/hari, 6 hari kerja dalam seminggu (pasal 100 (2) poin a.1), atau 8 jam/hari, dengan 5 hari kerja/minggu (pasal 100 (2) poin a.2), sedangkan untuk jam kerja malam hari 6 jam/hari dengan 6 hari kerja (pasal 100 poin b.1) atau 7 jam/hari untuk 5 hari kerja (pasal 100 (2) poin b.2).

Hasil penelitian Jafar dan Tjiptoroso (2012) membuktikan adanya hubungan langsung antara jam kerja dengan tingkat penjualan. Setiap penambahan waktu operasional akan makin membuka peluang bagi bertambahnya omzet penjualan dan jumlah pendapatan. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan jam kerja bagi pedagang pasar tradisional adalah lamanya waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha di mulai sejak usaha tersebut buka sampai usaha jualannya tutup, tiap harinya.

4. Definisi Modal

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang bersama dengan faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Modal atau biaya adalah faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar (Tambunan, 2002). Modal dalam penelitian ini adalah modal yang dikeluarkan untuk penyediaan barang dagangan.

5. Lama Usaha

Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat penjualan, lamanya seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan/keahliannya). Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Keterampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil di jaring (Wicaksono, 2011). Lama usaha dalam penelitian ini adalah lamanya pedagang pasar berkarya pada usaha perdagangan yang telah dijalani.

Hipotesis

1. Jumlah tenaga kerja

H1 : Jumlah tenaga kerja diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan pedagang pasar tradisional di pasar Mandalika.

2. Jam kerja

H2 : Jumlah jam kerja diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan pedagang pasar tradisional di pasar Mandalika.

3. Modal

H3 : Jumlah modal usaha diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan pedagang pasar tradisional di pasar Mandalika.

4. Lama usaha

H4 : Lama usaha diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan pedagang pasar tradisional di pasar Mandalika.

III. METODE PENELITIAN

Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang bekerja pada sektor perdagangan di pasar tradisional Mandalika Kota Mataram. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) karena penelitian ini langsung dilakukan di lokasi penelitian untuk menemukan realitas sebenarnya yang terjadi terhadap suatu masalah tertentu. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para pedagang yang berada di Pasar Mandalika Kota Mataram. Adapun metode yang digunakan dalam analisis data adalah: (1) Analisis Validitas dan Realibilitas untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuesioner sudah valid dan reliabel, (2) Analisis Uji Asumsi Klasik pada regresi linier, uji individual t, uji keseluruhan f dan uji koefisien determinasi R Square. Untuk mengetahui apakah terdapat penyakit dalam data, hubungan antara variabel dependen dan independen serta untuk mengetahui berapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Definisi operasional variabel

1. Tingkat Penjualan

Tingkat penjualan merupakan hasil yang diterima dari jumlah seluruh penerimaan selama satu bulan setelah dikurangi biaya total. Tingkat penjualan menunjukkan pendapatan pedagang dari hasil penjualan barang dagangan (tingkat penjualan) yang dinyatakan dengan satuan rupiah per bulan.

2. Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja sebagai salah satu faktor produksi mempunyai pengaruh dalam peningkatan produksi. Tenaga kerja dalam penelitian ini bannyaknya jumlah tenaga kerja dalam melayani konsumen atau pelanggan dalam 1 unit usaha.

3. Jam Kerja

Jam kerja merupakan lamanya waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha, di mulai sejak buka sampai usaha jualan pedagang tradisional tersebut tutup. Jam kerja dihitung dalam satuan jam setiap harinya.

4. Modal Usaha

Modal usaha yang digunakan pedagang pasar adalah jumlah uang yang digunakan untuk mengusahakan pengadaan barang dagangan. Jumlah modal usaha yang digunakan dapat dicari dari rata-rata jumlah modal usaha untuk pengadaan barang dagangan yang digunakan pedagang pasar dinyatakan dalam rupiah, selama satu bulan.

5. Lama Usaha

Lama usaha adalah lamanya pedagang pasar berkarya pada usaha perdagangan pasar yang telah dijalani saat ini dinyatakan dalam satuan tahun.

IV. PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Hasil Uji Validitas

Variabel	Corrected Item-total Correlation	R tabel	Keterangan
Jumlah tenaga kerja	0,745	0,444	Valid
Jam kerja pedagang	0,745	0,444	Valid
Modal	0,774	0,444	Valid
Lama usaha	0,847	0,444	Valid
Tingkat penjualan	0,794	0,444	Valid

Berdasarkan diatas menunjukkan bahwa semua variabel (jumlah tenaga kerja, jam kerja pedagang, modal, lama usaha, dan tingkat penjualan) mempunyai nilai *corrected item- total correlation* > dari pada nilai r tabel yaitu sebesar 0,444

Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Keterangan
0,913	Reliabel

Berdasarkan table diatas menunjukkan variabel jumlah tenaga kerja, jam kerja pedagang, modal, lama usaha dan tingkat penjualan memiliki nilai *cronbach's alpha based on standardiezed items* lebih dari 0,444 sehingga instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah reliabel atau reliabilitas pertanyaan sangat baik.

Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,110	Normal

Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan *one-sample kolmogrov-smirnov test* menunjukkan bahwa semua variabel berdistribusi normal. Nilai profitabilitas yang didapat sebesar 0,110 lebih besar dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi uji normalitas

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji multikoliniearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Jumlah Tenaga Kerja	0,519	1,927	Bebas Multikoliniearitas
Jamk Kerja	0,894	1,118	Bebas Multikoliniearitas
Modal	0,646	1,548	Bebas Multikoliniearitas
Lama Usaha	0,830	1,205	Bebas Multikoliniearitas

Berdasarkan dari tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel jumlah tenaga kerja (X1), jam kerja pedagang (X2), modal (X3) dan lama usaha (X4) memiliki nilai torelance lebih besar dari nilai batas yang ditentukan sebesar 0,10. Sedangkan untuk nilai VIF menunjukan

angka dibawah 10, sehingga keempat variabel jumlah tenaga kerja (X1), jam kerja pedagang (X2), modal (X3) dan lama usaha (X4) tidak terkena penyakit multikolinearitas karena telah memenuhi persyaratan ambang toleransi dan nilai VIF

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Jumlah Tenaga Kerja	0,065	Bebas Heteroskedastisitas
Jam Kerja	0,741	Bebas Heteroskedastisitas
Modal	0,918	Bebas Heteroskedastisitas
Lama Usaha	0,793	Bebas Heteroskedastisitas

Berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan *uji glejser* menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel jumlah tenaga kerja (X1) sebesar 0,065 lebih dari 0,05 artinya variabel jumlah tenaga kerja tidak mengalami heteroskedastisitas. Nilai signifikansi dari variabel jam kerja pedagang sebesar 0,742 lebih dari 0,05 artinya variabel jam kerja pedagang tidak mengalami heteroskedastisitas. Nilai signifikansi dari variabel modal sebesar 0,918 lebih dari 0,05 artinya variabel modal tidak mengalami heteroskedastisitas sedangkan untuk variabel lama usaha nilai signifikansinya sebesar 0,793 lebih besar dari 0,05 artinya variabel lama usaha tidak mengalami heteroskedastisitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh homogen atau tidak terkena penyakit heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficient		Unstandardized Coefficient	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-148477	3879120		-0,038	0,970
Jumlah Tenaga Kerja	-882343	785786,5	-0,010	-1,123	0,264
Jam Kerja	-277103	471011,7	-0,004	-0,588	0,558
Modal	1239	0,01	1,002	126,981	0,000
Lama Usaha	140856,1	67106,742	0,015	2,099	0,039

Hasil analisis regresi berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = -882343$, $X_2 = -227103$, $X_3 = 1239$, $X_4 = 140856,1$ dengan konstanta sebesar -148377 , sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = -148377 - 882343 X_1 - 227103 X_2 + 1239 X_3 + 140856,1 X_4$$

Model regresi tersebut mengandung arti :

- Nilai konstanta (Y) sebesar -148377 yang berarti bahwa jika jumlah tenaga kerja, jumlah jam kerja pedagang, modal dan lama usaha sama dengan nol maka tingkat penjualan akan meningkat sebesar 148377 .
- Koefisien regresi X_1 (jumlah tenaga kerja) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien (b_1) = -882343 , hal ini berarti setiap ada penambahan jumlah tenaga kerja (X_1) sebesar 1% maka tingkat penjualan (Y) akan menurun sebesar 882343% dengan anggapan variabel jumlah jam kerja pedagang, modal, dan lama usaha adalah konstan.
- Koefisien regresi X_2 (jumlah jam kerja pedagang) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien (b_2) = -227103 , hal ini berarti setiap ada penambahan jumlah

- jam kerja pedagang (X2) sebesar 1% maka tingkat penjualan (Y) akan menurun sebesar 227103% dengan anggapan variabel jumlah tenaga kerja, modal dan lama usaha adalah konstan
- d. Koefisien regresi X3 (modal) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien (b3) = 1239, hal ini berarti setiap penambahan jumlah modal (X3) sebesar 1% maka tingkat penjualan (Y) akan meningkat sebesar 1239% dengan anggapan variabel jumlah tenaga kerja, jumlah jam kerja pedagang, dan lama usaha dianggap konstan.
- e. Koefisien regresi X4 (lama usaha) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien (b4) = 140856,1, hal ini berarti setiap ada peningkatan lama usaha sebesar 1% maka tingkat penjualan (Y) akan meningkat sebesar 140856,1% dengan anggapan variabel jumlah tenaga kerja, jumlah jam kerja, modal dan lama usaha adalah konstan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,998	0,996	0,996	5909338,25

Dari hasil perhitungan statistik dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,996, hal itu berarti bahwa variasi perubahan Y dipengaruhi oleh perubahan X1, X2, X3 dan X4 sebesar 99,6%, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel yang ada diluar model ini sebesar 0,4%.

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	8,60E+17	4	2,16e+17	6187,669	0,000
Residual	3,10E+15	90	3,49e+13		
Total	8,70E+17	94			

Hasil pengujian pada tabel di atas, uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F_{tabel} didapat dari $df_1 = 4$ dan $df_2 = 90$ dengan $\alpha = 0,05$ artinya kita mengambil risiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebanyak-banyaknya 5%. Tabel 4.14 menunjukkan bahwa diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6187,669 dikarenakan nilai F_{hitung} (6187,669) $> F_{tabel}$ (2,47) atau besarnya probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dalam penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari jumlah tenaga kerja, jumlah jam kerja, modal dan lama usaha sebagai variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap tingkat penjualan pedagang sebagai variabel terikat.

Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Variabel	Koefisien
Konstanta	-148477 (-3879120)
Jumlah Tenaga Kerja	-882343 (-785786,5)
Jam Kerja	-277103 (-471011,7)
Modal	1239*** (-0,01)
Lama Usaha	140856,1** (-67106,742)

Variabel dependen : Tingkat penjualan pedagang

Keterangan : Tanda () menunjukkan standard error; * Signifikan pada $\alpha = 10\%$; ** Signifikan pada $\alpha = 5\%$; *** Signifikan pada $\alpha = 1\%$;

1) Pengujian Hipotesis 1 (H1) dengan uji t atau uji parsial

Dalam tabel 5.19 menunjukkan bahwa koefisien korelasi secara parsial untuk variabel jumlah tenaga kerja -882343. Uji signifikansi koefisien korelasi untuk hasil t hitung sebesar -1,123 dengan probabilitas sebesar 0,264. Nilai probabilitas lebih besar dari pada 0,05 ($0,264 > 0,05$) maka dengan demikian H_a ditolak dan H_0 diterima maka menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut tidak signifikan. Sehingga hipotesis 1 (H1) yang diuji dalam penelitian ini

yaitu "jumlah tenaga kerja berpengaruh terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram" **ditolak**.

2) Hipotesis 2 (H2) dengan uji t atau uji parsial

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan dengan yang dilakukan dengan menggunakan komputer program *SPSS versi 16.00* seperti yang terangkum dalam tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien korelasi secara parsial untuk variabel jam dagang sebesar -227103. Uji signifikansi koefisien korelasi untuk hasil t hitung sebesar -0,588 dengan probabilitas sebesar 0,558. Nilai probabilitas lebih besar dari pada 0,05 ($0,558 > 0,05$) maka dengan demikian H_a ditolak menerima H_o maka menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut tidak signifikan. Sehingga hipotesis 2 (H2) yang diuji dalam penelitian ini yaitu "jumlah jam kerja pedagang berpengaruh terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram" **ditolak**.

3) Hipotesis 3 (H3) dengan uji t atau uji parsial.

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien korelasi secara parsial untuk variabel modal sebesar 1239. Uji signifikansi koefisien korelasi untuk hasil t hitung sebesar 126981 dengan probabilitas sebesar 0,000. Nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dengan demikian H_o ditolak dan H_a diterima maka menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan. Sehingga hipotesis 3 (H3) yang diuji dalam penelitian ini yaitu "modal berpengaruh terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram" **diterima**.

4) Hipotesis 4 (H4) dengan uji t atau uji parsial.

Tabel diatas menunjukkan bahwa bahwa koefisien korelasi secara parsial untuk variabel lama usaha sebesar 140856,1. Uji signifikansi koefisien korelasi untuk hasil t hitung sebesar

2,099 dengan probabilitas sebesar 0,039. Nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 ($0,039 < 0,05$) maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima maka menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan. Sehingga hipotesis 3 (H_3) yang diuji dalam penelitian ini yaitu "lama usaha berpengaruh terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram" **diterima**.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Jumlah tenaga kerja, jam kerja, modal dan lama usaha secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram.
2. Modal dan lama usaha secara parsial berpengaruh terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram sedangkan jumlah tenaga kerja dan jam kerja secara parsial tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram.
3. Dari keempat variabel bebas, variabel modal usaha merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi tingkat penjualan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram. Modal yang relatif besar akan memungkinkan suatu unit penjualan menambah jumlah dan variasi komoditas dagangannya. Dengan cara ini berarti akan semakin memungkinkan diraihinya tingkat penjualan yang lebih besar

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan pada pedagang Pasar Mandalika Kota Mataram maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Berkaitan dengan modal usaha yang dilakukan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram diperlukan pengaturan manajemen modal, karena modal pedagang sebagian besar bersumber dari modal sendiri sehingga adanya pemisahan pendapatan dari berdagang dengan pendapatan keluarga sehingga usaha tersebut berkelanjutan. Untuk mengatasi permasalahan modal usaha diperlukan peran serta dari masyarakat, pemerintah dan pihak ketiga dalam hal ini Bank dan lembaga pembiayaan mikro lainnya untuk memberikan bantuan modal usaha dengan kredit lunak dan tanpa agunan kepada para pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram.
2. Berkaitan dengan lama usaha yang dilakukan pedagang tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram diperlukan suatu pelatihan kepada para pedagang tentang pelayanan prima, sehingga konsumen akan tetap menjadi puas dan tidak berpaling ke pasar modern. Selain itu melalui pelatihan diharapkan dapat memperbanyak relasi bisnis untuk mengembangkan jaringan bisnis pasar tradisional di Pasar Mandalika Kota Mataram.
3. Penelitian ini akan lebih baik, dan akurat jika pengambilan sampel dilakukan lebih baik lagi, baik dari sisi jumlah responden yang akan diteliti, maupun metode pengambilan sampel.
4. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk menggunakan metode yang berbeda sebagai bahan perbandingan hasil sehingga dapat diperoleh variasi informasi.
5. Perlu dikajinya faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan pedagang antara lain produk, harga dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, J. (1987), Batas Minimum Kredit Untuk Pedagang Kecil, *Prisma*, No. 7 Th. XVI, h. 49-81.
- Anonim, 1998. *Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 1998 tentang Definisi Pedagang*
- Anonim, 2003. *Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1969 tentang Ketenagakerjaan*
- Anonim, 2003. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*.
- Anonim, 2007. *Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1997 tentang Ketenagakerjaan*
- Asakdiyah dan Sulistyani. 2004. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, Vol.15 No.1, April 2004. Yogyakarta. STIE YKPN Yogyakarta.
- Asmie, P. 2008. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta. (Tesis). Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.
- Badan Pusat Statistik Provinsi NTB, 2012. BPS Provinsi NTB.
- Chandler, G. (1995), Wanita Pedagang di Pasar Desa di Jawa, *Prisma*, No. 10 Th. XIV. H. 50-58.
- Chariri dan Ghozali. 2003. Dalam tulisan Peranan Fungsi Procurement SDM dalam Meningkatkan Laba. (<http://www.wattpad.com/34995249-peranan-fungsi-procurement-sdm-dlm> di akses pada Agustus 2015)
- D'Aveni, R.A. dan R. Gunther (1994), *Hypercompetition : Managing the Dynamics of Strategic Manuvering*, New York : The Free Press.
- Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan, 2014. *Laporan Jumlah Pedagang dan Omzet Penjualan Tahun 2014*.
- Firdausa dan Arianti, 2013. Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintaro Demak, Diponegoro *Journal of Economics*. Volume 2, Nomor 1, Tahun 2013. Halaman 1-6
- Firdausa, R. 2012. *Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis

- Universitas Diponegoro, (Online), (<http://eprints.undip.ac.id/38731/1/FIRDAUSA.pdf>, diakses 13 Juni 2015).
- Ghozali, Imam., M.Com., Ak., 2012. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- Gujarati, Damodar. (1995), *Ekonometrika Dasar*, a.b. Sumarno Zain, Jakarta : Erlangga. Harahap.2005.ChapterII
- Gujarati, Damodar. 2009. *Ekonometrika Dasar*. Buku I edisi 5, Salemba Empat, Jakarta.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Basic Econometric*. Mc-Grawhill. New York
<http://www.seputar-indonesia.com/edisicetak>
- Hasan. 2004. Dalam penelitian Kurnia Anggraeni. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tenaga Kerja Wanita pada Sektor Perdagangan di Kota Parepare. Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
- Hidayat (1978) Peranan dan Profil serta Prospek Perdagangan Eceran, *Prisma*,No. 4, Desember, h. 415-445.
- Jafar. 1994. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta. Dalam penelitian Salamatus Asakdiyah dan Tina Sulistiyani. 2004. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, (Online), Vol. 15 No.1.
- Kasmir, 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta : Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Mudradjad, Kuncoro. 2008. *Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional*. Jakarta. Penerbit PT. Rai Grafindo Persada.
- Simanjuntak, Tuti. 2007. *Analisis Curahan Tenaga Kerja dan Pendapatan Petani Dafep pada Usahatani Padi Sawah*. Pertanian Universitas Sumatera Utara, (Online),(<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/7428/1/09E00213.pdf> di akses pada 13 desember 2015).
- Sinungan, J.A. (1987), Kelemahan dan Kekuatan Retail Business, *Prisma*, No. 7. Th. XVI, Juli, h. 19-22.
- Sugiyono. 2006. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Enam Belas. CV Alfabeta.
- Sukadi dkk., 2013. Pengembangan Potensi Pariwisata Spiritual Berbasis Masyarakat Lokal Di Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* Vol.2,No.1, April 2013. Universitas Pendidikan Ganesha.

- Sukirno, Sadono. 2000. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Jakarta : PT. Rai Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Makro Ekonomi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suparmoko, 1990. *Pengantar Ekonomi Mikro*, Edisi Pertama BPFE Yogyakarta.
- Tambunan, T. The Role of Small Firms in Indonesia. *Small Business Economics* (Springer) 4, no. 1 (March 1992): 59-77.
- Tambunan, Tulus TH. 2009. *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia. Ciawi-Bogor.
- Tambunan, Tulus TH. DR, 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, Penerbit Salemba Empat Tahun 2002, hal 61.
- Todaro, Michael P., 2000, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga Edisi Ketujuh, terjemahan*, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Todaro, Michael P., 2006, *Pembangunan Ekonomi jilid satu, Edisi Kesembilan terjemahan*, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Wahyudi dan Oktariana. 2007. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Dinamika*, Vol.16 No.1, 2007. Semarang. Unnes Semarang.
- Winardi, 2006, *Ekonomi Internasional*, Erlangga, Jakarta.