

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Teori Pendapatan**

###### **2.1.1.1. Pengertian Pendapatan**

Pendapatan berasal dari kata dasar “dapat”. Pengertian pendapatan adalah hasil kerja usaha dan sebagainya (KBBI:2014). Pengertian pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan definisi pendapatan secara umum. Pada perkembangannya, pengertian pendapatan memiliki penafsiran yang berbeda-beda tergantung dari latar belakang disiplin ilmu yang digunakan untuk menyusun konsep pendapatan bagi pihak-pihak tertentu.

Menurut Widyatama (2015), pendapatan atau income dari seorang warga masyarakat adalah suatu hasil penjualan dari output yang dihasilkan dalam suatu proses produksi. Pengertian pendapatan terdapat penafsiran yang berbeda-beda bagi pihak yang berkompeten disebabkan karena latar belakang disiplin yang berbeda dengan penyusunan konsep pendapatan bagi pihak tertentu.

Menurut ilmu ekonomi, pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Definisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan badan usaha pada awal periode dan menekankan pada jumlah nilai statis pada akhir periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah kenaikan harta kekayaan karena

Perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang. Harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan pasar produksi. Konsep penghasilan antara jumlah output yang dijual dengan tingkat harga tertentu. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Rosyidi, 1998:237):

Pendapatan atau Revenue adalah semua pendapatan produsen dari hasil penjualan barang atau outputnya. Macam-macam revenue sebagai berikut:

Total Revenue (TR) adalah pendapatan total dari hasil penjualan output, yang rumusnya dapat ditulis sebagai berikut:

$$TR = P.Q$$

Keterangan;

TR ; Total Revenue

P ; Price / Harga

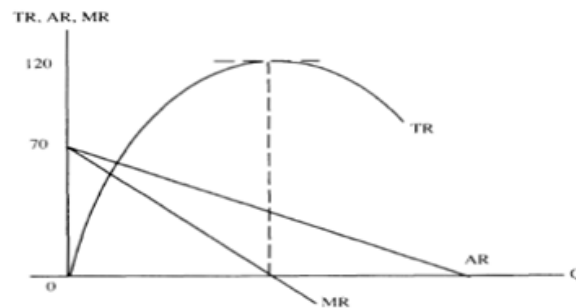
Q ; Quantity / Jumlah Barang

Average Revenue (AR) adalah pendapatan per unit dari penjualan output, yang rumusnya dapat ditulis sebagai berikut:

$$AR = \frac{TR}{Q} = P$$

Marginal Revenue (MR) adalah kenaikan atau penurunan pendapatan sebagai akibat dari penambahan atau pengurangan satu unit output, yang rumusnya dapat ditulis sebagai berikut:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$



**Gambar 2.1**

Kurva TR, AR, dan MR

Hasil Produksi yang dijual sama dengan penjualan yang disebut TR (total revenue). Sehingga besar kecilnya pendapatan TR (total revenue) ditentukan oleh besar kecilnya barang produksi atau barang yang dijual.

Hubungan antara barang yang diproduksi dengan barang yang dijual dapat :

- Barang yang diproduksi lebih besar daripada barang yang dijual.

- Barang yang diproduksi sama dengan barang yang dijual (biasanya terjadi pada kegiatan penjualan yang barang dijual langsung diproduksi setelah ada permintaan) terutama untuk barang-barang yang tidak bisa di stok. Oleh karena itu untuk kasus penjualan karangan bunga, maka diasumsikan jumlah produksi sama dengan jumlah penjualan.

#### **2.1.1.2. Jenis-jenis Penerimaan**

1. Total penerimaan (Total revenue : TR), yaitu total penerimaan dari hasil penjualan.

Pada pasar persaingan sempurna, TR merupakan garis lurus dari titik origin, karena harga yang terjadi dipasar bagi mereka merupakan suatu yang datum (tidak bisa dipengaruhi), maka penerimaan mereka naik sebanding (Proporsional) dengan jumlah barang yang dijual.

Pada pasar persaingan tidak sempurna, TR merupakan garis melengkung dari titik origin, karena masing perusahaan dapat menentukan sendiri harga barang yang dijualnya, dimana mula-mula TR naik sangat cepat, (akibat pengaruh monopoli) kemudian pada titik tertentu mulai menurun (akibat pengaruh persaingan dan substansi).

2. Penerimaan rata-rata (Average Total revenue: AR), yaitu rata-rata penerimaan dari per kesatuan produk yang dijual atau yang dihasilkan, yang diperoleh dengan jalan membagi hasil total penerimaan dengan jumlah satuan barang yang dijual.

3. Penerimaan Marginal (Marginal Revenue : MR), yaitu penambahan penerimaan atas TR sebagai akibat penambahan satu unit output.

### **2.1.2. Teori Permintaan**

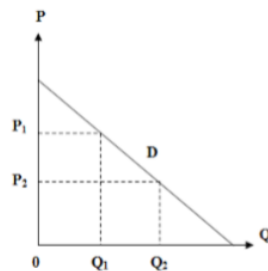
Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Menurut Sukirno (2013) pada dasarnya permintaan adalah berbagai jumlah suatu barang/jasa dimana bersedia membayar pada berbagai alternatif harga barang/jasa tersebut.

Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat kepada sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Menurut Sukirno (2013), faktor-faktor yang menentukan permintaan masyarakat terhadap suatu barang, yaitu: harga barang itu sendiri, harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, cita rasa masyarakat, jumlah penduduk dan ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap suatu barang tersebut (Iskandar, 2003:32 dalam Ria, 2012). Hal tersebut disebabkan karena hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang

yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, dengan asumsi hal lain tetap atau ceteris paribus (Samuelson, 1998 dalam Liseu, 2016).

Seperti yang diilustrasikan pada gambar 2.2, kurva permintaan (D) terbentuk dari kombinasi harga (P) dan jumlah barang yang diminta (Q). Ketika harga pasar  $P_1$  dengan jumlah barang sebesar  $Q_1$ , kemudian harga berubah/naik menjadi  $P_2$  maka Q akan berubah/turun menjadi  $Q_2$ . Hal ini sesuai dengan hukum permintaan, P dan Q berhubungan berlawanan. Kurva permintaan D menunjukkan bahwa konsumen atau pembeli akan bersedia untuk membeli lebih banyak jika harga yang ditawarkan lebih murah.



*Sumber: Samuelson dan Nordhaus, 1998*

### **Gambar 2.2**

#### **Kurva Permintaan**

Fungsi Permintaan (demand function) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan akan suatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhinya. Fungsi permintaan akan suatu barang dituliskan sebagai berikut:

$$QD = f (PQ, Ps, i, Y, S, D)$$

Keterangan :

QD = Jumlah barang yang diminta

PQ = Harga barang itu sendiri

Ps.i = Harga barang substitusi

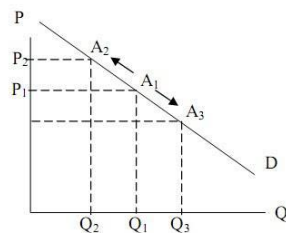
Y = Pendapatan

S = Selera

D = Jumlah penduduk

### 2.1.2.1. Pergerakan (*Movement*) dan Pergeseran (*Shift*) Kurva Permintaan.

Perubahan permintaan dapat dilihat dari dua segi sudut pandang atas perubahan kurva permintaan yang ada. Perubahan kurva permintaan tersebut dapat dilihat dari segi pergerakan (*movement*) sekaligus dari segi pergeseran (*shift*) pada kurva permintaan yang ada.

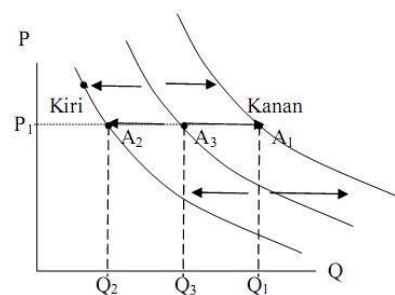


**Gambar 2.3**

Pergerakan (*Movement*) Sepanjang Kurva Permintaan

Pengerakan (*movement*) sepanjang kurva permintaan seperti terlihat pada gambar 2.3 menunjukkan perubahan kombinasi antara kuantitas dan harga suatu barang pada titik – titik kombinasi di sepanjang kurva permintaan. Pergerakan menunjukkan bahwa hubungan dalam permintaan masih tetap konsisten. Faktor utama perubahan yang mengakibatkan pergerakan di sepanjang kurva permintaan ini adalah karena adanya perubahan harga yang terjadi. Suatu perubahan harga akan menghasilkan suatu pergerakan (*movement*) di sepanjang kurva permintaan pasar yang tetap, tidak ada perubahan hal lain yang akan menyebabkan pergerakan sepanjang kurva tersebut.

Pergeseran (*shift*) kurva permintaan adalah kondisi perubahan jumlah barang yang diminta meskipun harga yang berlaku tetap atau tidak berubah. Pergerakan tersebut akan memberikan dampak perubahan pada hubungan akan permintaan suatu barang atau jasa. Hal ini juga menunjukkan bahwa faktor-faktor selain harga menjadi penentu atas pergeseran kurva permintaan yang ada.



Gambar 2.4

Pergeseran (*Movement*) Kurva Permintaan



### **2.1.2.2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan**

Berdasarkan hukum permintaan (the law of demand) perubahan permintaan atas suatu barang dan jasa semata-mata ditentukan oleh harga dari barang atau jasa tersebut, ceteris paribus. Namun dalam kenyataannya, banyak permintaan terhadap suatu barang atau jasa juga ditentukan oleh faktor-faktor lain selain faktor harga itu sendiri. Oleh sebab itu perlu juga dijelaskan bagaimana faktor-faktor yang lain akan mempengaruhi permintaan.

Menurut Sukirno (1985) faktor-faktor selain harga yang juga berperan penting dalam mempengaruhi permintaan akan suatu barang atau jasa adalah sebagai berikut:

#### **1. Harga Barang-Barang Lain**

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis barang lain dapat dibedakan menjadi tiga golongan, yaitu:

##### **a. Barang Pengganti**

Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang, barang tersebut dapat bersifat substitusi (pengganti). Apabila harga barang lebih murah maka jumlah permintaan terhadap barang yang digantikan akan mengalami penurunan.

##### **b. Barang Pelengkap**

Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya karena barang pelengkap digunakan bersamaan dengan barang yang dilengkapi.

c. Barang Netral

Apabila dua jenis barang tidak mempunyai hubungan maka perubahan permintaan salah satu barang tidak akan mempengaruhi permintaan barang lain.

2. Pendapatan Para Pembeli

Biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Dapat diartikan bahwa kurva permintaan akan bergeser ke kanan yang menunjukkan kuantitas yang diminta akan lebih besar pada setiap tingkat harga. Pendapatan konsumen merupakan faktor yang penting dalam menentukan permintaan. Perubahan pendapatan akan menimbulkan permintaan berbagai jenis barang antara lain sebagai berikut:

a. Barang Inferior

Jika pendapatan meningkat maka permintaan terhadap barang inferior akan berkurang karena barang inferior banyak diminta oleh konsumen yang berpendapatan rendah.

b. Barang Esensial

Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan sehari-hari seperti kebutuhan pokok dan pakaian. Jumlah permintaan pada barang ini cenderung tidak berubah walaupun pendapatan meningkat.

c. Barang Normal

Suatu barang dikatakan barang normal apabila mengalami jumlah permintaan jika terjadi peningkatan pendapatan.

d. Barang Mewah

Barang mewah adalah barang yang banyak dikonsumsi oleh konsumen dengan tingkat pendapatan yang relatif lebih tinggi setelah dapat memenuhi kebutuhan pokok. Contoh barang mewah adalah emas, kendaraan mewah, perabot rumah mewah.

3. Distribusi Pendapatan

Pendapatan masyarakat yang tertentu akan menimbulkan permintaan yang berbeda apabila pendapatan tersebut diubah distribusinya.

4. Cita Rasa Masyarakat

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang.

5. Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan per-tambahan permintaan tetapi diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian akan lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan hal ini juga akan menambah daya beli masyarakat. Pertambahan daya beli masyarakat akan menambah permintaan.

## 6. Ekspektasi Tentang Masa Depan

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan permintaan. Misalnya, konsumen akan memperhatikan apakah harga tersebut di masa mendatang akan memiliki harga yang tinggi sehingga akan mendorong mereka membeli lebih banyak di masa kini.

### **2.1.3. Teori Harga**

Harga dalam bahasa Inggris disebut dengan Price, yang di maksud harga adalah jumlah uang yang perlu di keluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang di butuhnya. Atau harga dapat di definisikan juga sebagai nilai produk atau jasa yang dinyatakan dengan uang. Dengan harga maka konsumen dapat membandingkan nilai produk yang satu dengan yang lainnya.

Adapun beberapa macam harga, diantaranya sebagai berikut ini:

- Harga pokok merupakan nilai uang dari produk-produk yang diberikan kepada konsumen/pembeli dan berhubungan langsung dengan hasil produk.

- Harga jual merupakan harga pokok yang di tambah dengan keuntungan atau laba yang di harapkan.
- Harga subjektif merupakan harga kiraan/kisaran penjual dan pembeli terhadap produk yang hendak di beli atau dijualnya.
- Harga objektif merupakan nominal harga yang telah di sepakati oleh penjual dan pembeli.
- Harga bebas merupakan harga yang ada di pasaran antara penjual dengan penjual diakibatkan karena adanya persaingan.
- Harga pemerintah merupakan harga produk atau jasa yang ditetapkan oleh pemerintah.
- Harga dumping merupakan harga yang di tentukan penjual, misalnya harga ekspor penjual di pasar luar negeri untuk merebut pasar internasional dan menjualnya dengan harga tinggi di pasar dalam negeri.
- Harga pabrik merupakan harga suatu produk dari pabriknya yang harus di bayar oleh pembeli, dan biaya pengirimannya harus ditanggaung oleh pembeli.
- Odd Price atau Harga Gasal merupakan harga yang tidak bulat. Misalnya pada suatu produk yang di jual harganya Rp. 1.999.900, jadi tidak bulat seperti Rp. 2.000.000.
- Harga daftar merupakan harga yang di beritahukan terlebih dahulu kepada pembeli. Biasanya pembeli akan mendapat potongan harga dari produk yang di tawarkan.

- Harga neto atau Net Price merupakan harga yang harus di bayar pembeli, disebut juga harga bersih atau pas.
- Harga zone merupakan harga yang sama untuk suatu zona atau daerah tertentu.
- Harga titik dasar merupakan harga produk atau jasa berdasarkan suatu titik lokasi. Misalnya harga suatu produk sama antara bandung dan bogor karena termasuk Jawa Barat.
- Harga stempel pos merupakan harga yang sama untuk seluruh daerah pasaran produk atau jasa.
- Harga Free Alongside atau f.a.s merupakan harga atau biaya angkutan barang ditanggung oleh penjual, misalnya biaya angkutan produk sampai kapal yang mengangkutnya tiba di pelabuhan/tempat tertentu. Sedangkan pembongkaran produknya umumnya di tanggung pembeli.
- Harga Cost Insurance and freight atau disebut juga harga c.i.f merupakan harga produk yang di ekspor sudah termasuk biaya asuransinya sampai produk ke tangan pembeli.

#### **2.1.4. Teori Penjualan**

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Marwan A, 1986). Menurut Winardi (1982), penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda.

### **2.1.5. Teori Lama Usaha**

Lama usaha adalah lamanya seseorang menekuni usaha yang dijalankan. Lama usaha juga dapat diartikan sebagai lamanya waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usaha (Utami dan Wibowo, 2013). Sedangkan menurut Asmie (2008) lama usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang dijalani saat ini. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak laku (Sukirno, 2006).

Ada suatu asumsi bahwa semakin lama seseorang menjalankan usahanya maka akan semakin berpengalaman orang tersebut. Sedangkan pengalaman kerja itu sendiri merupakan proses pembentukan pengetahuan atau keterampilan tentang metode suatu pekerjaan karena keterlibatan dalam pelaksanaan tugas pekerjaan (Manulang, 1984). Pengalaman usaha seseorang dapat diketahui dengan melihat jangka waktu atau masa kerja seseorang dalam menekuni suatu pekerjaan tertentu. Semakin lama seseorang melakukan usaha/kegiatan, maka pengalamannya akan semakin bertambah. Pengalaman usaha ini dapat dimasukkan ke dalam pendidikan informal, yaitu pengalaman sehari-hari yang dilakukan secara sadar atau tidak dalam lingkungan pekerjaan dan sosialnya (Simanjuntak, 2001).

Dari pengalaman usaha ini, seorang pengusaha dapat mengumpulkan pengetahuan dan keterampilan dalam bekerja. Hal ini membuat pengusaha tidak ragu

lagi dalam menentukan keputusan dan usahanya. Semakin lama usaha yang digelutinya maka semakin banyak pula pengalaman yang akan diperolehnya.

Di dalam penelitian ini yang dimaksud dengan lama usaha adalah lama waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usahanya, waktu tersebut merupakan lamanya pedagang dalam menekuni bidang dagang ataupun usahanya. Untuk satuan pengukuran lamanya usaha, peneliti menggunakan satuan tahun dan bulan. Hal tersebut dimaksudkan agar mudah dalam memperoleh data bagi pedagang yang baru menekuni usaha dagang maupun yang sudah lama menekuni di bidang tersebut.

#### **2.1.6. Teori Jam Kerja**

Bekerja diartikan melakukan suatu kegiatan untuk menghasilkan atau membantu menghasilkan barang atau jasa dengan maksud untuk memperoleh penghasilan berupa uang atau barang, dalam kurun waktu (time reference) tertentu (Mantra, 2003). Menurut BPS (2006), bekerja adalah melakukan kegiatan atau suatu pekerjaan dengan maksud memperoleh atau membantu memperoleh penghasilan atau keuntungan paling sedikit selama satu jam (berturut-turut tanpa terputus) dalam seminggu yang lalu.

##### **2.1.6.1. Teori Alokasi Waktu**

Menurut Simanjuntak (2001) waktu adalah bahan mentah dari hidup. Penggunaan waktu dapat dilakukan dengan tiga cara. Pertama, dapat melaksanakan pekerjaan pasar, yaitu menjual waktu di pasar tenaga kerja untuk memperoleh pendapatan. Bila seseorang menawarkan tenaga kerja maka biasanya menyerahkan



kembali waktu kepada pemberi kerja untuk mendapatkan upah. Kedua, seseorang dapat melakukan pekerjaan non pasar, yaitu menggunakan waktu memproduksi barang dan jasa sendiri. Pekerjaan non pasar meliputi waktu yang digunakan seseorang untuk mencuci pakaian, memasak dan lain sebagainya. Hal ini juga mencakup waktu yang digunakan untuk memperoleh keterampilan dan pendidikan dalam rangka meningkatkan produktivitas seseorang. Ketiga, seseorang dapat mengubah waktu langsung menjadi waktu luang yaitu waktu yang digunakan untuk aktivitas non kerja. Seseorang dapat membuat waktu yang dimilikinya menjadi waktu untuk bekerja jika dia merasa pendapatan yang diperolehnya saat ini kurang mencukupi baginya, tetapi dia juga dapat memanfaatkan waktu tersebut menjadi waktu luang jika dia merasa pendapatan yang dia peroleh cukup baginya.

Salah satu cara untuk memanfaatkan waktu ialah dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas di waktu senggang yang menyenangkan. Cara umum lainnya adalah dengan bekerja. Menurut Ehrenberg dan Smith dalam bukunya Simanjuntak (2001) pengalokasian waktu untuk bekerja atau untuk waktu luang dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu :

- 1) Biaya kesempatan (opportunity cost) disini akan dilihat seseorang yang mengalokasikan waktunya untuk bekerja maka dia perlu waktu untuk tidak bekerja. Dimana harga dari waktu luang yang mereka miliki tergantung dari besarnya tingkat upah yang diterima. Bila penghasilan meningkat dengan

biaya kesempatan waktu luang konstan maka seseorang akan menginginkan untuk menghabiskan lebih banyak waktu luang.

- 2) Tingkat kesejahteraan seseorang. Kesejahteraan seseorang dapat dilihat dari jumlah tabungannya di bank, investasi finansial, dan harta benda fisik lainnya. Keahlian dari pekerja itu sendiri dapat diperhitungkan sebagai sesuatu yang dapat dihargakan. Bila seseorang pekerja memiliki banyak tabungan yang dapat dihargakan maka cenderung untuk lebih meningkatkan waktu luang dibandingkan waktu kerja.
- 3) Seperangkat pilihan dari seseorang. Pilihan-pilihan tersebut biasanya ditentukan sendiri dan tidak secara seketika. Seseorang memutuskan untuk mempergunakan waktunya lebih banyak untuk bekerja atau lebih banyak waktu luang tergantung pada pilihan-pilihan yang tersedia.

akan mengalokasikan waktu untuk dua pilihan yaitu bekerja di pasar kerja untuk memperoleh pendapatan dengan harapan bila pendapatan mereka meningkat dapat meningkatkan kesejahteraan (welfare) mereka sendiri dan keluarga atau tidak bekerja (menikmati waktu luang) seseorang yang bekerja akan dihadapkan pada cara mengoptimalkan waktu luang untuk bekerja dan menikmati waktu luang sebaik-baiknya sehingga dapat memperoleh utilitas (kepuasan maksimum). Untuk menghitung upah riil seseorang maka diturunkan rumus sebagai berikut :

$$Y = w \times h \dots\dots\dots (1)$$

Dengan jam kerja per hari = 24 jam dikurangi leisure (waktu senggang) per hari ,  
yaitu :

$$H = 24 - T \dots\dots\dots (2)$$

Sehingga utilitas maksimum :  $U(Y, T)$  menjadi  $U(wH, 24-H)$

Keterangan :

$Y$  = Upah riil

$w$  = Tingkat upah

$H$  = Lama bekerja

$T$  = Waktu senggang

$U$  = Utilitas

Tingkat utilitas (kepuasan maksimum) seseorang akan bertambah bila (1) barang bertambah sedangkan waktu senggang (leisure) tetap, (2) waktu senggang bertambah dengan jumlah barang yang dikonsumsi tidak berubah, (3) jumlah barang yang dikonsumsi dan waktu senggang sama-sama berubah (Layard dan Walters, 1987).

Terlihat bahwa hubungan antara tingkat upah dan waktu kerja secara mikro yakni lamanya kerja untuk pekerjaan publik (pekerjaan yang menghasilkan uang) akan dipengaruhi oleh tingkat upah yang sedang berlaku bagi suatu pekerjaan. Ada dua akibat yang bisa ditimbulkan oleh adanya kenaikan tingkat upah yaitu :

- 1) *Substitution effect*, apabila upah adalah harga dari waktu luang menjadi mahal sehingga menyebabkan mereka mengkonsumsi waktu luang semakin sedikit dan akan memperpanjang jam kerjanya di sektor publik.
- 2) *Income effect*, bila tingkat upah naik maka pendapatan atau kesejahteraan pekerja akan semakin lebih banyak termasuk beli waktu luang akibatnya mereka akan bekerja lebih singkat dan menikmati waktu luang lebih banyak.

Pengaruh meningkatnya tingkat upah terhadap jumlah jam kerja di sektor publik akan sangat tergantung dari kekuatan relatif antara substitution dan income effect. Sedangkan bila income effect yang lebih dominan pengaruhnya maka pekerja akan mengurangi jam kerjanya. Pengamatan menunjukkan bahwa hasil akhir dari dua akibat tersebut tergantung dari kekuatan batas tinggi rendahnya tingkat upah yang sedang berlaku.

#### **2.1.7. Teori Penjualan Online**

Era perkembangan teknologi yang semakin pesat dewasa ini membuat persaingan bisnis dalam bidang apapun menjadi lebih variatif. Banyak metode bisnis yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya (Kotler,2004,p3). Mulai dari memberikan bonus, memasang iklan, membagikan brosur dan penjualan produk lewat media elektronik seperti internet.

Persaingan bisnis yang semakin sengit ini membuat perusahaan besar maupun perusahaan kecil saling bersaing untuk meningkatkan mutu dan teknik penjualannya. Memasuki era globalisasi ini banyak perusahaan yang menggunakan jasa penjualan

online untuk membantu memasarkan produknya sekaligus memberikan kemudahan kepada konsumennya dalam memilih dan memesan produk yang mereka inginkan.

Dengan menggunakan fasilitas penjualan online ini, perusahaan berharap konsumen dapat lebih mudah memilih dan memesan produk mana yang mereka inginkan. Dengan fasilitas ini, penjelasan mengenai produk-produk yang dijual menjadi lebih detail sehingga konsumen benar-benar yakin akan apa yang diinginkannya. Selain itu, konsumen dapat melakukan penjualan dengan mudah yakni tanpa beranjak dari tempatnya mengakses web tersebut.

Dewasa ini, penjualan lewat media internet merupakan salah satu strategi perusahaan dalam melayani konsumennya. Diharapkan dengan disediakannya fasilitas ini, jangkauan penjualan dari perusahaan itu sendiri menjadi lebih luas dan konsumen memperoleh informasi lebih lengkap sebelum memutuskan untuk memesan suatu produk barang.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Hasil penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam suatu penulisan. Adapun studi empirik terdahulu yang mendukung terhadap penelitian yang akan dilakukan disajikan sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan Variabel Penelitian	Perbedaan Variabel Penelitian
Rosetyadi Artistryan, Firdausa, Fitri Arianti  Diponegoro Journal Of Economics (Volume 2, Nomor 1, Tahun 2013)	Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintaro Demak	Secara parsial, seluruh variabel, yang terdiri dari modal awal, lama usaha dan jam kerja berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan pedagang kios.  Secara simultan modal awal, semua variabel berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan pedagang kios di pasar bintaro	Variabel Independen yang diteliti:  1. Lama Usaha 2. Jam Kerja  Variabel dependen yang diteliti:  1. Pendapatan	Variabel Independen yang diteliti:  1. Modal usaha
Deny Anggara Lugianto, I Wayan Subagiarta, Rafael Purto S.  Skripsi (2015)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di wilayah Tegalboto Jember	Secara parsial seluruh variabel tingkat pendidikan, pengalaman kerja, waktu, modal, dan lokasi berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan pedagang kaki lima di wilayah tegalboto jember  Secara simultan tingkat semua variabel independen berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan pedagang kaki lima di wilayah tegalboto jember	Variabel Independen yang diteliti:  1. Waktu  Variabel dependen yang diteliti:  1. Pendapatan	Variabel Independen yang diteliti:  1. Pengalaman Kerja
Dya Ayu Wulansari  Equilibrium, Volume 3, Nomor 2, Juli 2015	Pengaruh Penjualan Online Terhadap Omzet Penjualan Butik ZIETA Desa Sewulan Kec. Dagangan Kab. Madiun	Secara parsial penjualan online berpengaruh terhadap omze penjualan butik Zieta  Secara simlutan seluruh variabel bebas berpengaruh terhdap omzet penjualan butik Zieta	Variabel Independen yang diteliti :  1. Penjualan online	Variabel dependen yang ditelit :  1. Omzet penjualan

Nama dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan Variabel Penelitian	Perbedaan Variabel Penelitian
<p>Wuri Ajeng Chintya* Ida Bagus Darsana</p> <p>E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, Vol. 2, No. 6, Hal. 277-283 (2013)</p>	<p>Analisis Pendapatan Pedagang di Pasar Jimbaran Kelurahan Jimbaran</p>	<p>Secara parsial variabel jam kerja, modal kerja, lokasi dan jenis produk berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan pedagang di pasar jimbaran</p> <p>Secara simultan variabel jam kerja, modal kerja, lokasi dan jenis produk berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan pedagang di pasar jimbaran</p>	<p>Variabel independen yang diteliti:</p> <p>1. Jam kerja</p> <p>Variabel dependen yang diteliti:</p> <p>1. Pendapatan</p>	<p>Variabel independen yang diteliti:</p> <p>1. Jenis produk</p>
<p>Ismi Mahardini, Nenek Woyanti</p> <p>DIPONEGORO JOURNAL OF ECONOMIC S Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012, Halaman 1-11</p>	<p>ANALISIS PENGARUH HARGA, PENDAPATAN, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP PERMINTAAN RUMAH SEDERHANA</p>	<p>Secara parsial harga, pendapatan, lokasi, dan fasilitas berpengaruh terhadap permintaan rumah sederhana</p> <p>Secara simultan harga, pendapatan, lokasi, dan fasilitas berpengaruh terhadap permintaan rumah sederhana</p>	<p>Variabel dependen yang diteliti :</p> <p>1. Harga</p>	<p>Variabel independen yang diteliti :</p> <p>1. Pendapatan 2. Fasilitas</p>
<p>I Putu Danendra Putral I Wayan Sudirman 2</p> <p>JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN UNIVERSITAS UDAYANA, VOL.4, NO.9. (2015)</p>	<p>Pengaruh modal dan tenaga kerja terhadap pendapatan dengan lama usaha sebagai variabel moderating</p>	<p>Secara parsial modal, tenaga kerja, dan lama usaha berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan usaha warung makan di kecamatan abiansema kabupaten badung</p> <p>Secara simultan modal, tenaga kerja, dan lama usaha berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan usaha warung makan di kecamatan abiansema kabupaten badung</p>	<p>Variabel independen yang diteliti :</p> <p>1. Lama usaha</p> <p>Variabel dependen yang diteliti :</p> <p>1. Pendapatan</p>	<p>Variabel Independen yang diteliti:</p> <p>1. Modal 2. Tenaga kerja</p>

### **2.3. Kerangka Pemikiran**

Seperti yang kita ketahui, permasalahan pokok pembangunan ekonomi adalah distribusi pendapatan yang tidak merata. Ketidakmerataan aset produktif yang dimiliki seseorang membuat penghasilan mereka berbeda-beda. Bagi seseorang pedagang yang memiliki modal yang besar dan pendidikan (keahlian) tinggi tentunya bisa mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang yang memiliki modal kecil dan pendidikan (keahlian) rendah. Seperti halnya pedagang sepatu yang hanya memiliki sebuah toko dibandingkan dengan department store, atau mall yang disitu terdapat store sepatu yang memiliki berbagai jenis produk. Di tambah di zaman sekarang berkembangnya bisnis online lebih memudahkan orang untuk membeli segala kebutuhan tanpa harus beranjak kaki keluar dari rumah. Maka dari itu, di dalam penelitian ini, akan dianalisis faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang sepatu di Kelurahan Cibaduyut Kota Bandung dengan menguji lima variabel.

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa. Berikut beberapa pengertian harga menurut para ahli. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Philip Kotler (2012:132): Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Kebijakan mengenai harga sifat hanya sementara, berarti produsen harus mengikuti



perkembangan harga dipasar dan harus mengetahui posisi perusahaan dalam situasi pasar secara keseluruhan.

Quantity merupakan jumlah barang yang disediakan oleh pedagang, dalam penelitian ini quantity diartikan dengan banyaknya barang yang terjual kepada konsumen, dengan mengetahui banyaknya barang yang terjual kepada konsumen akan mengetahui berapa pendapatan yang akan di dapatkan oleh pedagang tersebut.

Lama usaha, lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno, 2006). Semakin lama seseorang menekuni bidang usaha maka seseorang tersebut akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya/ keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Melalui pengalaman yang sudah diperoleh juga dapat dijadikan sebagai pedoman dalam menghadapi situasi-situasi pada masa yang akan datang. Disamping itu, semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan juga akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring (Bambang, 2008). Sehingga dari banyaknya pelanggan yang dijaring maka akan menambah pendapatan dan akhirnya laba yang didapat akan bertambah.

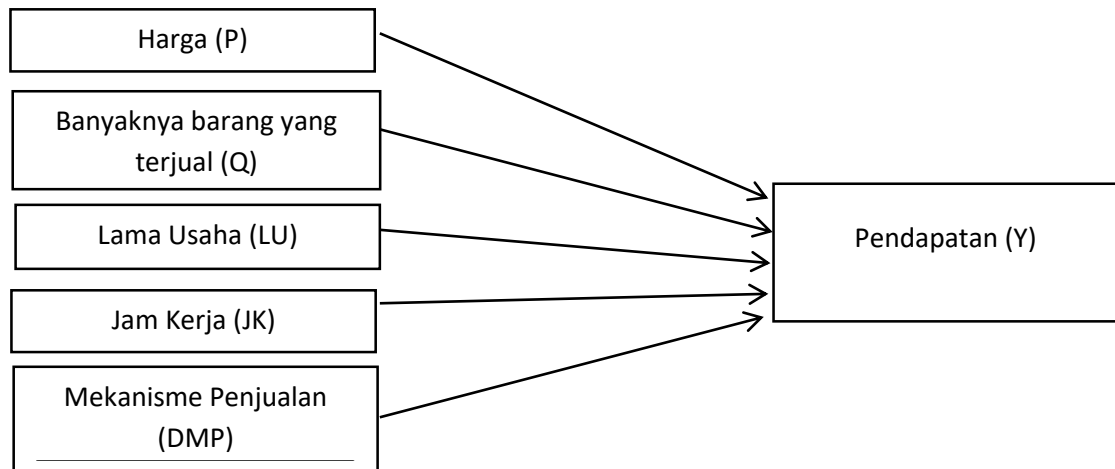
Jam kerja, dimana menurut Adam Smith di dalam buku “Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia”(Simanjuntak, 2001), teori alokasi waktu kerja didasarkan

pada teori utilitas. Teori utilitas tersebut menyatakan bahwa alokasi waktu individu dihadapkan pada dua pilihan yaitu bekerja atau tidak bekerja untuk menikmati waktu senggangnya. Seperti yang kita ketahui, jumlah waktu setiap hari manusia adalah tetap yaitu 24 jam. Dari jumlah waktu tersebut bagi seseorang yang bersangkutan harus menyediakan waktu untuk keperluan tidur, makan, mandi, dan lain-lain yang bersifat personal. Sisanya dipakai untuk bekerja (untuk memperoleh pendapatan) dan untuk waktu senggang. Jadi pada dasarnya setiap penambahan pendapatan (melalui penambahan waktu kerja) berarti mengurangi jumlah waktu yang dapat dipergunakan untuk waktu senggang. Meningkatnya pendapatan dapat digunakan untuk membeli barang-barang konsumsi yang dapat memberikan kepuasan. Semakin banyak waktu yang digunakan seseorang untuk bekerja berarti semakin banyak pula pendapatan yang akan diperolehnya. Dengan demikian, setiap penambahan waktu operasi yang dilakukan oleh pedagang akan semakin membuka peluang bagi bertambahnya omzet penjualan.

Sifat toko, dalam penelitian ini sifat toko adalah merupakan perbedaan antara menjual secara online dan tidak menjual secara online, tentunya dengan pedagang menjual secara online akan meningkatkan kemungkinan mendapatkan pendapatan tambahan karna penjualan menjadi lebih luas.

Dengan uraian diatas, penulis menduga bahwa *price*, *quantity*, lama usaha, jam kerja, lokasi toko, dan sifat toko mempunyai pengaruh terhadap pendapatan pedagang.

Penulis bermaksud menggambarkannya dalam suatu bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2.4**  
Kerangka Pemikiran

#### 2.4. Hipotesis Penelitian

**Sugiyono (2013:96)** mendefinisikan hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Dari hipotesis tersebut akan dilakukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan apakah hipotesis tersebut benar adanya atau tidak benar.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana hipotesis nol ( $H_0$ ) yaitu suatu hipotesis tentang tidak adanya hubungan umumnya

diformulasikan untuk ditolak. Sedangkan, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) merupakan hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini.

Adapun hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga diduga berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang sepatu di Cibaduyut.
2. Jumlah sepatu yang terjual diduga berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang sepatu di Cibaduyut.
3. Lama usaha diduga berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang sepatu di Cibaduyut.
4. Jam kerja diduga berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang sepatu di Cibaduyut.
5. Mekanisme penjualan diduga berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang sepatu di Cibaduyut.

