

Upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya di Pasar Tradisional Sabtu

Annisa Nabila Zachra*, Anggia Ramadhan

Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: ramadhan.anggia@yahoo.com)

Abstract

The traditional Saturday market in Buntu Bedimbar Village is one of the centers of economic activity for the village community. However, fierce competition among traders and limited capital have led to income inequality. Traders are required to implement appropriate strategies to increase their income, including through competitive pricing, improving product quality, and extending working hours. This situation highlights the need for research to understand the extent to which these efforts affect traders' income. This study employs a quantitative approach using a questionnaire distributed to 96 vendors at the Saturday Traditional Market. Data were analysed using multiple linear regression to examine the impact of competitive pricing, product quality, and working hours on vendor income. The results of the study indicate that, both partially and simultaneously, the variables of competitive pricing, product quality, and working hours do not significantly affect the income of vendors at the Saturday Traditional Market. The implication is that increasing the income of traditional market traders is not sufficient only through price, quality and working hour strategies, but requires a more holistic and contextual approach.

Keywords: Competitive Price, Product Quality, Working Hours, Merchant Income, Traditional Market.

Abstrak

Pasar tradisional Sabtu di Desa Buntu Bedimbar merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat desa. Namun, persaingan antar pedagang yang ketat dan keterbatasan modal menimbulkan ketimpangan pendapatan. Pedagang dituntut untuk menerapkan strategi yang tepat guna meningkatkan pendapatan, di antaranya melalui penerapan harga kompetitif, peningkatan kualitas produk, dan penambahan jam kerja. Kondisi ini mendorong perlunya penelitian untuk memahami sejauh mana upaya-upaya tersebut memengaruhi pendapatan pedagang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 pedagang di Pasar Tradisional Sabtu. Data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji pengaruh harga kompetitif, kualitas produk, dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun secara simultan variabel harga kompetitif, kualitas produk dan jam kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Sabtu. Hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa peningkatan pendapatan pedagang pasar tradisional tidak cukup hanya melalui strategi harga, kualitas, dan jam kerja, melainkan memerlukan pendekatan yang lebih holistik dan kontekstual.

Kata Kunci: Harga Bersaing, Kualitas Produk, Jam Kerja, Pendapatan Pedagang, Pasar Tradisional.

How to cite: Zachra, A. N., & Ramadhan, A. (2025). Upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya di Pasar Tradisional Sabtu. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 5(2), 573–586. <https://doi.org/10.53088/jerps.v5i2.2057>



1. Pendahuluan

Indonesia sebagai negara berkembang terus melakukan upaya pembangunan di berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi. Salah satu tujuan utama pembangunan ekonomi adalah menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan, meningkatkan taraf hidup masyarakat, dan menciptakan pemerataan pendapatan. Ekonomi merupakan aspek penting karena dapat menunjang kemajuan suatu bangsa. Bangsa yang disebut besar merupakan bangsa yang mampu menumbuhkan dan memajukan dalam sektor ekonomi baik sektor formal maupun informal, untuk memperhatikan pemerataan pendapatan bagi warga negaranya. Salah satu sektor informal yang dominan di tiap daerah yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa yang berada di Indonesia (Hasanah et al., 2024).

Bagi sebagian masyarakat, berdagang di pasar menjadi alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam menghadapi tantangan ekonomi, pedagang di pasar ini dituntut untuk lebih inovatif dalam strategi berjualan. Menurut Menteri Perdagangan, Gita Wirjawan, pasar memiliki peran strategis yang sangat penting dalam perekonomian, seperti mendorong pembangunan ekonomi, mendukung usaha kecil dan menengah (UKM). Oleh karena itu, penting bagi pedagang untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dalam menghadapi dinamika pasar. Dalam konteks pemasaran, pemahaman terhadap langkah-langkah yang dilakukan untuk memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen menjadi salah satu kunci utama dalam mencapai tujuan usaha (Mardotillah, 2021).

Untuk mencapai keuntungan atau pendapatan yang diinginkan dalam dunia perdagangan, maka perlu melakukan strategi dalam praktek dagang seperti penetapan harga saing yang tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah, kualitas produk dengan nilai, manfaat serta memastikan kepuasan konsumen dan jam kerja yang baik. Menurut penelitian Zahara et al. (2025) menjelaskan bahwa harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk dengan kualitas baik, sehingga sangat menentukan peningkatan pendapatan dalam berdagang. Dalam penelitian Farhansyah (2024) juga menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap pendapatan, dengan alasan bahwa kualitas produk yang baik dapat memenuhi keinginan para konsumen sehingga konsumen membeli produk yang dijual dan meningkatkan pendapatan. Pedagang juga perlu memperhatikan jam kerjanya. Para pedagang memiliki jam kerja yang berbeda-beda dalam menjalankan usaha dagangnya. Mereka harus bijak dalam mengalokasikan waktu atau jam kerjanya dimana pedagang yang menggunakan banyak curahan waktu baik dalam melakukan persiapan penjualan, pengolahan bahan baku, penjualan dan pemeliharaan serta hal-hal lain akan dapat meningkatkan pendapatan (Siahaan & HS, 2024).

Di pasar tradisional Sabtu, persaingan antar pedagang semakin ketat karena banyaknya jumlah pedagang yang menawarkan produk serupa. Dalam menghadapi tantangan tersebut, pedagang perlu menerapkan strategi efektif untuk minat beli

konsumen seperti menetapkan harga yang kompetitif, meningkatkan kualitas produk, serta menambah jam kerja. Namun, tidak semua pedagang mampu menerapkan strategi tersebut secara optimal, sehingga masih terdapat pedagang yang kesulitan meningkatkan pendapatannya karena kurangnya pemahaman mengenai strategi bisnis yang efektif atau keterbatasan modal. Demikian pula, pasar tradisional berfungsi sebagai sarana utama dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari, dan dengan adanya pasar tradisional ini dapat meningkatkan kehidupan ekonomi para pedagang yang ada di pasar Sabtu di desa Buntu Bedimbar (Andi, 2021). Dalam sistem ekonomi modern, harga memegang peranan penting, mengingat baik produsen maupun konsumen membuat keputusan berdasarkan pertimbangan rasional terhadap perbandingan harga yang tersedia di pasar.

Peneliti mengidentifikasi beberapa masalah yang terdapat di Pasar Sabtu yaitu, dalam upaya peningkatan pendapatan, pedagang menerapkan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen seperti kualitas Produk. Dan perubahan harga bahan pokok turut serta dalam masalah yang diteliti seperti harga bahan pokok cabai, bawang merah, dan telur yang mengalami fluktuasi yang signifikan seperti pada awal tahun 2025, kenaikan harga tersebut berdampak pada daya beli masyarakat sehingga menurunkan permintaan konsumen yang pada akhirnya berpengaruh pada pendapatan pedagang. Dari identifikasi tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis harga kompetitif, kualitas produk dan jam kerja berpengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Sabtu. Dengan demikian peneliti tertarik untuk meneliti Upaya apa saja yang dilakukan pedagang di pasar sabtu Desa Buntu Bedimbar dengan kondisi harga yang mengalami kenaikan, pasar yang hanya buka di hari sabtu saja, bagaimana cara pedagang menghadapi hal tersebut.

2. Tinjauan Pustaka

Pasar

Menurut A. McEachern, Pasar merupakan sarana yang memungkinkan individu untuk melakukan interaksi dalam rangka membeli dan menjual barang atau jasa tertentu, pasar berperan dalam mengurangi biaya transaksi, seperti waktu dan informasi yang diperlukan selama proses pertukaran berlangsung (Rohmah, 2018). Sedangkan Menurut Case and Fire Pasar adalah tempat di mana pembeli dan penjual bertemu secara langsung untuk melakukan pertukaran barang atau jasa (Rohmah, 2018). Interaksi antara pembeli dan penjual di pasar dapat berlangsung dalam berbagai bentuk, mulai dari yang sederhana hingga yang kompleks.

Pendapatan

Menurut Case dan Fair, pendapatan yaitu total penerimaan yang diperoleh suatu rumah tangga dalam periode waktu tertentu, yang mencakup upah, gaji, laba usaha, bunga, sewa, serta berbagai bentuk penghasilan lainnya (Andi, 2021). Sedangkan menurut Theodurus M. Tuanakotta, pendapatan dapat didefinisikan sebagai hasil atau pemasukan yang diperoleh suatu perusahaan dari kegiatan usahanya (Andi, 2021). pendapatan merupakan akumulasi penghasilan yang diterima oleh individu atau

anggota masyarakat dalam kurun waktu tertentu, sebagai kompensasi atas kontribusi yang diberikan melalui faktor-faktor produksi yang mereka miliki.

Harga

Menurut Almaftuhi (2019) harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap keuntungan pedagang. Penetapan harga memiliki pengaruh langsung terhadap pendapatan total maupun biaya total yang harus ditanggung oleh pelaku usaha. Oleh sebab itu, pengambilan keputusan dan strategi dalam menentukan harga menjadi aspek yang sangat penting bagi setiap pelaku usaha. Tingkat harga yang dipilih akan berdampak pada jumlah produk yang dapat terjual di pasar.

Secara teoritis harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan unsur biasa saja (Huninhatu et al., 2023). Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan (Tjiptono, 2023) mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang dan jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya, (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Hasil ini juga sejalan dengan penelitian (Baga et al., 2024; Jumriani, 2019), bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Kualitas Produk

Kualitas produk berkaitan dengan kemampuan fungsi dari suatu produk yang menghasilkan manfaat bagi penggunanya. Umumnya kualitas produk merujuk pada kekuatan produk (kehandalan), kemudahan (melahirkan efektivitas), perbaikan (maksudnya produk dapat diperbaharui sehingga mereduksi beban biaya), dan nilai-nilai lainnya yang memberikan manfaat. Kualitas tidak hanya soal nilai dan manfaat yang melekat pada suatu produk atau jasa yang dijual, namun bagaimana persepsi konsumen atau pelanggan atas penggunaan/pemakaian dari suatu jasa atau produk tertentu yang memberikan nilai atau manfaat (Saputra, 2021).

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Semakin bagus kualitas produk maka pendapatan pelaku UMKM akan meningkat. Hal ini disebabkan karena dengan kualitas yang baik dan terjamin, konsumen akan mau membayar mahal untuk suatu produk (Wirawan et al., 2015). Menurut Suyanti (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap pendapatan. Hal ini disebabkan karena kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen baik dan sesuai kebutuhannya akan membuat konsumen akan merasa puas sehingga pendapatan suatu instansi pula akan meningkat. Hal ini sejalan dengan riset sebelumnya, yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai

pengaruh signifikan dan positif kepada pendapatan (Setyaningrum et al., 2022; Umma, 2022).

Jam Kerja

Menurut Wazi (2023), Jam Kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan siang hari dan/atau malam hari. Dalam Teori *labor leisure choice*, jam kerja merupakan pilihan dari individu untuk menggunakan waktunya bekerja atau tidak bekerja (*leisure*) (Wazi, 2023). Setiap jam kerja yang digunakan untuk *leisure* akan mengurangi waktu untuk bekerja dan sebaliknya. Setiap individu memiliki preferensi yang berbeda dalam menentukan pilihan alokasi jumlah waktu yang dimiliki untuk bekerja dan waktu senggangnya.

Menurut hasil penelitian Khoirudin dan Setiaji (2019) menjelaskan bahwa jam kerja berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Seseorang berpendapatan tinggi bekerja dengan prediksi dua jam lebih sedikit daripada pekerja berpenghasilan rendah, *ceteris paribus*. Semakin bertambahnya jam kerja maka semakin tinggi pula kesempatan untuk seseorang meningkatkan pendapatannya. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya bahwa jam kerja pedagang memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang, dengan asumsi setiap waktu berdagang pedagang yang bertambah akan menambah peluang bertambahnya tingkat pendapatan (Wahyono, 2017; Wiranata & Dewi, 2018). Hal yang sama juga dinyatakan oleh Anjali dan Susantun (2023); Pande dan Dewi (2020) bahwa jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi pernyataan mengenai masalah yang sedang diteliti, yaitu Pendapatan pedagang, harga, kualitas produk dan variasi produk. Lokasi penelitian berada di Pasar Tradisional Sabtu, Desa Buntu Bedimbar, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang berjualan di Pasar Tradisional Sabtu dan sampel yang diambil sebanyak 96 pedagang.

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu Regresi Linier Berganda yang didukung oleh pengujian lain seperti Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis. Adapun model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana Y Adalah pendapatan pedagang, X1 adalah harga kompetitif, X2 adalah kualitas produk, dan X3 adalah jam kerja. Nilai α merupakan konstanta, sedangkan β_1 - β_3 menunjukkan besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap pendapatan. Adapun e merepresentasikan variabel lain di luar model yang turut memengaruhi pendapatan.

Penelitian ini menggunakan definisi operasional dan pengukuran pada variabel yang dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Skala |
|-----------------------------|--|---------|
| Harga Kompetitif (X_1) | Harga kompetitif adalah strategi penetapan harga di mana sebuah produk yang dijual dengan mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh pesaing di pasar. | Linkert |
| Kualitas Produk (X_2) | Kualitas produk adalah salah satu faktor utama penentu keputusan pembelian. Penjual harus mampu menyediakan produk yang berkualitas dan dapat memenuhi harapan konsumen. | Linkert |
| Jam Kerja (X_3) | Jam Kerja adalah jumlah waktu yang digunakan pedagang untuk menjalankan aktivitas berdagang di pasar dalam satu hari untuk meningkatkan pendapatannya. | Linkert |
| Pendapatan Pedagang (Y) | Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil penjualan barang dagangan atau jasa. | Linkert |

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Penelitian

Gambaran Umum Pasar Tradisional Sabtu di Desa Buntu Bedimbar

Pasar tradisional Sabtu di Desa Buntu Bedimbar merupakan salah satu elemen penting dalam struktur sosial dan ekonomi masyarakat desa. Setiap hari Sabtu, pasar ini menjadi pusat keramaian yang menarik perhatian tidak hanya penduduk desa, tetapi juga masyarakat dari desa-desa sekitar. Pasar ini beroperasi di area terbuka yang biasanya dipenuhi dengan tenda-tenda dan lapak-lapak pedagang yang menjajakan berbagai macam barang.

Di Pasar Tradisional Sabtu, pengunjung dapat menemukan beragam produk yang mencerminkan kekayaan sumber daya alam dan budaya lokal. Pedagang menjual sayuran segar seperti cabai, tomat dan sayuran hijau lainnya yang dihasilkan dari kebun lokal. Buah-buahan seperti pisang, manga dan jeruk juga menjadi komoditas yang banyak dicari. Selain sayuran dan buah, pasar ini juga menawarkan beras, jagung, dan hasil pertanian lainnya yang dihasilkan oleh petani setempat. Produk-produk ini sering kali lebih segar dan berkualitas dibandingkan dengan yang dijual di pasar modern. Banyak pengrajin lokal yang memanfaatkan pasar ini untuk menjual produk kerajinan tangan, seperti anyaman, perhiasan, dan barang-barang seni lainnya. Ini tidak hanya memberikan pendapatan bagi pengrajin, tetapi juga melestarikan budaya dan tradisi lokal. Pasar ini juga menjadi tempat yang ideal untuk menikmati berbagai makanan tradisional. Pedagang makanan menjajakan berbagai hidangan khas daerah seperti nasi goreng, sate dan jajanan pasar yang menggugah selera.

Atmosfer di pasar tradisional Sabtu sangat hidup dan dinamis. Suara tawar-menawar antara pedagang dan pembeli, aroma makanan yang menggoda serta keramaian orang-orang yang berinteraksi menciptakan suasana yang khas. Pasar ini

bukan hanya sekedar tempat untuk berbelanja, tetapi juga menjadi ruang sosial di mana masyarakat berkumpul, berbincang, dan berbagi informasi. Interaksi sosial di pasar ini sangat penting. Banyak orang yang datang tidak hanya untuk membeli barang, tetapi juga untuk bertemu dengan teman, keluarga, dan tetangga. Ini menciptakan rasa kebersamaan dan solidaritas di antara warga desa. Selain itu, pasar juga menjadi tempat di mana informasi mengenai kegiatan desa, acara, dan isu-isu lokal dapat disebarluaskan.

Meskipun pasar tradisional memiliki banyak keunggulan namun tidak lepas dari tantangan. Pertama, persaingan yang semakin ketat dengan pasar modern membuat banyak pedagang pasar tradisional kesulitan untuk mempertahankan pelanggan mereka (Edwards et al., 2020). Kedua, pola belanja masyarakat yang semakin berubah membuat konsumen lebih memilih berbelanja di pasar modern yang lebih mudah dan nyaman. Ketiga, kondisi pasar yang kurang teratur dan kurang bersih juga dapat menjadi kendala bagi pedagang pasar tradisional untuk menjalankan bisnisnya dengan optimal (Effendi et al., 2021). Untuk tetap bersaing, pedagang perlu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan mereka. Pedagang harus memastikan bahwa produk yang mereka jual adalah yang terbaik. Ini bisa dilakukan dengan cara menjaga kebersihan, kesegaran dan kualitas barang. Memberikan pelayanan yang ramah dan responsif kepada pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pembeli (Satoto et al., 2023). Memanfaatkan media sosial dan platform online untuk mempromosikan produk mereka dapat membantu pedagang menjangkau lebih banyak pelanggan.

Pasar tradisional Sabtu di Desa Buntu Bedimbar memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal. Selain memberikan sumber pendapatan bagi pedagang, pasar ini juga menciptakan lapangan kerja bagi banyak orang, mulai dari petani, pengrajin, hingga pekerja yang membantu di lapak-lapak. Dari segi sosial pasar ini berfungsi sebagai tempat untuk memperkuat ikatan komunitas. Kegiatan di pasar sering kali diiringi dengan acara-acara budaya seperti pertunjukan seni atau festival lokal yang semakin mempererat hubungan antarwarga.

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Data

| Variabel | Item Kuesioner | r-hitung | Keterangan |
|--------------------------|----------------|----------|------------|
| Harga Kompetitif (X1) | X1.1 | 0,866 | Valid |
| | X1.2 | 0,813 | Valid |
| | X1.3 | 0,807 | Valid |
| Kualitas Produk (X2) | X2.1 | 0,881 | Valid |
| | X2.2 | 0,886 | Valid |
| | X2.3 | 0,813 | Valid |
| Jam Kerja (X3) | X3.1 | 0,809 | Valid |
| | X3.2 | 0,779 | Valid |
| | X3.3 | 0,885 | Valid |
| Pendapatan Pedagang (X1) | Y.1 | 0,804 | Valid |
| | Y.2 | 0,830 | Valid |
| | Y.3 | 0,862 | Valid |

Nilai r *Product Moment* menyatakan bahwa jika nilai Distribution Frekuensi (Df=96-2=94) dengan taraf signifikan 5% (0,05) maka nilai r -tabelnya adalah sebesar 0,200. Berdasarkan informasi Tabel 2 menunjukkan hasil uji validitas data yang diperoleh pada variabel penelitian yaitu harga kompetitif, kualitas produk, jam kerja dan pendapatan pedagang dengan masing-masing 3 (tiga) pernyataan tersebut dikatakan valid karena pernyataan tersebut memiliki nilai r -hitung $>$ r -tabel.

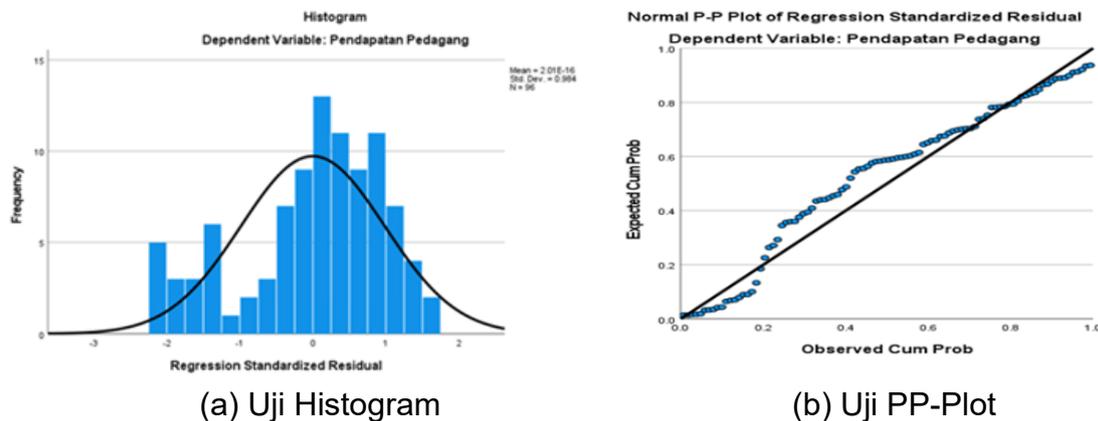
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Data

| Variabel | Cronbach's Alpha | N of Items | Keterangan |
|---------------------|------------------|------------|------------|
| Harga Kompetitif | 0,761 | 3 | Reliabel |
| Kualitas Produk | 0,814 | 3 | Reliabel |
| Jam Kerja | 0,762 | 3 | Reliabel |
| Pendapatan Pedagang | 0,777 | 3 | Reliabel |

Sumber: Data Diolah Peneliti 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas data yang diperoleh pada variabel penelitian yaitu harga kompetitif, kualitas produk, jam kerja dan pendapatan pedagang memiliki nilai memiliki nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,6 diartikan pada setiap variabel yang dipakai dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data

Hasil pengujian normalitas data diketahui bahwa data telah berdistribusi secara normal di mana gambar histogram memiliki kecembungan seimbang di tengah. Dan berdasarkan grafik dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian menunjukkan pola sebaran normal karena grafik tidak miring ke kiri atau ke kanan. Berdasarkan gambar diatas, untuk hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan grafik PP-Plot terlihat titik-titik data yang menyebar berada di sekitar garis diagonal sehingga data telah berdistribusi secara normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

| Model | Tolerance | VIF |
|------------------|-----------|-------|
| Harga Kompetitif | 0,995 | 1,005 |
| Kualitas Produk | 0,940 | 1,064 |
| Jam Kerja | 0,940 | 1,064 |

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel Harga Kompetitif (X1) sebesar $1,005 < 10$, Kualitas Produk (X2) sebesar $1,064 < 10$ dan Jam Kerja (X3) sebesar $1,064 < 10$. Serta nilai *Tolerance* Harga Kompetitif (X1) sebesar $0,995 > 0,10$, Kualitas Produk (X2) sebesar $0,940 > 0,10$ dan Jam Kerja (X3) sebesar $0,940 > 0,10$ sehingga variabel independen tersebut terbebas dari multikolinearitas.

Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Regresi Linier Berganda

| Model | Koefisien | Std. Error | Tolerance | VIF |
|------------------|-----------|------------|-----------|-------|
| (Constant) | 12,169 | 1,996 | 6,098 | 0,000 |
| Harga Kompetitif | 0,014 | 0,115 | 0,122 | 0,904 |
| Kualitas Produk | -0,039 | 0,114 | -0,341 | 0,734 |
| Jam Kerja | -0,132 | 0,110 | -1,203 | 0,232 |
| R Square | 0,020 | | | |
| F | 0,622 | | | |
| Sig. | 0,602b | | | |

Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji Simultan

Berdasarkan pada Tabel 5 terlihat bahwa nilai *R Square* sebesar 0,020. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Pendapatan Pedagang Harga Kompetitif, Kualitas Produk dan Jam Kerja mendekati nilai 0. Kondisi ini mengindikasikan bahwa 0,020 atau sebesar 2% variasi nilai Pendapatan Pedagang tidak cukup baik yang disebabkan oleh perubahan Harga Kompetitif, Kualitas Produk dan Jam Kerja yang menyumbang 2% variasi Pendapatan Pedagang yang ditentukan. Sisanya sebesar 98% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selain itu nilai F-hitung 0,622 dengan nilai Signifikansinya $0,602 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa secara bersama sama variabel Harga Kompetitif, Kualitas Produk dan Jam Kerja tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Sabtu.

Uji Hipotesis

Diketahui bahwa nilai Df sebesar 1,665 dimana jika dilihat dari Tabel 5 bahwa variabel harga kompetitif (X1) memiliki nilai t-hitung $0,122 < t\text{-tabel } 1,665$ dengan nilai signifikansinya $0,904 > 0,05$, variabel kualitas produk X2 nilai t-hitung $-0,341 < t\text{-tabel } 1,665$ dengan nilai signifikansinya $0,734 > 0,05$, dan variabel jam kerja X3 nilai t-hitung $-1,203 < t\text{-tabel } 1,665$ dengan nilai signifikansinya $0,232 > 0,05$. Hasil menunjukkan bahwa secara parsial masing-masing variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Sabtu.

4.3. Pembahasan

Harga Kompetitif dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Sabtu

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang diperoleh menunjukkan bahwa perubahan harga kompetitif tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang. Hal ini mungkin disebabkan adanya faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap pendapatan pedagang seperti, layanan pelanggan, lokasi usaha atau strategi pemasaran. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor

ini. Jika variasi dalam harga kompetitif tidak cukup besar, maka perubahan harga mungkin tidak cukup untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ini bisa terjadi jika harga produk di pasar relatif stabil atau jika konsumen tidak terlalu sensitif terhadap perubahan harga. Kondisi pasar yang lebih luas seperti persaingan yang ketat atau kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mempengaruhi pendapatan pedagang lebih dari sekadar harga. Misalnya, jika banyak pedagang menawarkan produk serupa dengan harga yang kompetitif maka harga mungkin tidak menjadi faktor penentu utama dalam menarik pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noveria dan Kusmawati (2023) menjelaskan bahwa harga kompetitif yang ditetapkan oleh pedagang ternyata tidak berpengaruh terhadap pendapatan yang akan diterima oleh pedagang. Tidak semua konsumen membeli barang berdasarkan harga, konsumen memiliki daya tarik yang berbeda-beda dalam membeli suatu barang seperti dengan melihat dari segi kualitas barang yang yang dijual. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Rahmanda dan Amanah (2021), harga tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Hal tersebut terjadi karena harga tidak menjadi penghalang ketika masyarakat ingin membeli sesuatu yang mereka butuhkan dan mereka inginkan.

Kualitas Produk dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Sabtu

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang diperoleh menunjukkan bahwa perubahan kualitas produk tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang. Hal ini mungkin disebabkan adanya faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap pendapatan pedagang seperti strategi pemasaran atau faktor eksternal seperti kondisi ekonomi. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor ini. Jika variasi dalam kualitas produk tidak cukup besar, maka perubahan kualitas mungkin tidak cukup untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ini bisa terjadi jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang relatif seragam di pasar. Kualitas produk mungkin tidak menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen mungkin lebih memperhatikan harga, merek atau faktor lain yang lebih relevan bagi mereka. Dalam beberapa kasus, konsumen mungkin tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk menilai kualitas produk secara akurat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Khoiroini (2023), serta Rinjaya (2020) yang menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Hal ini di sebabkan bahwa kualitas produk kepada konsumen yang membeli tidak begitu memperhatikan kualitas produk dan kurang menariknya tampilan produk saat dipasarkan sehingga mengurangi daya tarik pembeli dan berdampak pada pendapatan. Dan hasil ini juga didukung dengan penelitian Azis et al. (2021), bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Hal ini di sebabkan bahwa kualitas produk kepada konsumen yang membeli tidak begitu memperhatikan kualitas produk dan kurang menariknya tampilan produk saat dipasarkan sehingga mengurangi daya tarik pembeli dan berdampak pada pendapatan.

Jam Kerja dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Sabtu

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang diperoleh menunjukkan bahwa perubahan jam kerja tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang. Hal ini mungkin disebabkan adanya faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap pendapatan pedagang strategi pemasaran. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor ini. Jika variasi dalam jam kerja tidak cukup besar, maka perubahan jam kerja mungkin tidak cukup untuk mempengaruhi pendapatan. Misalnya, jika semua pedagang bekerja dalam rentang jam yang sama maka perbedaan dalam jam kerja tidak akan terlihat. Jam kerja yang lebih panjang tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan. Efisiensi kerja, kualitas pelayanan dan strategi penjualan juga berperan penting. Pedagang mungkin bekerja lebih lama tetapi tidak secara efektif sehingga tidak menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Husaini dan Fadhlani, (2017), serta Kirana (2023) yang menjelaskan bahwa jam kerja dinyatakan tidak berpengaruh terhadap pendapatan karena meskipun pedagang menggunakan waktu bekerja lebih banyak karena kondisi lokasi tempat berdagang banyak pesaing yang menjual barang yang sama, sehingga menyebabkan pedagang berpeluang kecil untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi, maka apabila dengan menambah jam kerja pun tidak mempengaruhi pendapatan pedagang. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Liswatin (2022) yang menyatakan jam kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang.

Harga Kompetitif, Kualitas Produk dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Sabtu

Hasil statistik menunjukkan bahwa secara simultan variabel Harga Kompetitif, Kualitas Produk dan Jam Kerja tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pendapatan Pedagang. Ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama tidak mempengaruhi dinamika Pendapatan Pedagang di pasar tradisional sabtu. Hal ini mungkin disebabkan adanya faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap Pendapatan Pedagang seperti faktor eksternal (misalnya, kondisi ekonomi, lokasi pasar atau perilaku konsumen) yang tidak termasuk dalam model ini. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor ini.

Jika variasi dalam Harga Kompetitif, Kualitas Produk dan Jam Kerja tidak cukup besar, maka kombinasi dari ketiga variabel tersebut mungkin tidak cukup untuk mempengaruhi Pendapatan Pedagang. Misalnya, jika semua pedagang di pasar tradisional memiliki harga yang serupa, kualitas produk yang sama dan jam kerja yang tidak bervariasi maka tidak ada perbedaan yang signifikan dalam pendapatan mereka. Mungkin juga ada interaksi antara variabel-variabel tersebut yang tidak ditangkap dalam model ini. Misalnya, pengaruh Kualitas Produk terhadap Pendapatan mungkin tergantung pada Harga Kompetitif atau Jam Kerja. Oleh karena itu, analisis yang lebih mendalam mungkin diperlukan untuk memahami hubungan yang lebih kompleks antara variabel-variabel ini.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka disimpulkan bahwa secara parsial maupun secara simultan variabel harga kompetitif, kualitas produk dan jam kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Sabtu. Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, seperti promosi, lokasi usaha, atau pengalaman pedagang. Melakukan wawancara mendalam atau fokus grup dengan pedagang dan pelanggan. Serta mendorong pedagang untuk memanfaatkan teknologi, seperti media sosial dan platform e-commerce, untuk mempromosikan produk mereka.

Referensi

- Almaftuhi, M. I. (2019). *Metode Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah Di Pasar Gebang Jember*.
- Andi, H. R. N. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bajoe Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone*.
- Anjali, M., & Susantun, I. (2023). Analisis pengaruh modal, tenaga kerja, lama usaha dan jam kerja yang mempengaruhi pendapatan pada UMKM Coffee Shop di Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 58–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/JKEK.vol2.iss1.art7>
- Azis, M., Hasan, M., Azis, F., & Arisah, N. (2021). Keberlanjutan usaha dan daya saing UMKM melalui strategi pemasaran: Studi kasus pada bisnis kuliner. *Seminar Nasional Haisl Penelitian 2021 "Penguatan Riset, Inovasi, Dan Kreativitas Peneliti Di Era Pandemi Covid-19,"* 1419–1432.
- Baga, N., Boki, Z., & Husain, S. P. (2024). Pengaruh Harga dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan. *Jambura Accounting Review*, 5(2), 160–169. <https://doi.org/10.37905/jar.v5i2.129>
- Edwards, C. J., Bendickson, J. S., Baker, B. L., & Solomon, S. J. (2020). Entrepreneurship within the history of marketing. *Journal of Business Research*, 108, 259–267. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.040>
- Effendi, D. R., Fermayani, R., Egim, A. S., & Harahap, R. R. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pasar Modern Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ecogen*, 4(2), 188–197. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i2.11169>
- Farhansyah, R. F. (2024). Increasing the Income of SMEs in Indonesia through the Power of Quality and Education. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 19(3), 10–21070. <https://doi.org/10.21070/ijler.v19i3.1129>
- Hasanah, U., Faried, A. I., Sebayang, S., & Ulzannah, N. (2024). Penerapan Pembuatan Proposal Profil Umkm Di Desa Pematang Serai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 320–323. <https://doi.org/10.70248/jpmebd.v1i3.1456>
- Huninhatu, E. Y., Ratnawati, R., & Firdaus, R. (2023). Pengaruh Modal Dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pedagang Sembako. *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*, 4(2), 64–71.

- Husaini, H., & Fadhlani, A. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2).
- Jumriani, J. (2019). *Pengaruh Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Buah Rambutan Desa Romangloe Dusun Samaya Kecamatan Bontomarannu Kabupaten Gowa*. Universitas Negeri Makassar.
- Khoiroini, R. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Khoirudin, R., & Setiaji, W. B. (2019). Analisis Determinan Pendapatan Usaha Industri Mikro Kecil Tahu Di Trunan, Tidar Selatan, Magelang Selatan Kota Magelang. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(3), 1. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.1-14>
- Kirana, T. (2023). Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja, Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Ruang Terbuka Hijau (Rth) di Kota Poso. *Ekomen*, 22(2), 8–19.
- Liswatin, L. (2022). Pengaruh modal awal, lama usaha, jam kerja dan jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan pedagang toko pakaian di Kecamatan Unaaha. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2399–2408. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i11.358>
- Mardotillah, R. (2021). *Strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan keluarga: studi kasus pedagang kaki lima taman kota Selong*. UIN Mataram.
- Noveria, S. C., & Kusmawati, K. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Harga Jual Dan Kebijakan Ppkm Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Lemabang Kota Palembang. *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, 2(1), 39–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.32524/jia.v2i1.838>
- Pande, I. T. P., & Dewi, N. P. M. (2020). Pengaruh Jam Kerja, Jenis Dagangan, dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Desa Pakraman Padangsambian. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 9(12), 2821–2851.
- Rahmanda, E., & Amanah, L. (2021). Pengaruh modal pribadi, harga dan sosial media terhadap pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(10), 1–17.
- Rinjaya, T. (2020). Pengaruh modal sendiri modal pinjaman lama usaha dan kualitas produk terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal. In *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Rohmah, S. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Juwana Baru di Kabupaten Pati. *Economics Development Analysis Journal*, 7(1), 98–103. <https://doi.org/10.15294/edaj.v14i2>
- Saputra, R. (2021). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Satoto, E. B., Fatmawati, E., Maulina, L., Firdaus, A., & Anwar, H. (2023). Strategi Pemasaran Pada Bulan Ramadhan: Pembelajaran Dari Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 568–

581. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1>
- Setyaningrum, F., Nelti, M. I., & Susanto, R. Y. (2022). *Pengaruh Modal Kerja dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pada UMKM di Desa Junrejo Kota Batu*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi.
- Siahaan, A. L., & HS, S. R. (2024). Pengaruh Modal Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong di Desa Nagori Bosar Kabupaten Simalungun. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 13–22. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v12i1.79361>
- Suyanti, S. (2021). *Pengaruh Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Pendapatan Agen Brilink Di Kota Palopo*. Institut Agama Islam Negeri Polopo.
- Tjiptono, F. (2023). *Riset pemasaran*. Penerbit Andi.
- Umma, Z. N. (2022). Analisis Pengaruh Aksesibilitas Permodalan, Peningkatan Kualitas Produk dan Peningkatan Kualitas SDM terhadap Pendapatan UMKM di Sidoarjo. *Bharanomics*, 3(1), 39–47. <https://doi.org/10.46821/bharanomics.v3i1.329>
- Wahyono, B. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(4), 388–399.
- Wazi, P. (2023). *Analisis Pendapatan Pedagang Pada Pasar Tradisional Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian*. Universitas Jambi.
- Wiranata, M., & Dewi, N. P. M. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan perempuan Bali pada sektor informal. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 7(10).
- Wirawan, I. K. A., Sudibia, K., & Purbadharmaja, I. B. P. (2015). Pengaruh bantuan dana bergulir, modal kerja, lokasi pemasaran dan kualitas produk terhadap pendapatan pelaku UMKM sektor industri di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(1), 1–21.
- Zahara, F., Zebua, Y., & Lubis, J. (2025). Pengaruh Produk, Modal, Lokasi Dan Harga Barang Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Gelugur Kota Rantauprapat. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(4), 830–839. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i4.8853>