

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Kajian pustaka adalah kegiatan yang meliputi, membaca dan menelaah teori-teori, hasil penelitian terdahulu dan publikasi umum yang memiliki hubungan dengan variabel-variabel penelitian. Dalam kajian ini akan memuat teori-teori yang mendukung penyelesaian masalah dalam penelitian yang dilaksanakan, maka teori-teori yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan dalam penelitian sehingga dapat menjadi bahan referensi dari penelitian yang akan dilaksanakan (Burhan bungin : 2011).

##### **2.1.1 Pengertian Pasar dan Pengelompokan Pasar**

###### **2.1.1.1 Pengertian Pasar**

Menurut Dr. Winardi SE, arti Pasar adalah sebuah tempat dimana secara ideal harga-harga pada waktu tertentu adalah sama untuk semua penjual dan pembeli. Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007. Pasar adalah area tempat dimana tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu. Baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *Mall*, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Dari definisi tersebut ada empat poin penting yang menonjol yang menandai terbentuknya pasar. Yaitu :

1. Ada penjual dan pembeli.
2. Mereka bertemu di tempat tertentu.
3. Terjadi kesepakatan antar penjual dan pembeli, sehingga terjadi jual beli atau tukar menukar.
4. Antara penjual dan pembeli kedudukannya sederajat.

Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, Pemerintah daerah, Swasta, Badan usaha milik negara atau daerah dan termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, load dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha dalam skala kecil, Modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melakukan tawar menawar, Lebih lanjut menurut Perpres tersebut, pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal pada kawasan pelayaran bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) didalam kota/kabupaten.

Perpres tersebut juga menyebutkan bahwa toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran dengan bentuk *minimarket*, *supermarket*, atau *department store*. Dari sisi kelembagaan perbedaan karakteristik pengolahan pasar modern dan pasar tradisional nampak dari lembaga pengolahannya. Pasar tradisional kelembagaan dan pengelolaan umumnya di beberapa daerah ditangani oleh Dinas Pasar yang merupakan bagian dari sistem birokrasi.

Sementara pasar modern, umumnya dikelola oleh profesional dengan pendekatan bisnis. Selain itu, sistem pengolahan pasar tradisional umumnya terdesentralisasi dimana disetiap pedagang mengatur sistem bisnisnya masing-masing. Pada pasar modern pengolahan lebih terpusat yang memungkinkan pengolahan induk dapat mengatur standar pengolahan bisnisnya.

Pasar adalah suatu institusi yang pada umumnya tidak berwujud secara fisik mempertemukan penjual dan pembeli suatu komoditas (barang dan jasa). Interaksi yang terjadi antar penjual dan pembeli akan menentukan tingkat harga suatu komoditas (barang dan jasa) dan jumlah atau kuantitas komoditas yang diperjualbelikan. Pasar dimana penjual dan pembeli melakukan interaksi dapat dibedakan menjadi pasar komoditas dan pasar faktor.

Pasar komoditas dalam menentukan jumlah dan harga barang atau jasa yang diperjualbelikan. Pasar faktor adalah interaksi antar para pengusaha (pembeli faktor-faktor produksi) dengan para pemilik faktor produksi untuk menentukan harga (pendapatan) dan jumlah faktor-faktor produksi yang akan digunakan dalam menghasilkan barang-barang dan jasa yang diminta oleh masyarakat, sedangkan institusi adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan komoditas yang sama atau bersamaan yang terdapat dalam suatu pasar.

### **2.1.1.2 Pasar Tradisional**

Peraturan Menteri perdagangan Republik Indonesia Nomor : 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradinonal, Pusat perbelanjaan dan toko modern Tentang lokasi Pasar Tradisional. Lokasi untuk pendirian Pasar Tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern wajib mengacu pada rencana tata ruang wilayah Kabupaten/Kota dan rencana detail tata ruang.

**Definisi pasar tradisional adalah sebuah tempat terbuka yang terjadi proses transaksi jual beli dengan proses tawar-menawar. Di pasar tradisional ini para pengunjungnya tidak selalu menjadi pembeli karena dia juga bisa menjadi penjual. Pasar tradisional dapat digolongkan kedalam 3 bentuk yaitu pasar khusus, pasar berkala dan pasar harian. Dalam menentukan** kesepakatan harga di pasar tradisional sebelumnya terjadinya transaksi setelah melalui proses tawar-menawar harga. Biasanya pasar tradisional umumnya menyediakan berbagai macam bahan pokok keperluan rumah tangga, dan pasar ini biasanya berlokasi di tempat yang terbuka (**Sadilah dkk : 2011**).

Bangunan di pasar tradisional pada umumnya berbentuk toko dan kios. toko semi permanen, umumnya digunakan untuk berjualan aneka kue, pakaian, dan barang atau perabotan lainnya. Adapun kios yang digunakan untuk berjualan buah-buahan, sayuran, ikan, daging dan

sebagainya. Penerangan di pasar tradisional secukupnya, dan tidak ber-AC. Kebersihan juga kadang kurang terjaga, seperti sampah banyak berserakan dan bertumpukan sehingga sering menimbulkan bau. Akibatnya jika turun hujan, akan becek dan kotor. Tapi semakin kesini kebersihan di pasar tradisional mulai ditingkatkan, bahkan sekarang ada pasar tradisional yang rapi dan bersih sehingga nyaman untuk dikunjungi. Pasar tradisional memiliki ciri khas nya tersendiri yaitu ciri ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut :

- Proses jual beli barang dll. melalui proses tawar menawar harga.
- Barang yang dijual umumnya keperluan memasak, dapur dan rumah tangga.
- Harga barang yang di perjualbelikan relatif murah dan terjangkau.
- Area pasar tradisional biasanya di tempat yang terbuka.

### **2.1.1.3 Pasar Modern**

Pengertian pasar modern adalah jenis pasar dimana produknya (barang dan jasa) dijual dengan harga pas sehingga tidak terjadi aktivitas tawar-menawar harga barang antara penjual dan pembeli. Produk yang diperjual-belikan di pasar ini adalah produk berkualitas baik dimana harganya sudah ditentukan dengan memberi label harga pada produk. Umumnya pasar modern berada di perkotaan atau di pinggir kota dengan kondisi yang bersih dan nyaman bagi konsumen.

Di pasar ini terdapat berbagai jenis produk yang dijual, mulai dari kebutuhan pangan, sandang, dan berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya. Beberapa contoh pasar modern adalah:

- Matahari Department Store
- Ramayana
- Hypermart
- Carrefour
- Hero

- Alfamart
- Indomaret
- Dan lain-lain

Kita dapat dengan mudah mengenali suatu pasar melalui karakteristiknya. Adapun ciri-ciri pasar modern adalah sebagai berikut:

- Tidak terjadi aktivitas tawar-menawar harga barang.
- Harga setiap barang sudah tertera pada masing-masing barang dan biasanya diberi barcode.
- Jenis barang yang dijual di pasar ini sangat beragam dan memiliki kualitas yang baik.
- Umumnya pasar ini berada pada suatu bangunan dimana pelayanannya dilakukan sendiri (swalayan).
- Kondisi pasar jenis ini umumnya bersih dan nyaman karena dilengkapi dengan Air Conditioner dan petugas kebersihan.
- Pasar ini memiliki tata ruang yang rapih dan terstruktur sehingga memudahkan konsumen menemukan barang yang ingin dibeli.
- Kegiatan ekonomi di pasar ini tidak terdapat campur tangan pemerintah.
- Cara pembayaran produk yang dibeli adalah melalui kasir khusus yang telah disiapkan masing-masing toko.
- Pelayanan di pasar ini umumnya memuaskan para konsumen.

#### **2.1.1.4 Kondisi Pasar Jatibarang**

Keberadaan pasar tradisional kini mulai tersisihkan oleh adanya pasar modern yang semakin marak di pinggir-pinggir jalan, namun ternyata tidak semuanya mini market atau pasar modern ini bisa menggantikan keberadaan pasar tradisional. Sebagaimana pasar tradisional jatibarang ini, keberadaanya tetap sangat dibutuhkan oleh warga masyarakat di sekitar jatibarang,

seperti kecamatan widasari, kecamatan tukdana, kecamatan sliyeg, kecamatan losarang bahkan dari kecamatan terisi dan kecamatan indramayu.

Pasar Jatibarang yang dulu nya kumuh setelah di relokasi di tempat baru rupanya semakin menambah pendapatan bagi para pedagang tidak cuma itu fasilitas yang di sediakan juga sangat mendukung bagi para pedagang dan pengunjung, sebelumnya pasar yang berlokasi di Kecamatan Jatibarang sudah sangat memperhatikan ditambah lagi setelah kebakaran terjadi yang semakin membuat pasar semakin tidak layak lagi.

**Gambar 2.1**  
**Kondisi pasar sebelum di relokasi**



*Sumber : Google 2015*

**Gambar 2.2**  
**Kondisi pasar sebelum di relokasi 2015**



*Sumber : Google 2015*

**Gambar 2.3**  
**Kondisi pasar sebelum di relokasi**



*Sumber : Google 2017*

Keberadaan pasar Jatibarang setelah dipindahkan menjadi sangat tertata dan bersih ini tidak luput dari adanya peran dari petugas kebersihan yang setiap saat membersihkan pasar, serta mulai ramai nya para pembeli menjadikan pasar ini sangat di minati oleh para pengunjung sehingga keberadaan pasar ini sangat dinanti, sejak di resmikan pada awal Oktober 2018 keberadaan pasar baru ini setiap harinya makin banyak pembeli kerkunjung namun para pengunjung mengeluhkan

tidak bisa atau sulit menemukan langganan yang biasa dia temui di pasar lama, meski demikian para pengunjung mengapresiasi kondisi dari pasar baru ini karena sudah bersih dan tidak semrawut lagi.

**Gambar 2.4**

**Kondisi pasar setelah di relokasi**



*Sumber*

*:Pasir*

*Jatibarang,*

*diambil*

*peneliti tahun*

*2019*

**2.1.1.5 Pengertian Relokasi**

Pengertian relokasi dalam kamus Indonesia diterjemahkan adalah membangun kembali tempat yang baru harta kekayaan, termasuk tanah produktif dan prasarana umum di lokasi atau lahan lain. Dalam relokasi adanya objek dan subjek yang terkena pajak dalam perencanaan dan pembanguna lokasi. Secara harfiah relokasi adalah penataan ulang dengan tempat yang baru atau pemindahan dari tempat lain ke tempat baru.

Persamaan fungsi yang dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional menimbulkan persaingan antara kedua dan juga menimbulkan modernisasi dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern. Preferensi prioritas faktor internal, faktor eksternal, faktor bertahan, dan daya tarik pusat perbelanjaan modern menyebabkan pasar tradisional mengalami kondisi bertahan, kehancuran, maupun modernisasi. Ketiganya ini dapat menyebabkan sebuah pasar tradisional dapat mempertahankan konsep dan fisik bangunannya sebagai pasar, modernisasi dari

pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern. Menyebabkan suatu pasar tradisional kearah kehancuran. (Andreasn Y.C dan Marinus W, 2006 dalam Hendra Widi Utomo 2011).

Isu utama yang berkaitan dengan perkembangan pasar tradisional adalah sebagai berikut :

- a. Jarak antara pasar tradisional dengan hypermarket yang saling berdekatan.
- b. Tumbuh pesatnya minimarket (yang dimiliki pengelola jaringan) ke wilayah pemukiman.
- c. Penerapan berbagai macam syarat perdagangan oleh ritel modern yang memberatkan pemasok barang.
- d. Kondisi pasar tradisional secara fisik sangat tertinggal, maka perlu ada program kebijakan untuk melakukan pengaturan.

Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, dikembangkan berbagai upaya untuk mengembangkan pasar tradisional, antara lain dengan mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan, meningkatkan kompetensi pedagang dan pengelola, memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar tradisional yang telah ada sebelum dilakukan renovasi atau relokasi, serta mengevaluasi pengelolaan.

Relokasi yang dimaksud dalam pembahasan ini yakni pemindahan tempat berjualan dari tempat yang lama ke tempat yang baru, yang diatur dan ditata sesuai dengan jenis barang dagangannya, ini dilakukan untuk merenovasi pasar lama supaya bersih dan nyaman bagi pedagang dan pembeli, untuk itu pemerintah Kabupaten Indramayu sudah menyiapkan lahan untuk memindahkan pasar lama ke pasar baru, sekarang pasar baru bisa menampung 1.829 pedagang yang terdiri dari kios busana dan klontong 510 unit, kios busana dan sayuran 640 unit, kios ikan dan daging 80 unit, kios kuliner 20 unit, dan kios buah-buahan 99 unit. Sementara untuk beberapa sarana/fasilitas lainnya yakni mushola 1 unit, toilet 8 unit, TPS besar 1 unit, TPS kecil 1 unit,

jaringan listrik, penerangan jalan lingkungan 20 titik, akses masuk jalan dari 3 pintu, area parkir, dan berbagai sarana lainnya.

#### **2.1.1.6 Struktur Pasar**

Menurut pengertian umum, pasar adalah tempat bertemunya permintaan dan penawaran barang/jasa. Pada dasarnya, pasar dapat digolongkan menurut unsur-unsur yang terdapat dalam pasar seperti barang yang diperjualbelikan, waktu terjadinya, luas wilayah, dan strukturnya. Pada pembahasan kali ini akan dibahas pasar menurut strukturnya. Dipandang dari organisasi pasar atau strukturnya, bentuk pasar dibedakan menjadi dua macam yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan sempurna

#### **1. Pasar Persaingan Sempurna (*Perfect Competition Market*)**

Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang terdapat mobilitas sempurna dari sumber daya serta adanya pengetahuan yang sempurna baik pembeli maupun penjual, sehingga kekuatan permintaan dan penawaran dapat bergerak bebas. Contoh pasar persaingan sempurna antara lain bursa efek atau pasar modal atau pasar uang.

#### **➤ Ciri-Ciri Pasar Persaingan Sempurna**

Adapun ciri-ciri pasar persaingan sempurna adalah sebagai berikut.

- Jumlah pembeli dan penjual sangat banyak.
- Barang yang diperdagangkan bersifat homogen.
- Terdapat kebebasan keluar masuk pasar (*free entry dan free exit*), baik bagi pembeli maupun penjual.
- Tidak ada hambatan dalam mobilitas sumber ekonomi dari satu usaha ke usaha lain.
- Kurva permintaan yang dihadapi seorang produsen adalah garis lurus horizontal, artinya harga cenderung stabil walaupun jumlah barang yang terjual mengalami perubahan.

- Penjual dan pembeli memahami keadaan pasar secara sempurna.
- Pembeli dan penjual bebas mengadakan perjanjian, tanpa ada campur tangan pemerintah.
- Pemerintah tidak ikut campur tangan tentang harga, baik langsung maupun tidak langsung.

Sebagai implikasi dari ciri-ciri tersebut, maka seorang produsen tidak dapat mengubah harga pasar yang berlaku. Seorang produsen hanya sebagai pengambil harga (*price taker*). Dan dalam jangka pendek hal penting yang harus diperhatikan oleh produsen yang berada pada pasar persaingan sempurna adalah menentukan jumlah produksi yang dapat mendatangkan keuntungan maksimum. Hal tersebut dapat tercapai jika pendapatan marjinal (*MR*) sama dengan biaya marjinal (*MC*) dan juga sama dengan harga outputnya.

Dalam jangka panjang, perusahaan-perusahaan akan menambah skala produksinya dan tidak menutup kemungkinan adanya perusahaan-perusahaan baru yang masuk dalam industri jika ada keuntungan lebih (harga jual atau *P* di atas biaya rata-rata atau *AC*). Akibatnya penawaran output di pasar akan bertambah dan mendorong harga turun sampai pada posisi di mana harga jual sama dengan biaya produksi. Akhirnya keuntungan menjadi normal, dan hal ini akan merangsang adanya perluasan kapasitas produksi maupun pendirian pabrik baru. Keadaan tersebut dinamakan ekuilibrium jangka panjang (harga jual atau *P* sama dengan biaya rata-rata atau *AC* minimum).

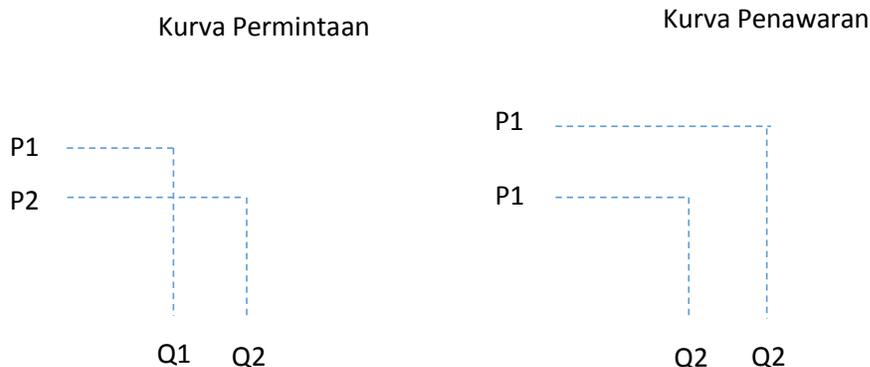
#### ➤ Pembentukan Harga Pada Pasar Persaingan Sempurna

Pada pasar persaingan sempurna harga pasar cenderung stabil, karena dalam struktur pasar persaingan sempurna, penjual adalah sebagai penerima harga (*price taker*). Artinya harga sudah terjadi di pasar dan penjual hanya dapat menerima harga yang terjadi di pasar tersebut, maka penjual tidak dapat menentukan harga dan merubahnya.

**Gambar 2.5**

#### **Kurva Permintaan dan Kurva Penawaran**



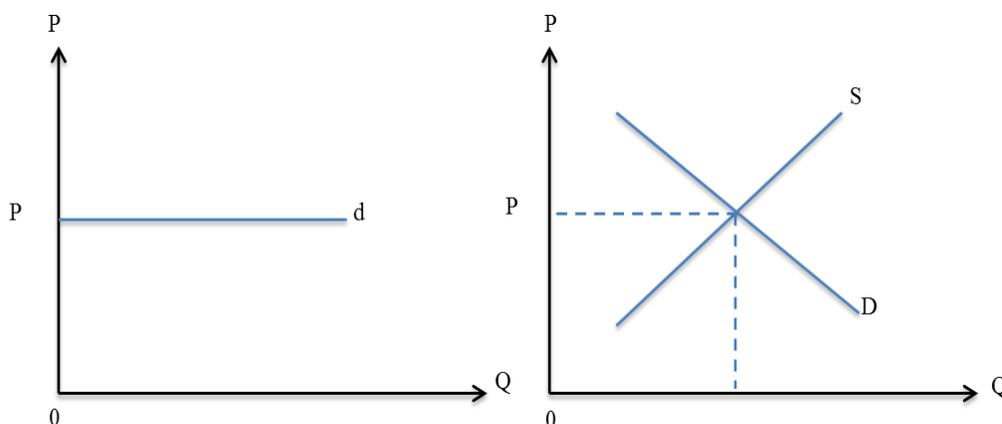


Gambar 2. Menunjukkan kurva permintaan dan penawaran antara hubungan harga dan jumlah barang, dimana pada kurva permintaan jika terjadi permintaan barang dari  $Q_1$  ke  $Q_2$  maka akan merubah harga  $P_1$  ke  $P_2$ . Artinya penambahan jumlah barang dengan asumsi permintaan tetap maka akan menurunkan harga. Begitu juga dengan kurva penawaran, dimana jika pada suatu pasar dengan penawaran sebanyak  $Q_1$  maka tingkat harga sebesar  $P_1$ , apabila ada penambahan penawaran dari konsumen menjadi  $Q_2$  maka dengan asumsi jumlah yang barang tetap harga akan berubah menjadi  $P_2$ .

Kondisi yang terjadi pada kurva permintaan dan penawaran tidak akan terjadi pada pasar persaingan sempurna. Dimana pasar persaingan sempurna memiliki banyak pembeli dan penjual, selain itu barang yang dijual belikan homogen. Sehingga kurva permintaan pada sebuah pasar persaingan sempurna adalah sebagai berikut

**Gambar 2. 6**

**Kurva Permintaan Sebuah Perusahaan Pada Persaingan Sempurna**



Berdasarkan gambar di atas, pada tingkat  $P$  yaitu harga yang terbentuk di pasar melalui keseimbangan Permintaan ( $D$ ) dan Penawaran ( $S$ ). Perusahaan dan Produsen hanya penerima harga (price taker). Hal ini tercermin dalam kurva permintaan  $d$  yang mendatar, menunjukkan bahwa perusahaan akan menjual sejumlah berapapun pada harga  $P$ . berapapun jumlah barang yang dijualnya, penjual tidak akan mengurangi ataupun menambah harganya sehingga kurva permintaanya elastis sempurna.

#### ➤ **Keseimbangan Perusahaan**

Pada pasar persaingan sempurna, grafik keseimbangan dapat digambarkan dalam dua macam. Pertama, grafik keseimbangan pada perusahaan yang menghasilkan keuntungan maksimum dan grafik yang menggambarkan adanya kerugian minimum.

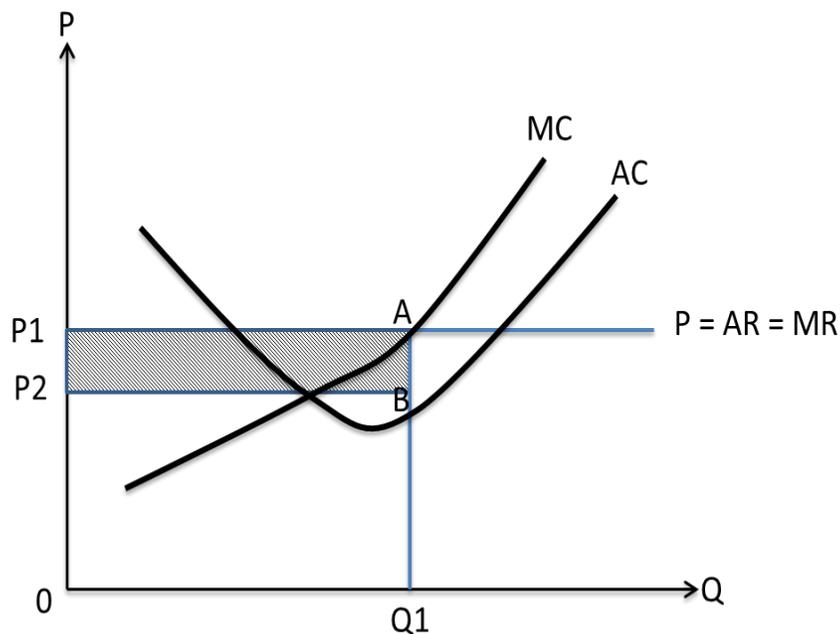
Untuk menggambarkan grafik keseimbangan perusahaan yang menghasilkan laba maksimum/keuntungan maksimum harus memperhatikan syarat-syarat berikut ini.

1. Kurva  $P=AR=MR$  merupakan garis lurus. Hal ini disebabkan karena harga konstan sehingga penerimaan tambahan dan penerimaan rata-rata dari penjualan satu unit pun konstan.
2. Kurva  $AC$  (Average Cost) turun dari kiri atas ke kanan bawah dan secara perlahan naik kembali.
3. Titik  $A$  menunjukkan kuantitas produksi yang memberikan keuntungan maksimum yaitu pada saat  $P = MC$ .

Maka untuk lebih jelas dalam perhitungan laba maksimal dapat dilihat pada gambar sebagai berikut.

**Gambar 2.7**

**Keseimbangan dengan keuntungan maksimal**



*Sumber : Samuelson Nordhaus, Ilmu Ekonomi Mikro*

Dari grafik pada Gambar dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut.

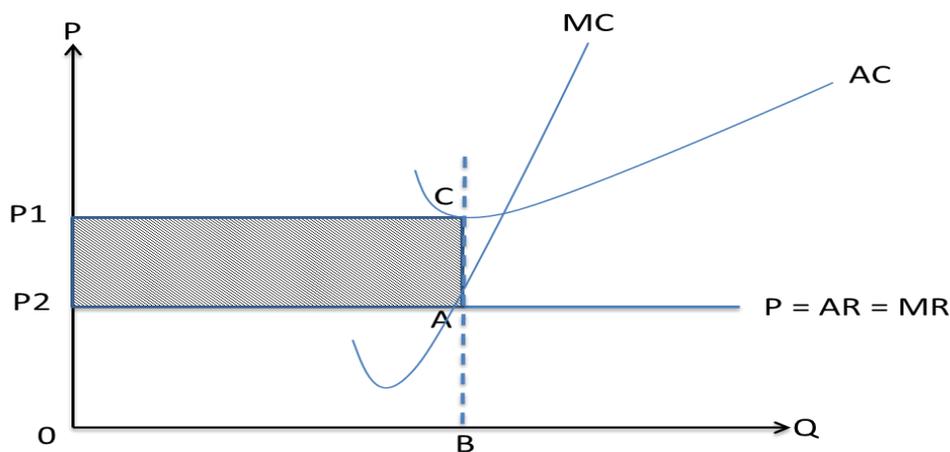
- Harga terbentuk saat kurva MC memotong kurva MR, yaitu setinggi  $OP_1$
- Besarnya penerimaan total (TR) =  $OP_1AB$
- Besarnya biaya total =  $OP_2CB$
- Kerugian minimum sebesar =  $P_1P_2CA$
- Kurva MC selalu memotong kurva AC minimum (pada titik yang terendah).

Adapun grafik keseimbangan perusahaan pada pasar persaingan sempurna yang menggambarkan kerugian minimum harus memenuhi syarat-syarat berikut ini.

1. Kurva  $AR = MR$  sejajar dengan sumbu  $OQ$ .
2. Kurva  $AC$  berada di atas kurva  $AR$  dan  $MR$ , atau kurva  $AR$  dan  $MR$  berada di bawah titik terendah kurva  $AC$ .
3. Kurva  $MC$  selalu memotong kurva  $AC$  minimum. Sebelum memotong  $AC$ , kurva  $AC$  memotong kurva  $MR$  dan saat itulah menunjukkan produksi menderita kerugian minimum.

**Gambar 2.8**

**Keseimbangan dengan kerugian minimum Pada Persaingan Sempurna**



Sumber : Samuelson Nordhaus, Ilmu Ekonomi Mikro

Dari Gambar dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut.

- Harga terbentuk saat kurva  $MC$  memotong kurva  $MR$ , yaitu setinggi  $OP_2$
- Besarnya penerimaan total ( $TR$ ) =  $OP_1CB$
- Besarnya biaya total =  $OP_2AB$
- Kerugian minimum sebesar =  $P_1P_2CA$

## **2. Pasar Persaingan Tidak Sempurna (*Imperfect Competition Market*)**

Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar yang tidak terorganisasi secara sempurna, atau bentuk-bentuk dari pasar di mana salah satu ciri dari pasar persaingan sempurna tidak terpenuhi. Pasar persaingan tidak sempurna terdiri atas pasar monopoli, oligopoli, dan pasar persaingan monopolistik.

### **❖ Pasar Monopoli**

Pasar monopoli adalah suatu keadaan pasar di mana hanya ada satu kekuatan atau satu penjual yang dapat menguasai seluruh penawaran, sehingga tidak ada pihak lain yang menyainginya atau terdapat pure monopoly (monopoli murni). Contoh pasar monopoli antara lain perusahaan negara, dan perusahaan minyak bumi serta gas alam. Sebab-sebab terjadinya pasar monopoli adalah sebagai berikut

- 1) Penguasaan bahan mentah.
- 2) Penguasaan teknik produksi tertentu.
- 3) Pemberian hak istimewa dari pemerintah (misalnya hak paten).
- 4) Adanya lisensi (pemberian izin kepada perusahaan tertentu yang ditunjuk).
- 5) Adanya monopoli yang diperoleh secara alamiah.
- 6) Memiliki modal yang besar (karena penggabungan perusahaan),
- 7) Memiliki prestasi dan keahlian yang tidak dimiliki orang lain,
- 8) Adanya keterbatasan pasar.

➤ Sedangkan ciri-ciri pasar monopoli di antaranya adalah sebagai berikut.

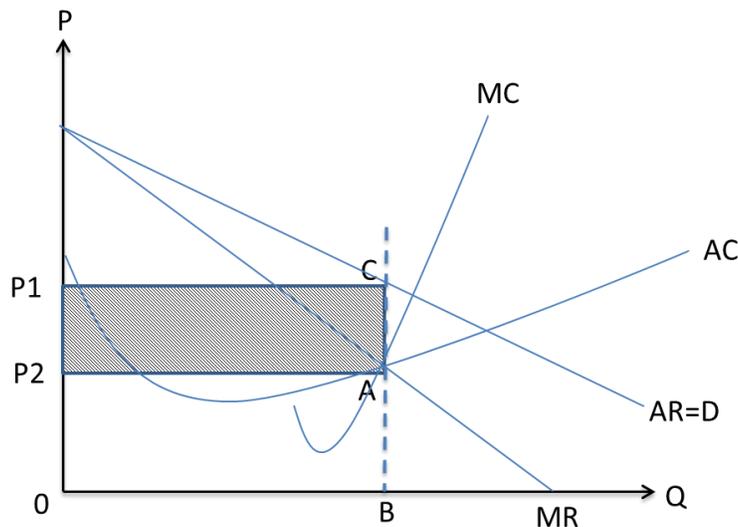
- 1) Hanya memiliki satu penjual.

- 2) Jenis barang yang diproduksi tidak ada barang penggantinya (nosubstituties) yang mirip.
- 3) Adanya hambatan atau rintangan (barriers) bagi perusahaan baru yang akan masuk ke dalam pasar monopoli.
- 4) Penjual ini tidak memengaruhi harga serta output dari produk lain yang dijual dalam perekonomian.

Pada pasar monopoli keuntungan maksimum dapat digambarkan sebagai berikut.

**Gambar 2.9**

***Keseimbangan dengan keuntungan maksimum Pada Pasar Monopoli***



*Sumber : Samuelson Nordhaus, Ilmu Ekonomi Mikro*

Dari gambar keuntungan maksimum dapat dijabarkan sebagai berikut.

- Harga pembentuk saat kurva MC memotong kurva MR.
- Harga pasar setinggi  $OP_1$
- Kurva MC selalu memotong kurva AC pada titik yang terendah.
- Besarnya penerimaan total (TR) =  $OP_1CB$
- Besarnya biaya total (TC) =  $OP_2AB$
- Keuntungan maksimum sebesar =  $P_1P_2AC$ .

## ❖ Pasar Oligopoli

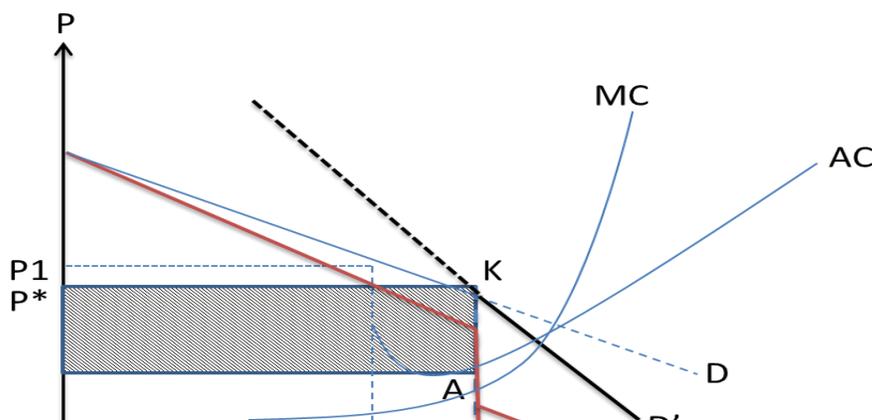
Pasar oligopoli adalah suatu keadaan pasar di mana terdapat beberapa produsen atau penjual menguasai penawaran, baik secara independen (sendiri-sendiri) maupun secara diam-diam bekerja sama. Contoh pasar oligopoli antara lain pasar bagi perusahaan industri motor, industri baja, industri rokok, dan industri sabun mandi. Adapun ciri-ciri pasar oligopoli di antaranya sebagai berikut.

1. Terdapat sedikit penjual (3 sampai dengan 10) yang menjual produk substitusi, artinya yang mempunyai kurva permintaan dengan elastisitas silang (cross elasticity of demand) yang tinggi.
2. Terdapat rintangan untuk memasuki industri oligopoli. Hal ini karena perusahaan yang ada dalam pasar hanya sedikit.
3. Keputusan harga yang diambil oleh suatu perusahaan harus dipertimbangkan oleh perusahaan yang lain dalam industri.

Berdasarkan ciri tersebut, maka seorang ahli ekonomi P. Sweezy memperkenalkan kurva permintaan patah (Kinked Demand). Menurutnya, kurva permintaan yang dihadapi oleh perusahaan oligopoli patah pada satu titik harga tertentu untuk mencerminkan perilaku produsen oligopoli.

**Gambar 2.10**

### **Kurva permintaan patah (kinked demand)**



*Sumber : Samuelson Nordhaus, Ilmu Ekonomi Mikro*

Asumsi tentang teori kurva permintaan patah di antaranya:

- 1) Industri telah dewasa, baik dengan diferensiasi produk maupun tanpa diferensiasi produk.
- 2) Jika suatu perusahaan menurunkan harga, maka perusahaan lainnya akan mengikuti dan menandingi penurunan harga tersebut,
- 3) Jika perusahaan menaikkan harga, maka perusahaan lainnya dalam industry tidak akan mengikutinya.

#### ❖ **Pasar Monopolistik**

Pasar persaingan monopolistik adalah pasar yang terjadi bila dalam suatu pasar terdapat banyak produsen, tetapi ada diferensiasi produk (perbedaan merk, bungkus, dan sebagainya) diantara produk-produk yang dihasilkan oleh masing-masing produsen.

Jadi model pasar persaingan monopolistik pada dasarnya sama dengan model pasar persaingan sempurna, hanya saja dalam pasar monopolistik diperkenalkan adanya diferensiasi produk, sehingga produk yang dijual bersifat heterogen (beragam). Istilah diferensiasi produk di sini ditentukan secara riil dua barang yang tidak berbeda, namun dapat dianggap berbeda oleh konsumen. Pasar ini juga mengakui adanya kekuasaan monopoli tertentu yang timbul dari penggunaan merk dan tanda dagang yang berbeda. Oleh sebab itu, kurva permintaannya

mempunyai kemiringan negatif. Contoh pasar persaingan monopolistik adalah rumah makan, tukang cukur, dan perusahaan angkutan.

### **2.1.1.7 Fungsi Pasar**

Fungsi Pasar secara umum adalah menetapkan harga suatu barang atau jasa, mengorganisasi dan mendistribusikan serta membatasi konsumsi dari produksi yang tersedia, selain itu Pasar juga berfungsi sebagai fasilitator untuk mengelola tabungan atau saving dan investasi.

Secara garis besar, Pasar adalah sarana bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melaksanakan kegiatan transaksi jual beli. Pada dasarnya pasar tidak menunjuk pada suatu lokasi atau tempat tertentu, karena pasar tidak mempunyai batas-batas geografis.

#### **❖ Fungsi Dan Peran Pasar**

Secara umum, pasar mempunyai 3 fungsi utama yaitu sebagai sarana distribusi, pembentukan harga, dan sebagai tempat promosi. Berikut dibawah ini penjelasannya:

#### **1. Sarana Distribusi**

Pasar sebagai sarana distribusi, berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen.

#### **2. Pembentuk Harga / Menetapkan Nilai**

Pasar akan menetapkan harga suatu barang atau jasa tertentu sesuai dengan permintaan dan penawaran yang terjadi dipasar. Setelah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga. Dengan

demikian, pasar berfungsi sebagai pembentuk harga. Harga yang telah menjadi kesepakatan tersebut, tentunya telah diperhitungkan oleh penjual dan pembeli.

### **3. Sebagai Sarana Promosi**

Pasar ini dapat dijadikan tempat oleh produsen untuk memperkenalkan (memasarkan) hasil produksi mereka. Di pasar ini para produsen akan saling bersaing, dan merebut hari konsumsen.

#### **2.1.1.8 Mekanisme Pasar**

Mekanisme pasar adalah suatu proses penentuan tingkat harga berdasarkan dari kektan permintaan dan penawaran. Definisi mekanisme pasar yang lainnya yaitu kecenderungan dalam pasar bebas untuk terjadinya perubahan dari harga hingga pasar menjadi seimbang (jumlah yang penawaran sama dengan jumlah permintaan).

#### **1. Pengertian permintaan dan penawaran**

Permintaan adalah keinginan dari konsumen untuk membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Seperti misalnya Mengenai permintaan pakaian di kota Bandung, kita membicarakan mengenai berapa jumlah pakaian yang akan dibeli pada berbagai tingkat harga dalam satu periode waktu tertentu, perbulan atau pertahun. Berikut ini beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan suatu barang, diantaranya seperti:

- Harga dari barang itu sendiri.
- Harga barang yang terkait.
- Selera ataupun kebiasaan
- Tingkat pendapatan perkapita.
- Jumlah penduduk di daerah tersebut.

Penawaran adalah keinginan dari produsen untuk menawarkan atau menjual sejumlah barang pada berbagai macam tingkat harga selama satu periode tertentu. Dan inilah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penawaran, diantaranya seperti dibawah ini:

- Harga dari barang itu sendiri.
- Harga barang yang terkait.
- Harga faktor produksi.
- Biaya dari produksi barang.
- Teknologi untuk memproduksi barang.
- Jumlah penjual.
- Tujuan dari perusahaan dan Kebijakan Pemerintah.

## **2. Berikut kelebihan dan kelemahan mekanisme pasar**

Mekanisme pasar merupakan suatu sistem yang cukup efisien dalam mengalokasikan berbagai faktor produksi dan mengembangkan perekonomian, tetapi dalam keadaan tertentu dapat menimbulkan akibat yang buruk sehingga dibutuhkan campur tangan dari pemerintah untuk memperbaikinya.

Mekanisme pasar dapat mengalokasikan faktor produksi dengan cukup efisien dan juga dapat mendorong perkembangan dari ekonomi yang disebabkan karena dia mempunyai beberapa kelebihan, diantaranya seperti di bawah ini:

- Pasar dapat memberikan informasi yang sangat tepat.
- Pasar dapat memberi perangsang untuk mengembangkan kegiatan.
- Pasar dapat memberi perangsang untuk mendapatkan keahlian yang lebih modern.
- Pasar dapat menggalakan penggunaan barang dan juga faktor produksi secara efisien.

- Pasar dapat memberikan kebebasan yang cukup tinggi pada masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan ekonomi.

Adapun beberapa kelemahan dari mekanisme pasar, diantaranya seperti di bawah ini:

- Kebebasan yang tidak memiliki batas, dapat menindas golongan yang lemah.
- Kegiatan dari ekonomi sangat tidak stabil keadaannya, mekanisme pasar yang bebas dapat menyebabkan perekonomian akan mengalami kegiatan naik-turun yang tak teratur.
- Sistem pasar dapat menyebabkan monopoli, tidak selalu mekanisme pasar itu merupakan sistem pasar persaingan sempurna, yang dimana harga dan juga jumlah barang yang diperjualbelikan ditentukan oleh permintaan pembeli dan penawaran penjual yang banyak jumlahnya.
- Mekanisme pasar tidak bisa menyediakan beberapa jenis barang secara efisien.
- Kegiatan dari pembeli atau konsumen dan produsen mungkin dapat menimbulkan “eksternalitas” yang merugikan, Disini yang dimaksud dengan “eksternalitas” yaitu akibat sampingan (buruk atau baik) yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan mengkonsumsi ataupun memproduksi.

#### **2.1.1.9 Faktor-Faktor Yang Menentukan Struktur Pasar**

Struktur pasar dapat berubah sesuai dengan berubahnya kondisi pasar. Adapun faktor-faktor yang dapat merubah struktur pasar akan dijelaskan sebagai berikut :

##### **1. Jumlah penjual atau produsen.**

Jumlah produsen akan menentukan jumlah penjual dalam suatu industri atau pasar. Semakin banyak produsen yang memproduksi barang yang sama maka akan semakin keras persaingan dalam pasar. Hal ini akan mendorong produsen bekerja secara efisien, atau kualitas produknya semakin unggul.

Meskipun produk yang dihasilkan sama tetapi orang dapat membedakan karena merek, kualitas atau kemasan. Struktur pasar yang demikian ini tetap dalam persaingan yang sering disebut persaingan monopolistik. Jika dalam pasar hanya ada satu penjual merupakan pasar monopoli. Disamping itu jika dalam pasar untuk barang tertentu terdapat cukup banyak produsen disebut struktur pasar oligopoli.

## **2. Jenis dan sifat barang yang di jual**

Jenis atau sifat barang yang dihasilkan perusahaan akan menentukan pula struktur sifat atau jenis barang yang mempengaruhi struktur pasar. Misalkan barang yang dihasilkan sama dan homogen atau berbeda dan tidak dapat diganti dengan produk yang dihasilkan oleh produsen lain.

### **2.1.2 Modal Kerja**

Menurut Komaruddin (2005:41) berpendapat bahwa: modal yang sebenarnya “Adalah suatu dana yang tepat dari kekayaan produktif yang berwujud dalam bentuk barang-barang modal”. Modal merupakan input (faktor produksi) yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan. Didalam suatu usaha masalah modal mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan berhasil tidaknya suatu usaha yang telah didirikan. Modal dapat dibagi sebagai berikut:

1. Modal Tetap Adalah modal yang memberikan jasa untuk proses produksi dalam jangka waktu yang lama dan tidak terpengaruh oleh besar kecilnya jumlah produksi.
2. Modal Lancar Adalah modal memberikan jasa hanya sekali dalam proses produksi, bisa dalam bentuk bahan-bahan baku dan kebutuhan lain sebagai penunjang usaha tersebut.

Menurut Suparmoko (2010:96), modal adalah segala bentuk kekayaan berupa barang dan uang yang bisa didapatkan sendiri maupun pihak lain berupa pinjaman. Modal terdiri dari:

1. Modal usaha adalah capital semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung, untuk menambah output. Modal usaha pedagang kaki lima ini sendiri dari modal tetap seperti bangunan peralatan dan modal lancara seperti uang kas dan barang dagangan.
2. Modal kerja adalah capital yang diperlukan untuk membelanjai operasi sehari-hari atau disebut biaya tetap suatu usaha. Contoh uang muka dan gaji, dimana uang tersebut akan kembali lagi masuk ke perusahaan melalui hasil penjualan.

#### **2.1.2.1 Jenis Modal Kerja Berdasarkan Sumber**

Jika melihat dari mana modal tersebut berasal, sumber modal dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sumber internal dan sumber eksternal.

##### **1. Sumber Internal**

Modal dari sumber internal adalah modal yang didapatkan dari dalam perusahaan. Modal ini bisa berasal dari laba ditahan dan akumulasi penyusutan. Selain itu, bisa juga berasal dari penjualan. Namun, penggunaan modal internal ini sebenarnya cukup sulit karena memiliki sifat yang terbatas dan peningkatannya jarang terjadi secara signifikan.

##### **2. Sumber Eksternal**

Sedangkan untuk modal dari sumber eksternal, bisa didapatkan dari berbagai macam cara yang berasal dari luar perusahaan. Misalnya kreditor, pemegang saham, pinjaman bank, koperasi, investor, dan sumber-sumber lainnya. Seringkali, modal dari sumber eksternal ini dicari dan dibutuhkan karena sifatnya yang tidak terbatas. Apalagi jika dibandingkan dengan modal dari sumber internal. Karena sifatnya yang tidak terbatas inilah, maka banyak perusahaan akan mencari modal dari sumber eksternal ini saat akan melakukan proses pengembangan perusahaan.

### **2.1.2.2 Jenis Modal Kerja Berdasarkan Fungsi**

Jenis modal berdasarkan fungsi dapat dibedakan menjadi modal perseorangan dan modal sosial :

#### **1. Modal Perseorangan**

Modal perseorangan merupakan kepemilikan barang modal yang dimiliki oleh seseorang dan dapat membantu untuk memudahkan aktivitas juga memberikan laba kepada pemiliknya. Misalnya adalah kepemilikan deposito, properti pribadi, saham, dan lain sebagainya.

#### **2. Modal Sosial**

Sedangkan modal sosial adalah modal yang kepemilikannya dimiliki oleh masyarakat dan dapat membantu masyarakat untuk melakukan kegiatan produksi.

### **2.1.2.3 Jenis Modal Kerja Berdasarkan Wujud**

Modal berdasarkan wujudnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu modal konkret atau aktif dan modal abstrak atau pasif.

#### **1. Modal Konkret atau Aktif**

Modal konkret atau modal aktif adalah modal yang dapat dilihat secara kasat mata. Misalnya seperti bahan baku, tempat, mesin, gudang, dan juga berbagai bentuk saran dan prasarana lainnya yang mendukung proses produksi.

#### **2. Modal Abstrak atau Pasif**

Modal abstrak atau modal pasif adalah modal yang tidak dapat dilihat secara kasat mata. Misalnya *skill* yang dimiliki oleh tenaga kerja, hak cipta, dan juga hak pendirian. Meskipun bersifat abstrak dan sulit diukur, namun keberadaan modal abstrak ini tak kalah penting dari modal konkret dalam perannya menjaga keberlangsungan perusahaan.

### **2.1.3 Lama Usaha**

Lama usaha memegang peranan penting dalam proses melakukan usaha perdagangan (Widya Utama, 2012). Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan suatu pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi lebih kecil dari pada penjualan (Firdausa, 2013). Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera dan perilaku konsumen serta semakin banyak relasi bisnis dan pelanggan (Asmie dan Wicaksono, 2011)

#### **2.1.4 Harga Jual**

Menurut Gregory Lewis, harga jual adalah sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual. Harga jual adalah nilai yang tercermin dalam daftar harga, harga eceran, dan harga adalah nilai akhir yang diterima oleh perusahaan sebagai pendapatan atau net price. Harga jual merupakan penjumlahan dari harga pokok barang yang dijual, biaya administrasi, biaya penjualan, serta keuntungan yang diinginkan.

Harga dalam teori ekonomi, harga nilai barang dan faedah merupakan istilah yang saling berhubungan, faedah adalah atribut suatu barang yang dapat memuaskan kebutuhan, sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik harga lain dalam pertukaran. Sedangkan harga jual adalah nilai yang dibebankan kepada pembeli atau pemakai barang dan jasa atau harga jual adalah jumlah moneter yang di bebaskan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang di jual atau di serahkan.

Konsep lain menunjukkan apabila harga sebuah barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total akan berada

pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan. Adapun definisi menurut para ahli mengenai harga jual antara lain, yaitu: Hansen dan Mowen mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

## **2.1.5 Teori Pendapatan**

### **2.1.5.1 Pengertian Pendapatan**

Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan juga bisa digunakan sebagai alat untuk mengukur kondisi ekonomi seseorang atau rumah tangga. Pendapatan menunjukkan seluruh 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 dalam Firdausa, 2013). Pendapatan juga dapat diartikan sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan.

Menurut Samuelson dan Nordhaus Pendapatan menunjukkan jumlah uang yang diterima oleh rumah tangga selama kurun waktu tertentu (biasanya satu tahun), Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga dan deviden, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran.

Pendapatan merupakan uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji (salaries), upah (wages), sewa (rent), bunga (interest), laba (profit), dan sebagainya, bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun, dan lain sebagainya. Dalam analisis mikro

ekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga, maupun laba, secara berurutan (Jaya, 2011).

### **2.1.5.2 Perhitungan Pendapatan**

Menurut Kotler pendapatan merupakan selisih biaya yang dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh. Besarnya pendapatan yang diterima merupakan balas jasa untuk aktivitas yang dilakukan dalam usaha. Bentuk dan jumlah pendapatan memiliki fungsi yang sama, yaitu untuk memenuhi keperluan sehari-hari dan memberikan kepuasan agar dapat melanjutkan kegiatannya. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC \text{ atau } \pi = Q \times P - (TFC + TVC)$$

Keterangan :

$\pi$  = Keuntungan

TR = Penerimaan Total

TC = Biaya Total

Q = Jumlah Produksi

P = Harga Produk

TFC = Total Biaya Tetap

TVC = Total Biaya Variabel

Keuntungan atau laba menunjukkan nilai tambah (hasil) yang diperoleh dari modal yang dijalankan. Setiap kegiatan yang dijalankan perusahaan tentu berdasar modal yang dijalankan.

Dengan modal itulah keuntungan atau laba diperoleh. Hal inilah yang menjadi tujuan utama dari setiap dari hasil proses produksi atau usaha yang dilaksanakan (Muhammad dalam Abdul Hamid : 2016).

### **2.1.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan**

Menurut Suratiyah (2015), faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya biaya dan pendapatan yaitu terdiri dari beberapa faktor seperti kualitas sumberdaya manusia, potensi sumberdaya alam, jumlah modal yang digunakan dan teknologi yang digunakan. Adapun lebih jelas faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut.

#### **1. Kualitas Sumber Daya Manusia**

Negara yang memiliki sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas tinggi tentu akan memiliki pendapatan nasional yang tinggi pula. Jepang dikenal sebagai negara yang memiliki kualitas SDM yang tinggi. Walaupun Jepang tidak memiliki banyak potensi sumber daya alam jika dibandingkan dengan Indonesia, tetapi karena kualitas SDM-nya tinggi maka Jepang mampu menghasilkan pendapatan nasional yang tinggi pula sehingga tergolong sebagai negara maju.

Adapun ciri-ciri SDM yang memiliki kualitas tinggi adalah:

- 1) Memiliki bekal ilmu pengetahuan yang tinggi.
- 2) Memiliki etos kerja yang baik (rajin, disiplin, jujur, tepat waktu, dan lainlain).
- 3) Memiliki tingkat keterampilan yang baik.
- 4) Menguasai teknologi dan informasi (seperti teknologi komputer, internet, dan bioteknologi).
- 5) Menyukai tantangan dan perubahan.

Jika dibandingkan dengan faktor-faktor lain yang bisa memengaruhi besar kecilnya pendapatan nasional, faktor kualitas SDM memiliki peranan yang paling besar dalam menentukan besar kecilnya pendapatan nasional. Karena, jika kualitas SDM baik maka dapat dipastikan

pengelolaan dan pengendalian faktor-faktor lain untuk mencapai kemakmuran dapat terlaksana dengan baik.

## **2. Potensi Sumber Daya Alam**

Negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah jika dikelola dengan baik akan menghasilkan pendapatan nasional yang tinggi. Seperti halnya Indonesia, sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam tentu akan memiliki pendapatan nasional yang tinggi, seandainya potensi sumber daya alam dikelola dengan baik dan bertanggung jawab.

## **3. Jumlah Modal yang Digunakan**

Jika suatu negara memiliki modal yang cukup untuk mengolah sumber daya alam yang tersedia, tentu pendapatan nasional negara tersebut akan meningkat. Sebaliknya, jika suatu negara kekurangan modal maka pendapatan nasional negara tersebut tidak optimal. Pada umumnya, jika suatu negara kekurangan modal (baik modal barang seperti mesin, maupun modal uang) maka negara tersebut akan mengundang investor asing untuk menanamkan modalnya, biasanya dalam bentuk pendirian perusahaan-perusahaan. Akan tetapi, jika suatu negara memiliki banyak modal (terutama negaranegara maju) maka negara tersebut akan menanamkan sebagian modalnya ke negara lain yang diinginkannya.

Negara yang dijadikan tujuan penanaman modal oleh investor asing umumnya memiliki syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) Mempunyai SDA (Sumber Daya Alam) yang memadai.
- 2) Keamanan dalam negeri terjamin.
- 3) Memiliki undang-undang ketenagakerjaan yang kondusif.
- 4) Lebih disukai yang memiliki tenaga kerja dengan upah yang murah;
- 5) Memiliki pemerintahan yang baik dan kuat (stabil);

- 6) Menegakan hukum berjalan lancar; dan
- 7) Birokrasi yang tidak bertele-tele dalam penanaman modal asing.

#### **4. Tingkat Teknologi yang Digunakan**

Dengan teknologi sederhana, jumlah barang dan jasa yang dihasilkan relatif lebih sedikit. Akan tetapi dengan teknologi modern, jumlah barang dan jasa yang dihasilkan tentu lebih banyak. Dengan demikian, penggunaan teknologi yang lebih modern akan meningkatkan perolehan pendapatan nasional.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Penelitian – penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

1. Jurnal dari Budi wahyono (2017) yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Kota Bantul Kab Bantul”. Penelitian menunjukkan bahwa Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Bantul. Serta tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang, Lama usaha tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Bantul, Jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagan, tingkat pendidikan, modal usaha, lama usaha, dan jam kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Bantul di Kabupaten Bantul.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan adalah sama sama meneliti faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang, lama usaha, jam kerja serta modal usaha.

2. Jurnal dari Fadlan, Zaenal Abidin (2017) yang berjudul “Analisis perbedaan tingkat pendapatan pedagang sayur sesudah dan sebelum relokasi dari pasar merjosari ke paar lindungsari”. Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan harga jual, kuantitas

penjualan, variable cost dan efisiensi usaha yang dialami oleh responden. Hal tersebut tidak memberikan dampak yang signifikan bagi responden terhadap perbedaan pendapatan antara sesudah dan sebelum relokasi. Perbedaan biaya hanya terjadi pada fix cost, adanya peningkatan biaya yang besarnya relatif kecil yaitu antara 0 - 4,57 % dari besarnya pendapatan kotor. Prosentase fix cost tidak mampu memberikan perbedaan yang signifikan terhadap pendapatan responden antara sesudah dan sebelum relokasi.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama meneliti faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang setelah terjadinya relokasi.

3. Jurnal dari Khasan Setiaji (2018) yang berjudul “Pengaruh modal, lama usaha dan lokasi terhadap pendapatan pasar pasca relokasi”. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan modal, lama usaha dan lokasi usaha secara simultan terhadap pendapatan pedagang pasca relokasi Pasar Johar, Terdapat pengaruh positif dan signifikan modal terhadap pendapatan pedagang pasca relokasi Pasar Johar, Terdapat pengaruh positif dan signifikan lama usaha terhadap pendapatan pedagang pasca relokasi Pasar Johar di Kota Semarang.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama meneliti pengaruh dari modal, lama usaha terhadap pendapatan pasar setelah terjadinya relokasi.

4. Jurnal dari Rudi Laksono (2013) yang berjudul “Analisis relokasi pedagang pasar ngarsopuro di kota Surakarta”. Penelitian ini menunjukkan bahwa, Hasil dari rata-rata para pedagang di pasar ngarsopuro menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah di pindahkan mengalami penurunan, Keuntungan para pedagang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah di pindahkan.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama- sama meneliti apakah ada tingkat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah di pindahkan/relokasi.

5. Jurnal dari Aditya Septian Pratama (2013) yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar setelah relokasi di pasar purwoyoso kecamatan ngalian semarang”. Penelitian ini menunjukkan bahwa, Modal sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar. Berdasarkan nilai t hitung modal besar 5.609 dengan probabilitas sebesar 0,000. Lokasi sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar, Berdasarkan hasil t hitung lokasi pasar sebesar 2,400 dengan probabilitas sebesar 0,020. Dan jam dagang tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar purwoyoso.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama- sama meneliti apakah ada tingkat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah terjadinya lokasi antara modal, lokasi dan jam dagang para pedagang.

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

NO	PENELITIAN TERDAHULU	TUJUAN PENELITIAN
1	Jurnal dari Budi wahyono (2017) “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Kota Bantul Kab Bantul”.	Untuk mengetahui pengaruh pendapatan pedagang, lama usaha, serta modal usaha

2	Jurnal dari Fadlan, Zaenal Abidin (2017) “Analisis perbedaan tingkat pendapatan pedagang sayur sesudah dan sebelum relokasi dari pasar merjosari ke pasar lindungsari”.	Untuk mengetahui Persamaan tingkat pendapatan pedagang setelah terjadinya relokasi
3	Jurnal dari Khasan Setiaji (2018) yang berjudul “Pengaruh modal, lama usaha dan lokasi terhadap pendapatan pasar pasca relokasi”	Untuk mengetahui Persamaan modal, lama usaha terhadap pendapatan pasar setelah terjadinya relokasi.
4	Jurnal dari Rudi Laksono (2013) yang berjudul “Analisis relokasi pedagang pasar ngarsopuro di kota Surakarta”.	Untuk mengetahui perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah di pindahkan relokasi.
5	Jurnal dari Aditya Septian Pratama (2013) yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar setelah relokasi di pasar purwoyoso kecamatan ngalian semarang	Untuk mengetahui adakah tingkat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah terjadinya relokasi antara modal, lokasi dan jam dagang para pedagang.

Perbedaan penelitian yang sedang dilakukan ini adalah perbedaan lokasi atau pengambilan wilayah/daerah penelitian terhadap penelitian terdahulu dan variabel penelitian di penelitian kali ini menambahkan variabel harga jual dimana di penelitian terdahulu tidak ada variabel tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan penelitian dan penelitian terdahulu hanya menjadi pandangan bagi peneliti untuk menentukan lokasi yang di teliti dan variabel penelitian.

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Perdagangan menurut UU Republik Indonesia nomor 7 Tahun 2014 (tentang Perdagangan) bahwa pembangunan di bidang ekonomi diarahkan dan dilaksanakan untuk memajukan kesejahteraan umum melalui pelaksanaan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Sesuai dengan peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia nomor 53 Tahun 2008. Bahwa keberadaan pasar di atur oleh pemerintah, pemerintah daerah untuk kebutuhan masyarakat melakukan transaksi jual beli. Pasar Jatibarang dipindahkan ke pasar baru, Keberadaan pasar baru menurut teori akan menambah jumlah transaksi antar penjual dan pembeli, sebelumnya kondisi pasar Jatibarang sudah tidak layak lagi dikarenakan sudah terlalu penuh dan terjadi kebakaran, Hal ini yang mendorong pemerintah Kabupaten Indramayu memindahkan pasar Jatibarang ke Bulak yang berada di Kecamatan Jatibarang.

Dalam kegiatan berdagang terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan, menurut Swasta dan Irawan (2008:201), faktor-faktor tersebut antara lain kondisi dan kemampuan pedagang, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi usaha dan faktor lain.

Menurut Mubyarto modal adalah barang atau uang yang secara bersama-sama faktor produksi, tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang yang baru. Pentingnya peranan modal karena dapat membantu menghasilkan produktivitas, terutama modal kerja memiliki peran

penting dalam menjalankan usaha pada lokasi yang baru. Sehingga pedagang dapat menyesuaikan terhadap suasana yang baru dalam menjalankan usahanya. Pada lokasi tempat jualan yang baru maka faktor pendidikan sangat penting terhadap peningkatan pendapatan, orang yang berpendidikan akan cenderung lebih bisa memperhitungkan bagi mana pendapatan itu akan meningkat.

Modal kerja yang memenuhi kebutuhan operasional dalam usaha merupakan unsur penting yang mendukung peningkatan pendapatan yang pada akhirnya akan meningkatkan taraf hidup pedagang itu sendiri. Salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan untuk memperoleh pendapatan usaha yang optimal adalah tersedianya modal yang cukup. Kekurangan modal akan sangat membatasi pengembangan usaha, sehingga dengan modal cukup dan semakin tinggi maka akan meningkatkan jumlah produksi sehingga pendapatan juga akan meningkat (Budi wahyono : 2017).

Lama usaha juga merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi pendapatan, semakin lama seseorang melakukan usahanya maka akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi dan memasarkan produknya, karena pengusaha atau pedagang tersebut memiliki pengalaman, pengetahuan serta mampu mengambil keputusan dalam kondisi dan keadaan apapun. Selain itu seseorang yang menjual waktu usahanya lebih lama akan semakin memiliki relasi atau pelanggan yang lebih banyak. Sehingga berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Khasan Setiaji (2018) bahwa lama usaha memiliki pengaruh yang positif terhadap pendapatan pedagang *pasca* relokasi pasar Pasar Johar di Kota Semarang.

Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Simanjuntak (2001:74) bahwa seorang pengusaha dikatakan produktif bila ia mampu menghasilkan keluaran (*output*) lebih banyak, dalam hal ini pengalaman kerja akan memudahkan pekerjaan dalam memperoleh hasil yang lebih besar.

Selain itu, Sudarman (1990:66) menyatakan bahwa besarnya pendapatan seseorang tergantung pada sedikit banyaknya waktu yang digunakan untuk bekerja, semakin lama ia bekerja akan semakin besar pula pendapatannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin lama seseorang dalam melakukan usahanya, maka semakin tinggi pula pendapatannya.

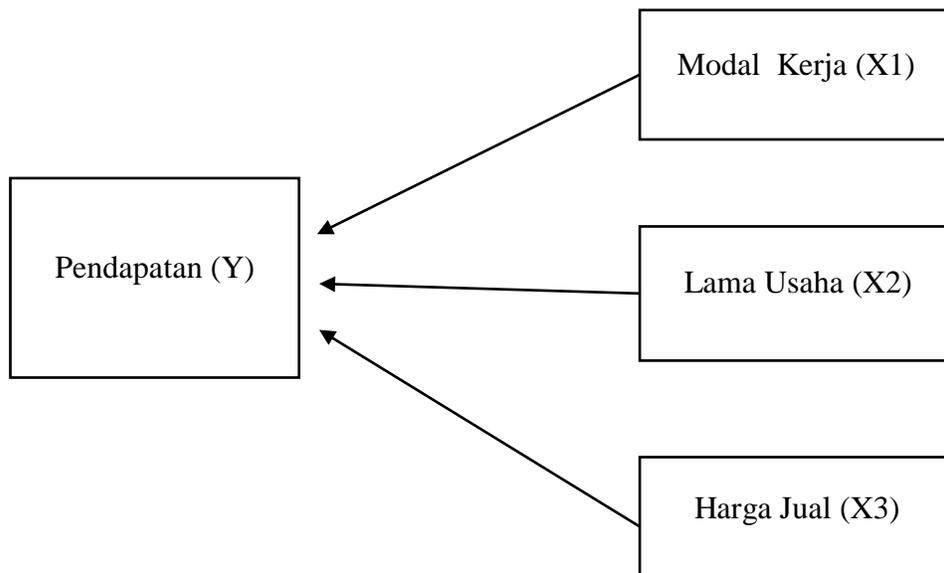
Perpindahan tempat usaha tentunya tidak selalu memberikan dampak yang positif terhadap pedang, selain harus menentukan tempat yang strategis untuk menarik pembeli, perpindahan tempat usaha tentunya memberikan nilai tambah terhadap modal usaha, contohnya dalam proses pemindahan alat-alat yang digunakan tentunya membutuhkan ongkos, ditambah lagi dengan pengelolaan yang dilakukan pemerintah tentunya ada biaya yang harus dibayar dalam bentuk pajak atau retribusi yang akan menambah modal usaha, sehingga kemungkinan akan terjadi perubahan terhadap harga jual produk.

Harga jual produk memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan petani, pedagang biasanya berupaya menentukan harga yang akan memaksimalkan nilai perusahaan. Harga yang ditentukan untuk sebuah produk akan mempengaruhi pendapatan pedagang dan pada akhir keuntungannya. Mengingat bahwa pendapatan dari penjualan sebuah produk akan sama dengan harga dikalikan dengan kuantitas penjualan. Meskipun harga yang lebih rendah akan mengurangi pendapatan perunit yang diterima, biasanya akan menghasilkan kuantitas penjualan yang lebih tinggi. Harga yang lebih akan meningkatkan pendapatan perunit yang diterima namun akan meningkatkan pendapatan perunit yang diterima namun akan menghasilkan kuantitas unit penjualan yang lebih rendah (Mulyadi : 2005). Sehingga berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maratul Jannah, Dkk. (2017) bahwa harga jual memiliki hubungan yang positif terhadap pendapatan.

Adanya perpindahan pasar atau relokasi diharapkan bisa menambah pendapatan para pedagang. Maka melalui penelitian ini akan diketahui pengaruh modal kerja, lama usaha dan harga jual sayur terhadap pendapatan pedagang sayur, sehingga Kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang sayur setelah terjadinya relokasi ke Pasar Jatibarang Kecamatan Jatibarang Kabupaten Indramayu dapat dilihat pada Gambar 2.12 sebagai berikut:

**Gambar 2.11**

**Kerangka berpikir**



## **2.4 Hipotesis**

Berdasarkan kajian teori dalam penelitian ini dapat dirangkum sehingga menjadi hipotesis dalam penelitian ini. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diduga variabel modal kerja memiliki hubungan yang positif terhadap pendapatan pedagang di Pasarjati Barang Kecamatan Jatibarang Kabupaten Indramayu.
2. Diduga variabel lama usaha memiliki hubungan yang positif terhadap pendapatan pedagang di Pasarjati Barang Kecamatan Jatibarang Kabupaten Indramayu.
3. Diduga variabel harga jual memiliki hubungan yang positif terhadap pendapatan pedagang di Pasarjati Barang Kecamatan Jatibarang Kabupaten Indramayu