

**HUBUNGAN ANTARA LOKASI USAHA DENGAN  
PENDAPATAN USAHA PADA PEDAGANG DI PASAR TANAH  
ABANG BLOK G JAKARTA PUSAT**

**(Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima Pasar Tanah Abang Tahun  
2013)**

**TRIA RAHMAWATI UTAMI**

**8105108055**



**Skripsi Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan  
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**KONSENTRASI PENDIDIKAN EKONOMI KOPERASI  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2014**

***THE CORRELATION BETWEEN BUSINESS LOCATION WITH  
BUSINESS INCOME ON TRADERS TANAH ABANG BLOCK G  
CENTRAL JAKARTA***

*(Case Study After Relocation Street Vendors On Traders Tanah Abang Years 2013)*

**TRIA RAHMAWATI UTAMI**

**8105108055**



**This Thesis Compiled As One Of The Requirements For Obtaining a Bachelor Degree in Education In Economics Faculty of The State University of Jakarta**

**STUDY PROGRAM OF EDUCATION ECONOMIC  
CONCENTRATION IN EDUCATION ECONOMIC  
DEPARTEMENT OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2014**

## ABSTRAK

**TRIA RAHMAWATI UTAMI. “Hubungan Antara Lokasi Usaha dengan Pendapatan Usaha Pada Pedagang Di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta Pusat (Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima Tahun 2013)”.**

Skripsi. Pendidikan Ekonomi Koperasi. Jurusan Ekonomi dan Administrasi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. 2014. Dosen Pembimbing: Dra. Rd. Tuty Sariwulan M.Si dan Dr.Saparuddin, SE, M.Si

Penelitian dilakukan pada pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta Pusat selama 5 (bulan) bulan terhitung sejak April 2014 hingga September 2014. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi penelitian adalah seluruh pedagang di pasar tanah abang blok G jakarta, sedangkan populasi terjangkaunya adalah para pedagang yang berada di lantai 2 dan lantai 3 pasar tanah abang blok G, karena para pedagang tersebut sebelumnya menjadi pedagang kaki lima sebelum adanya relokasi tahun 2013. Sampel yang diambil yaitu 158 orang, yaitu 5% dari populasi terjangkau. Teknik pengambilan sampel dengan teknik acak sederhana. berdasarkan persamaan model regresi linier sederhana menghasilkan bentuk regresi  $\hat{Y} = -68,14 + 1,164X$  Selanjutnya uji persyaratan analisis yaitu menguji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *Liliefors*, diperoleh kesimpulan galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan oleh perhitungan yang menunjukkan bahwa  $L_o(0,039) < L_{tabel}(0,070)$ . Pengujian hipotesis dengan uji keberartian regresi memperoleh  $F_{hit}(15,21) > F_{tabel}(3,90)$  yang menyatakan bahwa regresi berarti, serta uji linearitas regresi yang menghasilkan  $F_{hit}(1,73) < F_{tabel}(1,94)$ . Uji koefisien korelasi dengan rumus *product moment* menghasilkan  $r_{xy}$  sebesar 0,819. Kemudian uji signifikan koefisien korelasi dengan menggunakan uji-t memperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 13,77 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,65 karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha pada pedagang di pasar tanah abang blok G jakarta pusat. Uji koefisien determinasi menghasilkan  $r_{xy}^2$  sebesar 0,5488. Ini menunjukkan 54,88% variansi variabel Y ditentukan oleh variabel X.

Kata Kunci :Pendapatan Usaha, Lokasi Usaha

## ABSTRACT

**TRIA RAHMAWATI UTAMI. "The Correlation Between Business Location with Business Income On Traders Tanah Abang Blok G Central Jakarta ((Case Study After Relocation Street Vendors in 2013)).** Thesis. Economic Education Cooperative. Department of Economics and Business Administration. Faculty of Economics. State University of Jakarta. 2014. Lecturer: Dra. Rd. Tuty Sariwulan M.Si and Dr.Saparuddin, SE, M.Si

*The study was conducted on dealers in Tanah Abang, Central Jakarta Block G for 5 (months) months from April 2014 to September 2014. The research method is a survey method with a correlation approach. The study population was all traders in the land market jakarta brotherland G block, while the population of traders inaccessibility is located on the 2nd floor and 3rd floor of G block brother land market, such as traders earlier to hawkers before the relocation in 2013. Samples taken is 158, which is 5% of the population affordable. Sampling technique with a simple random technique. based on the simple linear regression model equations result in the regression of  $y = -68,14 + 1,164X$  Further analysis of test requirements that the estimated error normality test regression of Y on X with Liliefors test, we concluded the estimated error of regression of Y on X normal distribution. This is evidenced by calculations that show that  $L_o (0,039) < L_{table} (0,070)$ . Testing the hypothesis by testing the significance of regression to obtain  $F_{hit} (15,21) > F_{table} (3,90)$  which states that the mean regression, and regression linearity tests that produce  $F_{hit} (1,73) < F_{table} (1,94)$  with a correlation coefficient .Uji product moment formula produces  $r_{xy}$  of 0.819. Then the significant test of correlation coefficient using t-test to obtain  $t_{hitung} 13,77$  and  $1,65$  for  $t_{count} > t_{table} > t_{table}$  it can be concluded that there is a positive relationship between business locations with operating revenues in the land market traders brotherland G center block . Test coefficient produces  $r_{xy}$  2sebesar 0.5488. It shows 54.88% of variance in Y is determined by the variable X.*

*Keywords: Business Income, Business Location*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana, E.S., M.Bus.

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Karuniana Dianta S, S.IP, M.E</u> NIP. 19800924 200812 1 002	Ketua		29 Des 2014
2. <u>Dicky Iranto, S.E., M.Si</u> NIP. 19710612 200112 1 001	Sekretaris		24 Des 2014
3. <u>Dr. Siti Nurjanah, S.E., M.Si</u> NIP. 19720114 199802 2 001	Penguji Ahli		25 Des 2014
4. <u>Dra. Rd. Tuty Sariwulan, M.Si</u> NIP. 19580722 198603 2 001	Pembimbing I		24 Des 2014
5. <u>Dr. Saparuddin, S.E., M.Si</u> NIP. 19770115 200501 1 001	Pembimbing II		29 Des 2014

Tanggal Lulus: 18 Desember 2014

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana di Universitas Negeri Jakarta
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, November 2014

Yang membuat pernyataan

Tria Rahmawati Utami  
8105108055

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat, kekuatan dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian yang berjudul *“Hubungan antara Lokasi Usaha dengan Pendapatan Usaha Pada Pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta Pusat (Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima Tahun 2013).*

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Rd. Tuty Sariwulan M.Si, selaku dosen pembimbing I dan Bapak Dr.Saparuddin,SE M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah sangat sabar memberikan saran dan arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Dedi Purwana, E.S, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bapak Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi
3. Ibu Dr. Siti Nurjanah, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi dan bapak Karuniana Dianta A.S, S.IP, ME, selaku Ketua Konsentrasi Pendidikan Ekonomi Koperasi
4. Teristimewa, Bapak Mardjani dan Ibu Pudji Handayani tercinta yang selalu menjadi motivasi dan inspirasi dalam hidup, yang senantiasa melantunkan

iringan doa dalam setiap perjalanan penulis. Terimakasih atas segala pengorbanan, perhatian, cinta, kasih sayang dan doa yang tulus selama ini.

5. Kakak dan Adikku tercinta, Widya Kartika Wulan, Muhammad Akbar, Ratih Fatmawati terima kasih untuk setiap doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis.
6. Sahabat seperjuangan dalam suka dan duka penulisan skripsi, Dwi Maryani, Hellen Octavia dan Nabilla Koza. Serta sahabat-sahabat yang senantiasa memberi motivasi Iftah Nurfiqriah Putri, Sulast Musiam, Lala Rosmala, Yohana Octaviani, Mauliana Wardani.
7. Teman-teman seperjuangan kelas Pendidikan Ekonomi Koperasi Non Reguler 2010, terima kasih untuk keceriaan dan kekompakannya.
8. Segenap keluarga, kerabat, dan orang-orang yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, November 2014

Tria Rahmawati Utami



## DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN.....	i
<i>TITTLE</i> .....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Perumusan Masalah .....	9
E. Kegunaan Penelitian .....	9

### **BAB II. KAJIAN TEORETIK**

A. Deskripsi Konseptual .....	10
1. Hakikat Pendapatan Usaha .....	10
2. Hakikat Pendapatan Menurut Ilmu Ekonomi .....	18
3. Hakikat Lokasi Usaha.....	19
B. Hasil Penelitian yang Relevan .....	32
C. Kerangka Teoretik.....	32
D. Perumusan Hipotesis.....	35

### **BAB III. METODELOGI PENELITIAN**

A. Tujuan Penelitian.....	36
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	36
C. Metode Penelitian.....	37
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	38
E. Teknik Pengumpulan Data .....	40
1. Pendapatan Usaha	
a. Definisi Konseptual .....	40
b. Definisi Operasional .....	40
2. Lokasi Usaha	

a. Definisi Konseptual .....	41
b. Definisi Operasional .....	41
c. Kisi-kisi Instrumen Lokasi Usaha.....	41
d. Validasi Instrumen Lokasi Usaha .....	43
F. Teknik Analisis Data .....	45
1. Persamaan Regresi.....	45
2. Uji Persyaratan Analisis.....	46
a. Menguji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X ( $Y - \hat{Y}$ ).....	46
b. Uji Linieritas Regresi.....	46
3. Uji Hipotesis.....	48
1). Uji Keberartian Regresi.....	48
2). Perhitungan Koefisien Korelasi.....	48
3). Uji Keberartian Koefisien Korelasi (uji-t).....	48
4). Perhitungan Koefisien Determinasi.....	49
 <b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Data.....	50
1. Pendapatan Usaha .....	52
2. Lokasi Usaha .....	56
B. Analisis Data.....	60
1. Persamaan Garis Regresi.....	60
2. Pengujian Persyaratan Analisis.....	62
a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atau X.....	62
b. Uji Linieritas Regresi.....	63
C. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
E. Keterbatasan Hasil Penelitian.....	67
 <b>BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	68
B. Implikasi.....	69
C. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Uji Coba Variabel X..... 74
Lampiran 2	Data Hasil Uji Coba Variabel X..... 76
Lampiran 4	Perhitungan Validitas Variabel X..... 79
Lampiran 5	Langkah Perhitungan Uji Coba Variabel X..... 80
Lampiran 6	Data Realibilitas Variabel X..... 81
Lampiran 7	Data Hasil Perhitungan Kembali Uji validitas Skor butir dengan skor total variabel X..... 82
Lampiran 8	Data Hasil Realibilitas Variabel X..... 83
Lampiran 9	Data Hasil Perhitungan Kembali uji validitas skor butir dengan skor total ..... 85
Lampiran 10	Karakteristik 158 Responden..... 90
Lampiran 11	Frekuensi 158 Responden..... 95
Lampiran 12	Tabel Uji t..... 97
Lampiran 13	Surat Permohonan Izin Penelitian dari BAAK untuk kepala unit pasar tanah abang ..... 99
Lampiran 14	Tabel Uji F.....100
Lampiran 16	Kuesioner Setelah Uji Coba..... 101
Lampiran 17	Data Mentah Variabel X..... 107
Lampiran 18	Data Mentah Variabel Y..... 108
Lampiran 19	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Var. Y.. 109
Lampiran 19	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Var. X.. 110
Lampiran 20	Grafik Histogram Variabel X dan Y..... 111
Lampiran 21	Hasil Data Mentah Variabel X dan Y..... 113

Lampiran 22	Tabel Perhitungan Rata-rata, varians, simpangan baku variabel X dan Y.....	114
Lampiran 23	Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X dan Y.....	115
Lampiran 24	Data Perkalian Variabel X dan Y.....	116
Lampiran 25	Perhitungan Mencari Persamaan Regresi.....	117
Lampiran 26	Tabel untuk Menghitung $\hat{Y} = a + bX$ .....	118
Lampiran 27	Grafik Persamaan Regresi $\hat{Y} = -68,14 + 1,164X$ .....	119
Lampiran 28	Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Regresi Regresi $\hat{Y} = -68,14 + 1,164X$ .....	120
Lampiran 29	Perhitungan Rata-rata, Varians Regresi dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = -68,14 + 1,164X$ .....	121
Lampiran 30	Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Regresi X dan Y.....	122
Lampiran 31	Langkah-langkah Uji Normalitas Data dengan Uji Liliefors.....	123
Lampiran 32	Perhitungan Uji Keberatan dan Kelinearan Regresi.....	124
Lampiran 33	Perhitungan JK(G).....	126
Lampiran 34	Tabel Anava untuk Uji Keberartian Regresi dan Kelinearan regresi.....	127
Lampiran 35	Perhitungan Uji Koefisien Korelasi Product Regresi.....	128
Lampiran 36	Uji Keberartian Koefisien dengan Uji-t.....	129
Lampiran 37	Uji Koefisien Determinasi.....	130
Lampiran 38	Perhitungan Rata-rata Hitung Skor Indikator Dominan.....	131

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Indikator Variabel X.....	42
Tabel III.2	Skala Penilaian Instrumen Variabel X.....	43
Tabel III.3	Tabel Anava Pengujian Keberartian dan Lineritas Regresi.....	47
Tabel IV.1	Frekuensi Responden Berdasarkan Barang yang Dijual .....	50
Tabel IV.2	Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	51
Tabel IV.3	Frekuensi Berdasarkan Jumlah Tanggungan Anak.....	51
Tabel IV.4	Distribusi Frekuensi Pendapatan Usaha.....	53
Tabel IV.5	Distribusi Frekuensi Lokasi Usaha.....	57
Tabel IV.6	Indikator Dominan Lokasi Usaha .....	60
Tabel IV.7	Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran.....	62
Tabel IV.8	Anava untuk Uji Keberartian dan Kelinearan Persamaan Regresi Lokasi Usaha dengan Pendapatan usaha $\hat{Y} = -68,14 + 1,164X$ .....	63
Tabel IV.9	Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi antara Variabel X dan Variabel Y .....	65

# HUBUNGAN ANTARA LOKASI USAHA DENGAN PENDAPATAN USAHA PADA PEDAGANG DI PASAR TANAH ABANG BLOK G JAKARTA SESUDAH RELOKASI PEDAGANG KAKI LIMA TAHUN 2013

**Tria Rahmawati Utami**

**8105108055**

## **ABSTRACT**

*The study was conducted on traders tanah abang block G Central Jakarta after relocation street vendors 2013 years for 5 (Five) months from april 2014 until September 2014. Methods research is correlational survey method approach. The population is all street vendors intraders tanah abang block G Central Jakarta, while the population of inaccessibility is a street vendors intraders tanah abang block G Central Jakarta. Samples were taken at 158 people, which is 5% of the population affordable. Sampling technique with simple random technique. based on simple linear regression model equations produce a form of regression  $Y = -68,14 + 1.164 X$  Further analysis of test requirements that test the normality of estimated regression error  $Y$  over  $X$  with Liliefors test, we concluded the estimated regression error  $Y$  over  $X$  is normally distributed. This is evidenced by calculations that show that  $L_o (0.039) < L_{tabel} (0,070)$ . test hypothesis to test the significance of regression obtain  $F_{hit} (15.21) > F_{tabel} (3.90)$  which states that the mean regression, and the regression linearity test which resulted in  $F_{hit} (1.73) < F_{tabel} (1.94)$ . Correlation coefficient test the product moment formula produces  $r_{xy}$  of 0.819. Then a significant correlation coefficient test using  $t$ -test gain  $t_{count} 13.77$  and  $1.65$   $t_{table}$  because  $t_{count} > t_{table}$  it can be concluded that there is a positive relationship between Business Location with Business Income on Traders Abang Block G Central Jakarta. Test yield coefficient of determination of 0.5488  $r_{xy}^2$ . It shows 54.88% variance of variable  $Y$  is determined by the variable  $X$ .*

*Keywords : Business Income, Business Location*

## **Pendahuluan**

UKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara indonesia ukm ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UKM membantu negara/pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat ukm juga banyak tercipta unit unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu ukm juga memiliki

fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar.

Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, jumlah usaha unit UKM meningkat dari tahun ke tahunnya. Dari tahun 2011-2012 terjadi peningkatan usaha UMKM sebesar 2,41 %.<sup>1</sup>UKM perlu perhatian yang khusus dan di dukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan

---

<sup>1</sup> [www. Depkop.go.id/data UMKM](http://www.Depkop.go.id/data UMKM)

elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Pasar dapat berbentuk sebuah kegiatan ekonomi maupun sebagai pusat kegiatan budaya. Pasar tradisional di mata orang identik dengan tempat yang kotor dan bau. Inilah yang menjadi masalah besar terhadap para calon pembeli untuk mencari kebutuhannya di pasar. Tetapi dari kelemahan tersebut, pasar tradisional memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh pasar modern yaitu pembeli bisa melakukan tawar-menawar terhadap suatu barang yang diinginkannya. Selain itu, di pasar tradisional juga dapat menjalin keakraban antara para penjual dan pembeli.

Berikut ini adalah beberapa faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya pendapatan usaha pada pasar yaitu tingkat persaingan. Persaingan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan pada sebuah usaha. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan menjadikan tantangan bagi para pelaku usaha tersebut agar dapat bersaing dengan sehat dengan usaha lainnya agar usahanya tidak mengalami penurunan penjualan di pasaran, dimana penurunan penjualan akan berdampak pula pada penurunan pendapatan bagi sebuah usaha.

Penyebab tinggi rendahnya pendapatan usaha lainnya, salah satunya dipengaruhi oleh kapasitas produk yang dimiliki, yaitu banyaknya macam produk yang ditawarkan oleh pedagang kepada konsumen yang digunakan oleh pedagang sebagai alat bersaing dengan pedagang lain yang sejenis. Biasanya para konsumen/pembeli lebih selektif dan tertarik dengan pasar dan toko yang mempunyai banyak jenis produk sehingga mempunyai banyak pilihan dalam berbelanja dibandingkan dengan pasar yang sedikit menawarkan produknya. Sehingga mempengaruhi pendapatan pedagang.

Modal usaha juga menjadi salah satu faktor yang bisa mempengaruhi pendapatan para pedagang pasar. Modal usaha yang relative besar jumlahnya akan memungkinkan suatu unit penjualan dengan banyak jenis produk, bahan baku dan tenaga kerja. Setiap jenis usaha membutuhkan modal yang berbeda, pengusaha yang mampu mengelola modalnya dengan baiklah yang akan sukses dalam menjalankan usahanya.

Faktor lainnya yang mempengaruhi pendapatan usaha adalah kemampuan pedagang. Transaksi jual beli melibatkan pihak pedagang dan pembeli. Pihak pedagang harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan sekaligus mendapatkan pendapatan yang diinginkan. Latar belakang pendidikan para pedagang sebagian besar juga masih rendah, sehingga kemampuan yang dimiliki pun juga terbatas. Mereka menjalankan usaha hanya berdasarkan naluri saja. Tanpa pengetahuan pengelolaan yang memadai sulit sekali bagi usaha tersebut memenangkan persaingan, sehingga kecenderungan mengalami kegagalan sangatlah besar.

Faktor terakhir yang mempengaruhi pendapatan usaha adalah lokasi usaha yang strategis, sebuah lokasi akan memberikan dampak bagi pendapatan dalam sebuah usaha bila lokasi usaha tersebut berada pada lokasi yang strategis seperti dekat dengan fasilitas umum, dekat dengan jalan raya dan lainnya.

## **Landasan Teori**

### **Konsep Pendapatan Usaha**

Bagi setiap manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satunya adalah dengan bekerja, dengan bekerja seseorang manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya karena tujuan utama dari seorang manusia bekerja adalah untuk memperoleh pendapatan. Saat ini, pendapatan

merupakan tolak ukur kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam kegiatan ekonomi, bagi setiap orang yang bekerja ataupun pasti akan memiliki pendapatan.

Pendapatan merupakan tujuan utama dari setiap kegiatan usaha baik usaha dagang berskala kecil dan berskala besar, industry maupun jasa. Sehingga perusahaan maupun pedagang berlomba-lomba untuk meningkatkan pendapatan karena dengan peningkatan pendapatan maka seorang dalam hal ini pengusaha akan meningkatkan laba, yang digunakan untuk keperluan hidupnya. oleh karena itu banyak pengertian yang berbeda-beda tentang pendapatan.

Pendapatan seorang individu/rumah tangga biasanya diperoleh setelah individu/rumah tangga itu melakukan sebuah kegiatan atau pekerjaan yang menghasilkan uang yang terkumpul selama periode tertentu (umumnya satu tahun), umumnya pendapatan terdiri dari kekayaan sewa, bunga, dividen. Hal ini sesuai dengan pendapat Pratama Rahardja dan Manurung yang menyatakan bahwa pendapatan adalah total penerimaan (uang atau bukan) seseorang atau rumah tangga selama periode waktu tertentu. Untuk mendapatkan pendapatan, seseorang harus memiliki pekerjaan yang dapat memberikan jaminan keuangan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>2</sup>

Paul A. Samuelson dan William Nordhaus menyatakan bahwa pendapatan didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima seseorang atau rumah tangga atau perusahaan selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun) yang umumnya terdiri dari upah, atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga, dan dividen serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti

---

<sup>2</sup> Pratama Rahardja dan M. Manurung, *Teori Ekonomi Mikro suatu pengantar* (Jakarta: LPFE UI, 2004), p.12

tunjangan social atau asuransi pengangguran.<sup>3</sup>

Pengertian pendapatan dikemukakan oleh Dyckman (2002 : 234) bahwa pendapatan adalah “arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi dari keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung”.<sup>4</sup>

Pengertian pendapatan menurut Theodorus Thuanakotasecara umum adalah sebagai hasil dari suatu perusahaan. Pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan. Mengingat pentingnya sangat sulit mendefinisikan pendapatan sebagai unsur akuntansi pada dirinya sendiri. Pada dasarnya pendapatan adalah kenaikan laba. Seperti laba pendapatan adalah proses arus penciptaan barang atau jasa oleh suatu perusahaan selama suatu kurun waktu tertentu. Umumnya, pendapatan dinyatakan dalam satuan moneter (uang).<sup>5</sup>

Arthur J. Keown dan kawan-kawan mendefinisikan pendapatan adalah “total pendapatan merupakan jumlah penjualan (dalam nilai mata uang) yaitu harga per unit barang dikalikan barang yang terjual”.<sup>6</sup>

Menurut Zaki Baridwan, pendapatan adalah seluruh uang atau hasil material lainnya yang dapat dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa yang diterima seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi.<sup>7</sup> Maksudnya adalah

---

<sup>3</sup> Paul A. Samuelson dan William Nordhaus, *Ekonomi Jilid 3* (Jakarta: Erlangga, 2001) P. 253

<sup>4</sup> Dickman, *Akuntansi Keuangan Dasar*, (Jakarta : Grasindo 2005) p: 15

<sup>5</sup>Theodurus M.Tuanakotta, *Teori Akuntansi* (Jakarta: salemba empat 2000) p.253

<sup>6</sup> Arthur J keown dkk, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Jakarta : Salemba Empat,2002), p.500

<sup>7</sup> Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting* (Jakarta: Grasindo 2007) p. 64



pendapatan dapat berasal dari berbagai sumber kegiatan ekonomi yang umumnya digambarkan dalam sebuah pekerjaan yang dijumlahkan sehingga menjadi pendapatan total. Sumber pekerjaan itu dapat berupa pekerjaan tetap ataupun pekerjaan sampingan. Sedangkan menurut Ahmad Belkaidi menyatakan bahwa pendapatan usaha adalah ukuran output perusahaan yang dihasilkan dari produk atau pengiriman barang dan penerimaan jasa selama satu periode.

Menurut Mardiasmo, pendapatan usaha (pendapatan operasional), adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil usaha pokok atau utama perusahaan, yaitu berupa pendapatan jasa (usaha) dan penjualan (barang dagangan atau barang hasil produksi).<sup>8</sup> Pendapatan usaha ini terjadi berulang-ulang sejalan dengan aktivitas usaha perusahaan. Istilah pendapatan usaha yang digunakan dalam industri adalah penjualan (*Sales Revenue*).

Dapat disimpulkan dari uraian di atas bahwa pendapatan usaha adalah seluruh uang yang diterima seseorang atau rumah tanggaselama periode waktu tertentu (umumnya satu tahun) yang berasal dari kegiatan atau pekerjaan yang terdiri dari upah (tenaga kerja) atau pendapatan yang berasal dari kekayaan (sewa, bunga, dividen). Revenues di dapat dari hasil penjualan bruto/gross sales (barang yang terjual pada periode tertentu). Hal ini merupakan salah satu penunjang bagi suatu perusahaan untuk mengembangkan usahanya.

### **Konsep Pendapatan Menurut Ilmu Ekonomi**

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam seminggu dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.

Pengertian tersebut menitikberatkan pada pola kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Secara garis besar, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi.

Definisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan, badan usaha awal periode dan menekankan pada jumlah nilai yang statis pada akhir periode.

Konsep pendapatan menurut ilmu ekonomi dikemukakan oleh Wild (2003 : 311), "*economic income is typically measured as cash flow plus the change in the fair value of net assets. Under this definition, income includes both realized (cash flow) and unrealized (holding gain or loss) components*".

Menurut Wild, pendapatan secara khusus diukur sebagai aliran kas ditambah perubahan dalam nilai bersih aktiva. Wild memasukkan pendapatan yang dapat direalisasi sebagai komponen pendapatan.

Dari definisi yang dikemukakan di atas, pendapatan menurut ekonomi mengindikasikan adanya suatu aliran dana (kas) yang terjadi dari satu pihak kepada pihak lainnya. Menurut Rosyidi (1999 : 100) "Pendapatan harus didapatkan dari aktivitas produktif". Pendapatan bagi masyarakat (upah, bunga, sewa dan laba) muncul sebagai akibat jasa produktif (productive service) yang diberikan kepada pihak business. Pendapatan bagi pihak business diperoleh dari pembelian yang dilakukan oleh masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa yang dihasilkan atau diproduksi oleh pihak business, maka konsep pendapatan (income) menurut ekonomi pada dasarnya sangat berbeda dengan konsep pendapatan (revenue) menurut akuntansi.

---

<sup>8</sup> Mardiasmo, *Akuntansi Keuangan Dasar edisi ke empat* (Yogyakarta: BPFR, 2005) P.47-48

## Konsep Lokasi Usaha

Salah satu strategi untuk mendapatkan nilai jual tinggi dalam sebuah usaha adalah lokasi atau tempat melakukan kegiatan, karena itu lokasi usaha harus dipilih secara cermat. Pengorbanan waktu untuk memilih sebuah lokasi usaha yang baik sebelum melakukan usaha akan memberikan manfaat yang sangat besar, begitu juga sebaliknya apabila melakukan pemilihan lokasi usaha yang salah maka perlahan-lahan akan menaikkan sebuah usaha.

“Suatu lokasi disebut strategis bila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya, kemudahan transportasi umum, kelancaran arus lalu lintas, dan arahnya tidak membingungkan konsumen, kelancaran arus pejalan kaki”.<sup>9</sup>

Buchari Alma menyatakan bahwa “Lokasi adalah komponen utama dari kemampuan suatu perusahaan untuk menjual produknya sehingga dapat dijual dengan mudah”<sup>10</sup>. Atau pengertian lainnya yaitu lokasi adalah suatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana menjual suatu produk tertentu. Keberhasilan usaha perdagangan juga dipengaruhi oleh lokasi seperti dikatakan Sofjan Assauri:

“Keberhasilan suatu perusahaan mencapai tujuan dan sasaran dipengaruhi oleh kemampuan memasarkan produk serta penentuan lokasi usaha yang tepat. Tujuan perusahaan dapat terus menjamin kelangsungan hidupnya, berkembang dan mampu bersaing, hanya mungkin apabila

perusahaan dapat menjual dan meningkatkan penjualan produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kuantitas yang diharapkan serta mampu mengatasi sasaran penting dari pesaing dalam pasaran.”<sup>11</sup>

Peter J Paul berpendapat bahwa lokasi yang strategis menjamin akan tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen.<sup>12</sup> lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa dan kemampuan sebuah usaha, disamping itu, keputusan pemilihan lokasi usaha juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, sehingga merubah sebuah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal.

Hani Handoko mengatakan bahwa “tujuan dari pemilihan atau penempatan lokasi usaha yang tepat adalah agar dalam kegiatan usaha tercapainya efisiensi sehingga akan semakin menambah daya tarik konsumen untuk membeli dan pada akhirnya meningkatkan penjualan produk dan pendapatan yang diperoleh dari pedagang”.<sup>13</sup>

“Lokasi Usaha yang strategis akan menentukan jumlah konsumen yang berpotensi membeli produk yang dijual. Jika jumlah konsumen meningkat, maka keuntungan yang diperoleh juga akan meningkat seiring dengan jumlah penjualan yang semakin bertambah.”<sup>14</sup>

Penentuan lokasi akan mempengaruhi tingkat keuntungan yang

<sup>9</sup> Marno Nugroho et al, *Analisis pengaruh lokasi, keanekaragaman barang terhadap keputusan berbelanja dan loyalitas konsumen di Carrefour Semarang*, (Vol:10) (Semarang: Fakultas Ekonomi Univ Islam sultan Agung 2009) p.39

<sup>10</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa* (Bandung: CV Alfabeta, 2003) p.216

<sup>11</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali, 2008), p.89

<sup>12</sup> Peter J. Paul, *Consumer Behavior : Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (Jakarta: Airlangga, 2002), p.38

<sup>14</sup> Ifrina Nuritha et al. *Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba* (Jurnal Saintek UNEJ 2013, 1)

dapat di capai perusahaan, komponen keuntungan terdiri dari biaya modal (*cost of capital*), biaya operasional (*operational expenses*) dan sumber-sumber penerimaan (*revenues*)".<sup>15</sup> Biaya modal disini umumnya mencakup biaya konstruksi dan fasilitas operasional dan besarnya modal ini akan sangat dipengaruhi oleh jarak dan harga yang berlaku pada lokasi tertentu, biaya operasional mencakup upah/gaji karyawan, biaya transportasi bahan baku dan biaya pemasaran produk ke pasar. Bagi perusahaan jasa atau layanan seperti bank, rumah makan, hubungan lokasi dan penerimaan (*revenues*) sangat dipengaruhi oleh jarak yang mudah dijangkau oleh semua golongan konsumen.

## Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di pasar tanah abang blok G Jakarta pusat. Metode Penelitian yang digunakan yaitu metode survey. Populasi penelitian ini adalah pedagang yang berjumlah 292 orang dan sampel penelitian berjumlah 158 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik acak sederhana (*simple random sampling*) yaitu "pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode koesioner/angket.

Teknik pengumpulan data minat berasuransi pendidikan, Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan rumus koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Dengan memakai rumus koefisien korelasi *Product Moment* maka kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . jika  $r_{hitung} >$

$r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau di *drop*. Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. sedangkan untuk pengetahuan menggunakan koefisien biserial Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu dengan menggunakan validitas butir objektif dengan kriteria batas minimum yang diterima adalah  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir soal dianggap valid. Sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir soal dianggap tidak valid.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mencari Persamaan Regresi. Uji Persyaratan Analisis yang digunakan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X ( $Y - \hat{Y}$ ) dan Uji Linearitas Regresi. Uji Hipotesis yang digunakan Uji Keberartian Regresi, Perhitungan Koefisien Korelasi, Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t), Perhitungan Koefisien Determinasi.

## Hasil Penelitian

Lokasi Usaha (variabel X ) memiliki 25 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Terbagi dalam enam indikator yaitu pertama Jalur transportasi, Kedekatan dengan fasilitas umum, letak secara geografis, fasilitas pemerintah, keamanan, sarana dan prasarana.

Data lokasi usaha diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian berbentuk angket atau kuesioner yang didapat dari 158 responden, yaitu para pedagang yang berdagang di lokasi usaha lantai 2 dan lantai 3 pasar tanah abang.

Berdasarkan data yang terkumpul dari responden dan dilakukan pengolahan data, diperoleh skor tertinggi 96 dan skor

---

<sup>15</sup> Manahan P Tampubolon, *Manajemen Operasional* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006) p.135

terendah adalah 69 dari total skor keseluruhan sebesar 13094. Dari data tersebut dapat diketahui rata-rata skor keseluruhan yaitu ( $\bar{X}$ ) sebesar 82,87. Kemudian untuk varians ( $S^2$ ) sebesar 42,149 dan standar deviasi ( $S$ ) sebesar 6,492. (proses perhitungan pada lampiran 23).

Distribusi data lokasi usaha yang diperoleh skor yang menyebar antara 69-96. Dimana rentang skor adalah 27, dengan banyaknya kelas interval adalah 6,52 (dibulatkan menjadi 7), dan panjang kelas interval adalah 3,86 (dibulatkan menjadi 4).

### **Persamaan Garis Regresi**

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 1,164 dan menghasilkan konstanta sebesar -68,14.

Dengan demikian bentuk hubungan antara variabel lokasi usaha dengan pendapatan usaha memiliki persamaan regresi  $\hat{Y} = -68,14 + 1,164X$

### **Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atau X**

Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y dan X dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi Y atau X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X dilakukan dengan menggunakan uji Liliefors pada taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  untuk sampel sebanyak 158 responden, dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila  $L_{hitung} (L_o) < L_{tabel} (L_t)$  dan jika sebaliknya maka galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Pengujian galat taksiran regresi Y atas X menghasilkan  $L_{hitung}$  maksimum sebesar 0,039 sedangkan  $L_{tabel}$  pada taraf nyata  $\alpha = 0,05$  diperoleh nilai sebesar 0,070. Ini berarti  $L_{hitung} < L_{tabel}$  atau  $0,039 < 0,070$  dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

### **Uji Linieritas Regresi**

Untuk tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linearitas regresi dengan dk pembilang ( $k-2$ ) = 25 dan dk penyebut ( $n-k$ ) = 131 dengan  $\alpha = 0,05$  diperoleh  $F_{hitung} = 1,73$  sedangkan  $F_{tabel} = 1,94$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yang berarti linear.

### **Pengujian Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian ini adalah “Terdapat hubungan yang positif antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha pada pedagang di pasar tanah abang blok G Jakarta sesudah relokasi pedagang kaki lima tahun 2013 ”

Selanjutnya dilakukan uji keberartian regresi lokasi usaha dengan pendapatan usaha yang perhitungannya disajikan dalam tabel IV.6. Pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut ( $n-2$ ) = 156 pada  $\alpha = 0,05$  diperoleh  $F_{hitung} = 15,21$ , sedangkan  $F_{tabel} = 3,90$ . Dari hasil pengujian seperti ditunjukkan pada tabel IV.4 menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (15,21) > F_{tabel} (3,90)$  sehingga regresi berarti. (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 32)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bukan secara kebetulan lokasi usaha mempunyai hubungan positif dengan pendapatan usaha melainkan didasarkan pada analisis statistik yang menguji signifikansi hubungan dengan taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ )

Setelah dilakukan uji keberartian regresi, tahap selanjutnya adalah melakukan perhitungan koefisien korelasi. Perhitungan koefisien korelasi berguna untuk mengetahui keeratan hubungan

antara variabel X dan Y. Hasil perhitungan koefisien korelasi antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha diperoleh koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,819$

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dijelaskan sebelumnya pada pengujian signifikansi koefisien korelasi antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha diperoleh  $t_{hitung} = 13,77 > t_{tabel} = 1,65$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha pada pedagang di pasar tanah abang blok G. Bentuk hubungan antara variabel lokasi usaha dengan pendapatan usaha memiliki persamaan regresi  $\hat{Y} = -68.14 + 1,164X$ . persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa sikap kenaikan satu skor lokasi usaha (X) akan mengakibatkan kenaikan skor pendapatan usaha (Y) sebesar 1,164 pada konstanta -68.14.

Hasil analisis korelasi sederhana antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha diperoleh nilai korelasi  $r_{xy}$  sebesar 0,741. Nilai ini menunjukkan adanya keterkaitan yang positif antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha. Dengan kata lain semakin strategis lokasi suatu usaha maka semakin tinggi pula pendapatan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah strategis lokasi suatu usaha maka semakin rendah pula pendapatan usahanya.

Besarnya variasi variabel pendapatan usaha ditentukan oleh variabel lokasi usaha dan dapat diketahui dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien korelasi sederhananya adalah sebesar 0,5488 secara statistik nilai ini memberikan pengertian bahwa kurang lebih 54,88% variasi perubahan pendapatan usaha ditentukan

atau dipengaruhi oleh lokasi usaha. Dengan pola hubungan fungsional seperti yang ditunjukkan oleh persamaan regresi tersebut di atas, terlihat lebih kurang 54,88% variasi pasangan skor kedua variabel tersebut akan berdistribusi dan mengikuti pola hubungan antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha sesuai dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = -68.14 + 1,164X$ .

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dikemukakan, diketahui adanya pengaruh yang positif lokasi usaha dengan pendapatan usaha. Untuk penelitian ini terlihat bahwa pedagang yang berjualan di lantai bawah mempunyai pendapatan yang lebih dibandingkan dengan pedagang di lantai atas. Tujuan dari sebuah usaha salah satunya adalah pendapatan yang tinggi. Oleh karena itu, agar pendapatannya tinggi atau sesuai dengan keinginan maupun tujuan dapat ditingkatkan dengan cara mengembangkan lokasi usaha.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pengolahan data deskriptif, analisis, interpretasi data dan pengolahan data statistik yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi usaha yang strategis dapat diukur dari jalur transportasi, kedekatan dengan fasilitas umum, letak secara geografis, fasilitas pemerintah, keamanan, dan sarana prasarana. Memiliki hubungan yang positif dengan pendapatan usaha pedagang.

1. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan dari variabel lokasi usaha dengan pendapatan usaha pedagang. Jadi, setelah dilakukan penelitian dapat dikatakan bahwa semakin strategis suatu lokasi usaha, maka semakin tinggi pula pendapatan usahanya.

2. Pada penelitian ini, diketahui bahwa pendapatan usaha pedagang dipengaruhi oleh strategis lokasi usaha sebesar 54,88% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai ini berarti lokasi usaha cukup erat kaitannya dengan pendapatan usaha pedagang. Hal ini berarti jika lokasi usaha sulit dijangkau, pendapatan pada pedagang akan semakin rendah pula.

### **Implikasi**

ikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha pedagang di pasar tanah abang blok G jakarta pusat. Hal ini membuktikan bahwa lokasi usaha yang strategis merupakan salah satu faktor yang menentukan pendapatan usaha para pedagang.

Implikasi dari penelitian ini adalah dengan lokasi usaha yang strategis dapat meningkatkan pendapatan usaha para pedagang, sehingga dapat menaikkan taraf ekonomi para pedagang.

Dari item pernyataan yang disebar kepada 158 responden, dengan indikator Jalur Transportasi, Kedekatan dengan fasilitas umum, Letak secara geografis, fasilitas pemerintah, keamanan, sarana dan prasarana. dapat diketahui bahwa indikator dominan pada penelitian yakni pada indikator letak secara geografis sebesar 18%. Kemudian disusul oleh jalur

transportasi dan fasilitas pemerintah dengan persentase 17%. Sedangkan indikator kedekatan dengan fasilitas umum, keamanan dan sarana prasarana memiliki persentase paling rendah yaitu hanya 16%

### **Saran**

Berdasarkan implikasi dari hasil penelitian, maka peneliti menyampaikan saran-saran sebagai berikut :

1. Perlu peningkatan lokasi usaha agar semakin strategis, serta adanya peningkatan keamanan, kedekatan dengan fasilitas umum, dan sarana prasarana. Sehingga masyarakat tertarik untuk berbelanja di pasar tanah abang blok G dan pendapatan para pedagang tersebut bertambah besar.
2. Karena mayoritas berpenghasilan kurang lebih Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000 jadi diperlukan kegiatan untuk memotivasi para pedagang untuk peningkatan semangat kerjanya sehingga pendapatannya menjadi lebih baik dari sebelumnya.
3. Karena mayoritas para pedagang berjualan pakaian, maka diperlukannya inovasi dalam berdagang serta produk-produk yang lebih bermutu lagi dibandingkan dengan pedagang di pasar pasar lain.

## Daftar Pustaka

- Pratama Rahardja dan M. Manurun, *Teori Ekonomi Mikro suatu pengantar*. Jakarta: LPFE UI, 2004
- Paul A. Samuelson dan William Nordhaus, *Ekonomi Jilid 3*. Jakarta: Erlangga, 2001
- Theodurus M. Tuanakotta, *Teori Akuntansi*. Jakarta: salemba empat 2000
- Robbinson Tarigan, *Ekonomi regional teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Arthur J keown dkk, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat, 2002
- Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting*. Jakarta: Grasindo 2007
- Theodorus M. Tuanakota, *Teori Akuntansi Buku I*. Jakarta :LPFE I 2000
- Philip E Fess, *Konsep Dasar Anggaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta, 2003
- Charles W Lamb, *Pemasaran Buku II Jakarta*, Salemba Empat, 2001
- Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002
- Wursanto, *Dasar-Dasar Manajemen Personalian*. Jakarta, Pustaka 2006
- Moch As'ad, *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberti 2007
- Mardiamo, *Akuntansi Keuangan Dasar edisi ke empat*. Yogyakarta: BPFR, 2005
- Marno Nugroho et al, Analisis pengaruh lokasi, keanekaragaman barang terhadap keputusan berbelanja dan loyalitas konsumen di Carrefour Semarang,

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV.1 Grafik Histogram Variabel Y.....	55
Gambar IV.2 Grafik Histogram Variabel X.....	58
Gambar IV.3 Grafik Hubungan Antara Lokasi Usaha dengan Pendapatan Usaha.....	61



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

UKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia UKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UKM membantu negara/pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu UKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar.

Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, jumlah usaha unit UKM meningkat dari tahun ke tahunnya. Dari tahun 2011-2012 terjadi peningkatan usaha UMKM sebesar 2,41%.<sup>1</sup> UKM perlu perhatian yang khusus dan didukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Pasar dapat berbentuk sebuah kegiatan ekonomi maupun sebagai pusat kegiatan budaya. Pasar tradisional di mata orang identik dengan tempat yang kotor dan bau. Inilah yang menjadi masalah besar terhadap para calon pembeli

---

<sup>1</sup> [www. Depkop.go.id/data UMKM](http://www.Depkop.go.id/data UMKM)

untuk mencari kebutuhannya di pasar. Tetapi dari kelemahan tersebut, pasar tradisional memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh pasar modern yaitu pembeli bisa melakukan tawar-menawar terhadap suatu barang yang diinginkannya. Selain itu, di pasar tradisional juga dapat menjalin keakraban antara para penjual dan pembeli.

Berikut ini adalah beberapa faktor yang mempengaruhi tinggi-rendahnya pendapatan usaha pada pasar yaitu tingkat persaingan. Persaingan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan pada sebuah usaha. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan menjadikan tantangan bagi para pelaku usaha tersebut agar dapat bersaing dengan sehat dengan usaha lainnya agar usahanya tidak mengalami penurunan penjualan di pasaran, dimana penurunan penjualan akan berdampak pula pada penurunan pendapatan bagi sebuah usaha. Dengan adanya banyak pesaing seharusnya dapat meningkatkan inovasi dan kreativitas dari pemilik usaha.

Penyebab tinggi-rendahnya pendapatan usaha lainnya, salah satunya dipengaruhi oleh kapasitas produk yang dimiliki, yaitu banyaknya macam produk yang ditawarkan oleh pedagang kepada konsumen yang digunakan oleh pedagang sebagai alat bersaing dengan pedagang lain yang sejenis. Biasanya para konsumen/pembeli lebih selektif dan tertarik dengan pasar dan toko yang mempunyai banyak jenis produk sehingga mempunyai banyak pilihan dalam berbelanja dibandingkan dengan pasar yang sedikit menawarkan produknya. Sehingga mempengaruhi pendapatan pedagang.

Modal usaha juga menjadi salah satu faktor yang bisa mempengaruhi pendapatan para pedagang pasar. Modal usaha yang relative besar jumlahnya akan memungkinkan suatu unit penjualan dengan banyak jenis produk, bahan baku dan tenaga kerja. Setiap jenis usaha membutuhkan modal yang berbeda, pengusaha yang mampu mengelola modalnya dengan baiklah yang akan sukses dalam menjalankan usahanya.

Faktor lainnya yang mempengaruhi pendapatan usaha adalah kemampuan pedagang. Transaksi jual beli melibatkan pihak pedagang dan pembeli. Pihak pedagang harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan sekaligus mendapatkan pendapatan yang diinginkan. Latar belakang pendidikan para pedagang sebagian besar juga masih rendah, sehingga kemampuan yang dimiliki pun juga terbatas. Mereka menjalankan usaha hanya berdasarkan naluri saja. Tanpa pengetahuan pengelolaan yang memadai sulit sekali bagi usaha tersebut memenangi persaingan, sehingga kecenderungan mengalami kegagalan sangatlah besar.

Faktor terakhir yang mempengaruhi pendapatan usaha adalah lokasi usaha yang strategis, sebuah lokasi akan memberikan dampak bagi pendapatan dalam sebuah usaha bila lokasi usaha tersebut berada pada lokasi yang strategis seperti dekat dengan fasilitas umum, dekat dengan jalan raya dan lainnya. Sedikit banyaknya kesuksesan sebuah usaha salah satunya dipengaruhi oleh letak sebuah lokasi usaha yang berdampak pula pada pendapatannya.

Pasar Tanah Abang merupakan perpaduan antara pasar tradisional dan modern. Artinya bentuk fisik pasar Tanah Abang ini menyerupai bangunan mall; besar, tinggi, luas; namun pasar yang dari stasiun Tanah Abang sudah terlihat ini sebagian besar tata perjualannya masih seperti pasar tradisional. Masih menerapkan tawar menawarkan layaknya pasar.

Di pasar tanah abang terdapat pintu masuk utama Pasar Tanah Abang. Pasar Tanah Abang ini merupakan pusat grosir pakaian. Terdapat enam level yang terdapat pada Pasar Tanah Abang ini. Pada basement Pasar Tanah Abang ini digunakan untuk berjualan sepatu dan sandal. Blok A dan B merupakan blok baru pusat tekstil Tanah Abang. Terdapat 11 lantai yang di dalamnya terdapat banyak pakaian seperti yang disebutkan sebelumnya.

Berbeda dengan Pasar Tanah Abang Blok A dan Blok B yang sudah menjadi pasar semi modern, Pasar tanah abang Blok G masih bersifat tradisional. Terdiri dari 4 lantai, lantai 1, 2, 3 untuk tempat berjualan. Lantai 4 merupakan kantor pengelola pasar Blok G dan koperasi pasar Blok G. Namun untuk akses kelantai atas belum ada sarana penunjang seperti escalator atau lift melainkan anak tangga.

Awal mula pasar Blok G bernama Pasar Kebon Jati. Diresmikan pada tahun 1987 atas permintaan pengurus Koperasi pasar (Koppas) Pedagang Kaki Lima kepada Pemda Jakarta Pusat sebagai penampungan pedagang karena pemda ingin menggusur tempat PKL tersebut. Pembangunan dimulai tahun 1986-1987. Pada masa itu seluruh PKL yang ada di pasar tanah abang ada sekitar ±600

pedagang yang ditempatkan di lantai 1,2, dan 3. Selang waktu 1 tahun, para pedagang yang sudah menempati kios, kembali lagi ke tempat PKL semula. Pedagang yang bertahan di pasar kebon jati hanya  $\pm 100$  pedagang dan hanya menempati lantai 1.

Tahun 2004, terjadi relokasi tahap II pada pedagang kaki lima di pasar tanah abang. Relokasi PKL terjadi karena adanya kebakaran di Pasar Tanah Abang Blok A pada tahun 2004. Lokasi Pedagang Kaki Lima yang ada di sekitar jalan umum akan dipakai untuk penampungan pedagang yang terkena musibah kebakaran. Sehingga pada tahun 2005 para PKL menempati lantai 2 dan 3 pasar Kebon Jati. Sejak itu pasar Kebon Jati berganti nama menjadi Pasar Tanah Abang Blok G. Jumlah pedagang yang dipindahkan berjumlah  $\pm 1250$  pedagang. Namun hal tersebut tidak diimbangi dengan ke konsistenan pemerintah untuk meniadakan lagi PKL yang berdagang di sekitar jalan pasar tanah abang. Para pedagang yang sudah menempati pasar tanah abang Blok G ikut turun lagi berjualan di jalan dikarenakan sepi pembeli.

Tahun 2013 terjadi relokasi Tahap III, Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo pada Bulan September 2013 menggusur PKL di Pasar Tanah Abang dan mau memindahkan ke Pasar Blok G. Ada sekitar 850 pedagang yang dipindahkan ke lantai 2 dan lantai 3 pasar tanah abang. Hampir sama dengan kejadian pada tahun 2004, para pedagang yang sudah menempati kiosnya kembali lagi berdagang di kaki lima. Sehingga pedagang blok G saat ini di lantai 2 dan 3 berjumlah 290 pedagang.

Pasar tanah abang juga dilingkupi oleh para-pedagang-pedagang kaki lima yang berjualan di luar gedung sepanjang pasar tanah abang. Jalan yang seharusnya sebagai fasilitas umum, dipergunakan para pedagang sektor informal tersebut untuk berdagang, sehingga menimbulkan kemacetan dan banyaknya oknum-oknum tak bertanggung jawab.

Sektor informal dikenal juga dengan “ekonomi bawah tanah” (underground economy) Sektor ini diartikan sebagai unit-unit usaha yang tidak atau sedikit sekali menerima proteksi ekonomi secara resmi dari pemerintah. Sektor Informal ini umumnya berupa skala kecil, dengan modal, ruang lingkup, dan pengembangan terbatas. Sektor Informal sering dijadikan kambing hitam dari penyebab kesemrawutan lalu lintas maupun tidak bersihnya lingkungan di kota Jakarta, Oleh karena itu pedagang kaki lima sering menjadi objek pengusuran paksa oleh pemerintah DKI Jakarta yang menganggap mereka telah mengganggu ketertiban umum..

Setiap usaha kaki lima berkontribusi secara positif terhadap perekonomian kota Jakarta, masing-masing usaha harus tertata dan menempati lokasi yang telah direncanakan agar tidak mengganggu fungsi ruang perkotaan, termasuk bagi usaha kaki lima yang saat ini masih menempati lokasi liar dicakupan lokasi sesuai keputusan gubernur no 11 tahun 2004, usaha pada lokasi-lokasi itu harus ditertibkan untuk kemudian direlokasi sesuai kemampuan dan daya dukung lahan yang tersedia. Mereka tidak boleh dibiarkan terus menempati lahan yang peruntukannya bukan untuk usaha, melainkan diatur dan ditata agar tertib, sebagian akan masuk ke lokasi yang disediakan oleh pemerintah daerah sesuai

penetapan lokasi untuk usaha mikro pedagang kaki lima provinsi DKI Jakarta Nomor 19 tahun 2008.

Penempatan kembali (relokasi) penting dilaksanakan oleh pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan pedagang kaki lima liar yang berada di pasar tanah abang. Kebijakan relokasi tempat berjualan adalah pilihan kebijakan yang dalam kenyataan sering mengurangi pendapatan Pedagang Kaki Lima. Lokasi berdagang yang baru tidak lebih strategis dari sebelumnya. Pemindahan lokasi berjualan pedagang kaki lima ke pasar Tanah Abang Blok G .

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut terhadap permasalahan pasar Tanah Abang Blok G. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka skripsi ini diberi judul “Hubungan antara Lokasi Usaha dengan Pendapatan Usaha Pada Pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta. (Studi Kasus sesudah Relokasi Pedagang Kaki lima tahun 2013).

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Terdapat Hubungan antara Tingkat Persaingan dengan Pendapatan Usaha Pada Pedagang diPasar Tanah Abang Blok G Jakarta (Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima tahun 2013)

2. Terdapat Hubungan antara Pengaruh Kapasitas Produk dengan Pendapatan Usaha pada Pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta (Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima tahun 2013)
3. Terdapat Hubungan antara Modal Usaha dengan Pendapatan Usaha Pada Pedagang di Pasar di Tanah Abang Blok G Jakarta (Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima tahun 2013)
4. Terdapat Hubungan antara Kemampuan Pedagang dengan Pendapatan Usaha Pada Pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta (Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima tahun 2013)
5. Terdapat Hubungan antara Lokasi Usaha dengan Pendapatan Usaha Pada Pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta (Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima tahun 2013)

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah di identifikasikan di atas, pendapatan usaha dipengaruhi oleh banyak faktor dan merupakan permasalahan yang luas maka peneliti membatasi masalah yang diteliti hanya pada masalah "Hubungan antara Lokasi Usaha dengan Pendapatan Usaha Pada Pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta (Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima tahun 2013)."



#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka masalah dari penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut “ Apakah terdapat Hubungan antara Lokasi Usaha dengan Pendapatan Usaha Pada Pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta (Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima tahun 2013).

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Teoritis

Penelitian ini berguna untuk menambah referensi dan khasanah Ilmu yang berkepentingan khususnya dalam pendapatan usaha dan lokasi usaha sehingga penelitian ini dapat menambah perbendaharaan ilmu bagi semua pihak.

2. Bagi Praktis

Dapat bermanfaat untuk menambah khasanah pengetahuan yang berkaitan dengan pendapatan usaha dan lokasi usaha di pasar tanah abang Blok G Jakarta ?

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORETIK**

#### **A. Deskripsi Teoretis**

##### **1. Hakikat Pendapatan Usaha**

Bagi setiap manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satunya adalah dengan bekerja, dengan bekerja seseorang manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya karena tujuan utama dari seorang manusia bekerja adalah untuk memperoleh pendapatan. Saat ini, pendapatan merupakan tolak ukur kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam kegiatan ekonomi, bagi setiap orang yang bekerja ataupun pasti akan memiliki pendapatan.

Pendapatan merupakan tujuan utama dari setiap kegiatan usaha baik usaha dagang berskala kecil dan berskala besar, industry maupun jasa. Sehingga perusahaan maupun pedagang berlomba-lomba untuk meningkatkan pendapatan karena dengan peningkatan pendapatan maka seorang dalam hal ini pengusaha akan meningkatkan laba, yang digunakan untuk keperluan hidupnya. oleh karena itu banyak pengertian yang berbeda-beda tentang pendapatan.

Pendapatan seorang individu/rumah tangga biasanya diperoleh setelah individu/rumah tangga itu melakukan sebuah kegiatan atau pekerjaan yang menghasilkan uang yang terkumpul selama periode tertentu (umumnya satu

tahun), umumnya pendapatan terdiri dari kekayaan sewa, bunga, dividen. Hal ini sesuai dengan pendapat Pratama Rahardja dan Manurung yang menyatakan bahwa pendapatan adalah total penerimaan (uang atau bukan) seseorang atau rumah tangga selama periode waktu tertentu. Untuk mendapatkan pendapatan, seseorang harus memiliki pekerjaan yang dapat memberikan jaminan keuangan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>2</sup>

Paul A. Samuelson dan William Nordhaus menyatakan bahwa pendapatan didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima seseorang atau rumah tangga atau perusahaan selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun) yang umumnya terdiri dari upah, atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga, dan dividen serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan social atau asuransi pengangguran.<sup>3</sup>

Pengertian pendapatan dikemukakan oleh Dyckman (2002 : 234) bahwa pendapatan adalah “ arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi dari keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung”.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Pratama Rahardja dan M. Manurun, *Teori Ekonomi Mikro suatu pengantar* (Jakarta: LPFE UI, 2004), p.12

<sup>3</sup> Paul A. Samuelson dan William Nordhaus, *Ekonomi Jilid 3* (Jakarta: Erlangga, 2001) P. 253

<sup>4</sup> . Dickman, *Akuntansi Keuangan Dasar*, (Jakarta : Grasindo 2005) p: 15

Pengertian pendapatan menurut Theodorus Thuanakotasecara umum adalah sebagai hasil dari suatu perusahaan. Pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan. Mengingat pentingnya sangat sulit mendefinisikan pendapatan sebagai unsur akuntansi pada dirinya sendiri. Pada dasarnya pendapatan adalah kenaikan laba. Seperti laba pendapatan adalah proses arus penciptaan barang atau jasa oleh suatu perusahaan selama suatu kurun waktu tertentu. Umumnya, pendapatan dinyatakan dalam satuan moneter (uang).<sup>5</sup>

Arthur J. Keown dan kawan-kawan mendefinisikan pendapatan adalah “total pendapatan merupakan jumlah penjualan (dalam nilai mata uang) yaitu harga per unit barang dikalikan barang yang terjual.<sup>6</sup>

Menurut Zaki Baridwan, pendapatan adalah seluruh uang atau hasil material lainnya yang dapat dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa yang diterima seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi.<sup>7</sup> Maksudnya adalah pendapatan dapat berasal dari berbagai sumber kegiatan ekonomi yang umumnya digambarkan dalam sebuah pekerjaan yang dijumlahkan sehingga menjadi pendapatan total. Sumber pekerjaan itu dapat berupa pekerjaan tetap ataupun pekerjaan sampingan.

---

<sup>5</sup>Theodorus M.Tuanakotta, *Teori Akuntansi* (Jakarta: salemba empat 2000) p.253

<sup>6</sup> Arthur J keown dkk, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Jakarta : Salemba Empat,2002), p.500

<sup>7</sup> Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting* (Jakarta: Grasindo 2007) p. 64

Ikatan Akuntan Indonesia (2007, PSAK No.23) menyatakan bahwa pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas (modal), yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Pendapatan hanya terdiri dari arus masuk bruto manfaat ekonomi yang diterima oleh perusahaan untuk dirinya sendiri. Jumlah yang ditagih untuk dan atau atas nama pihak ketiga bukan merupakan pendapatan karena tidak menghasilkan manfaat ekonomi bagi perusahaan dan tidak mengakibatkan kenaikan ekuitas.

Definisi pendapatan juga dapat dilihat dari pendekatan inflow of assets dan pendekatan outflow of assets. Pendapatan menurut kedua pendekatan tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut: Pendapatan adalah inflow of assets kedalam perusahaan sebagai akibat penjualan barang atau jasa. Sedangkan menurut outflow of assets, pendapatan adalah penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan dan transfer barang dan jasa oleh perusahaan dan transfer barang dan jasa tersebut kepada konsumen atau produsen lain.<sup>8</sup>

Ada pula definisi pendapatan yang lebih menjelaskan pada pekerjaan menjual atau berdagang. PendapatanaN yang diperoleh dari kegiatan menjual merupakan hasil dari penyediaan barang dan jasa yang ditawarkan pada konsumen. Hal ini sesuai dengan definisi pendapatan berikut: “Pendapatan adalah nilai uang yang diperoleh dalam rangka menyediakan barang dan jasa”.

---

<sup>8</sup> Theodorus M. Tuanakota, *Teori Akuntansi Buku I*, (Jakarta :LPFE I 2000) P. 257

Menurut Philip E.Fess dan Carl S. Warren *mengemukakan Revenue are the gross increase in owner's equity as result of the sale of merchandise, the performance of service for a costumer or client, the rental of proferty, the lending of money, and other business and professional activities entered into for the purpose of earning income.*<sup>9</sup> (Pendapatan adalah kenaikan kotor dalam modal sendiri (modal pemilik) yang dihasilkan dari penjualan barang dagangan, pelaksanaan jasa kepada langganan atau klien, penyewaan asset, peminjaman uang, serta semua kegiatan usaha dan profesi yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan.

Buchari Alma mengatakan bahwa "Revenues (Pendapatan) merupakan jumlah uang yang diterima perusahaan dari penjualan produknya"<sup>10</sup>. *Revenues* di dapat dari hasil penjualan bruto/gross sales (barang yang terjual pada periode tertentu).

Banyak output yang dihasilkan dan tingginya tingkat harga akan mempengaruhi tingkat pendapatan. Bila output yang dihasilkan semakin banyak dan harga jualnya meningkat maka pendapatan total yang diterima akan semakin besar. Begitu pula sebaliknya bila out put yang dihasilkan kecil dan harga jualnya rendah maka akan menyebabkan pendapatan total yang diterima juga rendah atau sedikit.

Pengertian pendapatan pada buku makroekonomi dibagi menjadi pendapatan pribadi dan pendapatan disposibel. Yang dimaksud pendapatan pribadi adalah semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang yang

---

<sup>9</sup> Philip E Fess, *Konsep Dasar Anggaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), p.61

<sup>10</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: CV Alfabeta, 2003), p.91

diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk sesuatu Negara.<sup>11</sup>

Istilah pendapatan pribadi ini dapatlah disimpulkan bahwa dalam pendapatan pribadi telah termasuk juga pembayaran pindahan, pembayaran tersebut merupakan pemberian-pemberian yang dilakukan oleh pemerintah kepada berbagai golongan masyarakat di mana para penerimanya tidak perlu memberikan suatu balas jasa atau usaha apapun sebagai imbalannya.

Pengeluaran pemerintah yang dapat digolongkan sebagai pembayaran pindahan antara lain adalah bantuan-bantuan yang diberikan kepada penganggur, uang pension yang dibayarkan kepada pegawai pemerintah yang tidak bekerja lagi, bantuan-bantuan kepada orang cacat, bantuan kepada veteran dan berbagai beasiswa yang diberikan pemerintah.

Penerima-penerima berbagai jenis pendapatan ini tidak perlu melakukan sesuatu pekerjaan apapun untuk memperoleh bantuan-bantuan tersebut. Dengan demikian pembayaran itu bukanlah pendapatan yang tercipta sebagai akibat dari penggunaan sesuatu jenis faktor produksi dalam kegiatan produktif.

Pendapatan disposibel merupakan pendapatan pribadi dikurangi oleh pajak yang harus dibayar oleh para penerima pendapatan, nilai yang tersisa dinamakan disposibel. Dengan demikian pada hakikatnya pendapatan disposibel adalah pendapatan yang dapat digunakan oleh para penerimanya,

---

<sup>11</sup> Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Modern* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002) h.49

yaitu semua rumah tangga yang ada dalam perekonomian, untuk membeli barang-barang dan jasa-jasa yang mereka ingini.

Tidak semua pendapatan disepel itu digunakan untuk tujuan konsumsi, sebagian daripadanya ditabung dan sebagian lainnya digunakan untuk membayar bunga untuk pinjaman yang digunakan untuk membeli barang-barang secara mencicil.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Charles W Lamb, Joseph F hair dan Carl Mc Daniel, mereka mendefinisikan “Pendapatan adalah harga yang dibebankan pada para pelanggan dikalikan dengan jumlah unit terjual.”<sup>12</sup>

Sadono Sukirno mengatakan bahwa “seluruh jumlah pendapatan yang diterima perusahaan dari menjual barang yang diproduksinya dinamakan hasil penjualan total (TR/Total Revenue)”.

Menurut Wursanto istilah pendapatan atau penghasilan lebih luas daripada istilah gaji atau upah.<sup>13</sup> Menurutny pendapatn terdiri dari beberapa komponen antara lain:

- 1) Gaji atau upah
- 2) Tunjangan-tunjangan, misalnya, tunjangan suami/istri, tunjangan anak, jabatan, perumahan, perusahaan (premi, produksi, insentif)
- 3) Uang Lembur Dalam bentuk natura
- 4) Beras, minyak goreng dan gula pasir
- 5) Pakaian dinas
- 6) Perumahan dinas
- 7) Kendaraan Umum

---

<sup>12</sup> Charles W Lamb, *Pemasaran Buku II* (Jakarta, Salemba Empat, 2001) p.268

<sup>13</sup> Wursanto, *Dasar-Dasar Manajemen Personalian* (Jakarta, Pustaka 2006) p. 107



Moch As'ad mengatakan bahwa pendapatan sebagai penyerahan diri karyawan yang dimanifestasikan segala hasil imbalan yang berbentuk uang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>14</sup> Definisi tersebut menjelaskan bahwa pendapatan merupakan hasil imbalan dalam bentuk uang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut Niswonger pendapatan merupakan kenaikan kotor atau gross dalam modal pemilik yang dihasilkan dari penjualan barang dagangan, pelaksanaan jasa pada pelanggan atau klien, penyewa harta, peminjam uang dan semua kegiatan atau profesi yang bertujuan memperoleh penghasilan.

Zaki Baridwan mengatakan bahwa "Pendapatan usaha adalah aliran masuk kas atau kenaikan lain aktiva suatu badan usaha atau pelunasan hutangnya atau kombinasi keduanya selama periode yang berasal dari penyerahan jasa atau dari kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha. Sedangkan menurut Ahmad Belkawi menyatakan bahwa pendapatan usaha adalah ukuran output perusahaan yang dihasilkan dari produk atau pengiriman barang dan penerimaan jasa selama satu periode.

Menurut Mardiasmo, pendapatan usaha (pendapatan operasional), adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil usaha pokok atau utama perusahaan, yaitu berupa pendapatan jasa (usaha) dan penjualan (barang dagangan atau barang hasil produksi).<sup>15</sup> Pendapatan usaha ini terjadi berulang-ulang sejalan

---

<sup>14</sup> Moch As'ad, Psikologi Industri (Yogyakarta: Liberti 2007), p.45

<sup>15</sup> Mardiamo, *Akuntansi Keuangan Dasar edisi ke empat* (Yogyakarta: BPFR, 2005) P.47-48

dengan aktivitas usaha perusahaan. Istilah pendapatan usaha yang digunakan dalam industri adalah penjualan (*Sales Revenue*).

Dapat disimpulkan dari uraian diatas bahwa pendapatan usaha adalah seluruh uang yang diterima seseorang atau rumah tanggaselama periode waktu tertentu (umumnya satu tahun) yang berasal dari kegiatan atau pekerjaan yang terdiri dari upah (tenaga kerja) atau pendapatan yang berasal dari kekayaan (sewa, bunga, dividen). Revenues di dapat dari hasil penjualan bruto/gross sales (barang yang terjual pada periode tertentu). Hal ini merupakan salah satu penunjang bagi suatu perusahaan untuk mengembangkan usahanya.

## **2. Konsep pendapatan menurut Ilmu Ekonomi**

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam seminggu dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut menitikberatkan pada pola kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Secara garis besar, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi.

Definisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan, badan usaha awal periode dan menekankan pada jumlah nilai yang statis pada akhir periode.

Konsep pendapatan menurut ilmu ekonomi dikemukakan oleh Wild (2003 : 311), *“economic income is typically measured as cash flow plus the change in the fair value of net assets. Under this definition, income includes both realized (cash flow) and unrealized (holding gain or loss) components”*.

Menurut Wild, pendapatan secara khusus diukur sebagai aliran kas ditambah perubahan dalam nilai bersih aktiva. Wild memasukkan pendapatan yang dapat direalisasi sebagai komponen pendapatan.

Dari definisi yang dikemukakan diatas, pendapatan menurut ekonomi mengindikasikan adanya suatu aliran dana (kas) yang terjadi dari satu pihak kepada pihak lainnya. Menurut Rosyidi (1999 : 100) “Pendapatan harus didapatkan dari aktivitas produktif”. Pendapatan bagi masyarakat (upah, bunga, sewa dan laba) muncul sebagai akibat jasa produktif (productive service) yang diberikan kepada pihak business. Pendapatan bagi pihak business diperoleh dari pembelian yang dilakukan oleh masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa yang dihasilkan atau diproduksi oleh pihak business, maka konsep pendapatan (income) menurut ekonomi pada dasarnya sangat berbeda dengan konsep pendapatan (revenue) menurut akuntansi.

### **3. Hakikat Lokasi Usaha**

Salah satu strategi untuk mendapatkan nilai jual tinggi dalam sebuah usaha adalah lokasi atau tempat melakukan kegiatan, karena itu lokasi usaha harus dipilih secara cermat. Pengorbanan waktu untuk memilih sebuah lokasi usaha yang baik sebelum melakukan usaha akan memberikan manfaat yang sangat

besar, begitu juga sebaliknya apabila melakukan pemilihan lokasi usaha yang salah maka perlahan-lahan akan menaikkan sebuah usaha.

“Suatu lokasi disebut strategis bila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya, kemudahan transportasi umum, kelancaran arus lalu lintas, dan arahnya tidak membingungkan konsumen, kelancaran arus pejalan kaki”<sup>16</sup>.

Buchari Alma menyatakan bahwa “Lokasi adalah komponen utama dari kemampuan suatu perusahaan untuk menjual produknya sehingga dapat dijual dengan mudah”<sup>17</sup>. Atau pengertian lainnya yaitu lokasi adalah suatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana menjual suatu produk tertentu. Keberhasilan usaha perdagangan juga dipengaruhi oleh lokasi seperti dikatakan Sofjan Assauri:

“Keberhasilan suatu perusahaan mencapai tujuan dan sasaran dipengaruhi oleh kemampuan memasarkan produk serta penentuan lokasi usaha yang tepat. Tujuan perusahaan dapat terus menjamin kelangsungan hidupnya, berkembang dan mampu bersaing, hanya mungkin apabila perusahaan dapat menjual dan meningkatkan penjualan produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kuantitas yang diharapkan serta mampu mengatasi sasaran penting dari pesaing dalam pasaran.”<sup>18</sup>

Bagi para pedagang tersedianya tempat usaha yang formal dan permanen dan berada dilokasi yang tepat bagi kegiatan ekonomis. Keadaan ini

---

<sup>16</sup> Marno Nugroho et al, *Analisis pengaruh lokasi, keanekaragaman barang terhadap keputusan berbelanja dan loyalitas konsumen di Carrefour Semarang*, (Vol:10) (Semarang: Fakultas Ekonomi Univ Islam sultan Agung 2009) p.39

<sup>17</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa* (Bandung: CV Alfabeta, 2003) p.216

<sup>18</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasran* (Jakarta: Rajawali, 2008), p.89

merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keberhasilan kegiatan usaha perdagangan.

Peter J Paul berpendapat bahwa lokasi yang strategis menjamin akan tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen.<sup>19</sup> lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa dan kemampuan sebuah usaha, disamping itu, keputusan pemilihan lokasi usaha juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, sehingga merubah sebuah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal.

Penentuan lokasi dalam upaya pemilihan lokasi yang strategis perdagangan harus mempertimbangkan konsentrasi konsumen, semakin besar kemungkinan konsumen membeli barang daripadanya, meskipun lokasi tidak memberikan keuntungan ekonomis secara langsung namun lokasi yang strategis akan lebih terbuka untuk mendapatkan keuntungan secara ekonomis. Hal ini yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi yang dianggap mendukung kemajuan sebuah usaha.

Hani Handoko mengatakan bahwa “tujuan dari pemilihan atau penempatan lokasi usaha yang tepat adalah agar dalam kegiatan usaha tercapainya efisiensi sehingga akan semakin menambah daya tarik konsumen untuk membeli dan

---

<sup>19</sup> Peter J. Paul, *Consumer Behavior : Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (Jakarta: Airlangga, 2002), p.38

pada akhirnya meningkatkan penjualan produk dan pendapatan yang diperoleh dari pedagang”<sup>20</sup>.

Pemilihan lokasi dalam kegiatan perdagangan atau jasa merupakan hal yang sangat penting, karena dengan memilih lokasi yang tepat, maka pedagang akan tetap menjalankan usahanya dan dapat memperoleh pendapatan yang diinginkan, oleh karena itu lokasi memegang peranan paling penting dalam sebuah usaha, hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono yang menyebutkan “Lokasi merupakan factor terpenting yang berhubungan dengan pemilihan jenis usaha, karena lokasi strategis menentukan jumlah pendapatan suatu usaha dan sasaran konsumen.”<sup>21</sup>

“Lokasi Usaha yang strategis akan menentukan jumlah konsumen yang berpotensi membeli produk yang dijual. Jika jumlah konsumen meningkat, maka keuntungan yang diperoleh juga akan meningkat seiring dengan jumlah penjualan yang semakin bertambah.”<sup>22</sup>

Penentuan lokasi akan mempengaruhi tingkat keuntungan yang dapat di capai perusahaan, komponen keuntungan terdiri dari biaya modal (*cost of capital*), biaya operasional (*operational expenses*) dan sumber-sumber penerimaan (*revenues*)”.<sup>23</sup> Biaya modal disini umumnya mencakup biaya konstruksi dan fasilitas operasional dan besarnya modal ini akan sangat

---

21. Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi offset, 2004) P.41

22. Ifrina Nuritha et al. *Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba* (Jurnal Sainstek UNEJ 2013, 1)

23. Manahan P Tampubolon, *Manajemen Operasional* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006) p.135

dipengaruhi oleh jarak dan harga yang berlaku pada lokasi tertentu, biaya operasional mencakup upah/gaji karyawan, biaya transportasi bahan baku dan biaya pemasaran produk ke pasar. Bagi perusahaan jasa atau layanan seperti bank, rumah makan, hubungan lokasi dan penerimaan (*revenues*) sangat dipengaruhi oleh jarak yang mudah dijangkau oleh semua golongan konsumen.

Teori lokasi usaha yang menyatakan lokasi usaha bernilai ekonomis bagi suatu kegiatan industry dan perdagangan diantaranya:

- a) Menurut weber, lokasi optimal adalah lokasi yang berada pada titik pasar atau pada titik biaya transportasi yang rendah.
- b) Menurut Hoover, lokasi optimal adalah lokasi yang berada pada titik pasar atau pada titik sumber bahan mentah.
- c) Menurut Losch, lokasi optimal adalah lokasi yang berdasarkan permintaan, yaitu diasumsikan bahwa lokasi optimal adalah dimana yang bersangkutan dapat menguasai wilayah pasar terluas, sehingga akan memperoleh pendapatan yang maksimal.<sup>24</sup>

Teori tentang lokasi optimal memang berbeda-beda tergantung pada sudut pandang seseorang terhadap lokasi yang akan digunakan untuk kegiatan usaha perdagangan, maka lokasi yang optimal dapat dikatakan adalah lokasi yang memenuhi prinsip ongkos minimal, lokasi median, jalur transportasi rutin, dan berada pada tempat yang sentral.

---

<sup>24</sup> Robinson Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan Praktik* (Bumi Aksara, 2004)

Geoffrey G. Meredith lebih jelas lagi menyatakan bahwa pentingnya faktor lokasi berbeda-beda sesuai sifat perusahaan. Jika daerah pemasaran kecil maka semakin pentinglah lokasi sebagai tempat menjalankan usahanya.<sup>25</sup>

Sesuai apa yang telah dikemukakan oleh para ahli diatas, lokasi usaha merupakan tempat melakukan kegiatan ekonomis yang dapat memberikan keuntungan maksimal dengan biaya minimal, dimana dalam pemilihan lokasi usaha perlu diperhatikan hal-hal berikut, seperti:

- a) Biaya transportasi yang dikeluarkan
- b) Jalur Transportasi
- c) Letak pasar secara geografis
- d) Peraturan Pemerintah
- e) Keamanan

Buku *Your New Restaurant* yang dikutip dari Buchari Alma. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penentuan sebuah lokasi yaitu:

- 1) Place (Tempat)  
Hal-hal yang berhubungan dengan letak dan posisi, apakah dekat dengan keramaian atau daerah pingiran atau dekat dengan pemukiman penduduk.
- 2) Parking (Lahan Parkir)  
Hal-hal yang berhubungan dengan tempat parkir sendiri atau menggunakan tempat parkir umum yang luas, nyaman dan aman.
- 3) Accesibility (Kemudahan dalam pencapaian ke lokasi usaha)  
Harus ada jalan yang memudahkan untuk mencapainya baik dengan transportasi pribadi atau umum. Menurut Wahjono aksesibilitas bukan hanya dekatnya jarak tapi mudah terjangkau dari angkutan umum, terletak di jalan yang mudah dijangkau darimana saja, terletak di tengah kota dan banyak dilalui angkutan kota sepanjang jam kerja termasuk kemudahan dalam memarkir kendaraannya sendiri.

---

<sup>25</sup> Geoffrey G. Meredith, *Kewirausahaan Teori dan Praktek* (Jakarta: PT Pustaka Ilmu, 1996 ) h.226



## 4) Visibility

Hal-hal yang mempertimbangkan kemudahan untuk dilihat dan diketahui banyak orang.<sup>26</sup>

Selain itu, ada faktor-faktor yang mempengaruhi Lokasi menurut Fandy

Tjiptono yaitu:

- 1) Akses , yaitu kemudahan untuk menjangkau sebuah lokasi, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jarak pandang normal.
  1. Lalu lintas (*traffic*) dimana menyangkut 2 pertimbangan yaitu:
    - a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya impulse buying yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi dengan spontan atau tanpa terencana.
    - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi hambatan terhadap pelayanan public seperti pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran dan ambulance
  2. Tempat parkir yang luas dan aman
  3. Ekspansi yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha untuk usaha dikemudian hari.
  4. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan, misalnya jasa fotocopy yang berdekatan dengan kampus atau perkantoran
  5. Persaingan yaitu lokasi pesaing, misalnya dalam menentukan lokasi usaha pakaian seragam, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama banyak pula terdapat usaha seragam sejenis itu.
  6. Peraturan Pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang tempat reparasi (bengkel) kendaraan bermotor berdekatan dengan pemukiman penduduk.<sup>27</sup>

Penempatan tempat menghubungkan kepada akses-akses untuk konsumen yang berpotensi dilayani. Oleh karena itu, penentuan tempat dapat terlihat dalam penentuan lokasi bangunan tersebut, lokasi merupakan faktor terpenting

---

<sup>26</sup> . Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: CV Alfabeta, 2003), p.66

<sup>27</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 1996) p.542

yang berhubungan dengan pemilihan jenis usaha karena lokasi yang strategis menentukan jumlah pendapatan sebuah usaha dan sasaran konsumen. Komponen ini menyangkut pemilihan dan penentuan lokasi yang strategis seperti mudah di jangkau, berada di pusat perbelanjaan, dekat dengan pemukiman penduduk.

Langkah-langkah dalam pemilihan lokasi menurut Hani Hnadoko yang dikutip dalam Koentjaraningrat sebagai berikut:

- 1) Memilih wilayah atau daerah secara umum, untuk memilih wilayah atau daerah secara umum ada lima factor yang menjadi dasar yaitu:
  - a) Dekat dengan pasar
  - b) Dekat dengan bahan baku
  - c) Tersedia fasilitas pengangkutan
  - d) Terjaminnya pelayanan umum
  - e) Kondisi iklim dan lingkungan yang menyenangkan
- 2) Memilih masyarakat tertentu di wilayah yang dipilih pada tingkat pemilihan pertama yang didasarkan pada lima factor yaitu;
  - a) Tersedianya tenaga kerja yang cukup dalam jumlah yang diperlukan
  - b) Tingkat upah yang lebih murah
  - c) Adanya kerjasama yang baik antar sesama usaha
  - d) Peraturan daerah yang menunjang<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Robinson Tarigan, *Ekonomi regional teori dan praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), p.90

Adapula hal-hal yang perlu diperhatikan dalam Manahan P. Tampubolon yaitu:

- 1) Jarak dari lokasi ke sumber bahan baku maupun ke pasar penjualan produk, dalam hal ini kaitan jarak tidak hanya ditujukan pada jarak yang dekat atau yang tidak menimbulkan ongkos angkutnya akan tetapi harus memperhatikan jenis, sifat-sifat bahan baku atau produk yang di produksi.
- 2) Sumber-sumber yang di perlukan untuk pelaksanaan system operasional seperti:
  - a. Lahan untuk bangunan
  - b. Bahan penolong dan pembantu dalam melaksanakan system operasional
  - c. Tenaga Kerja
  - d. Fasilitas transportasi dan Komunikasi
- 3) Kondisi lingkungan yang dapat menunjang efektivitas dan efisiensi serta kelancaran system operasional seperti:
  - a) Tanggapan budaya masyarakat
  - b) Peraturan pemerintah<sup>29</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi sebuah perusahaan yang dibagi dalam 2 bagian dalam Sofjan Assauri yaitu;

- 1) Factor-factor utama yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan utama perusahaan yakni sebagai berikut:
  - a. Letak dari pasar
  - b. Letak sumber-sumber bahan mentah
  - c. Terdapat fasilitas pengangkutan (transportasi)
- 2) Factor-Factor Sekunder
  - a. Terdapatnya fasilitas pelayanan umum
  - b. Kemungkinan perluasan
  - c. Peraturan pemerintah dalam hal ini tinggi rendahnya pajak dan undang-undang ketenagakerjaan
  - d. Masyarakat di daerah itu (sikap, keamanan)<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Manahan P. Tampubolon, *Manajemen Operasional* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), p.13

<sup>30</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi* (Jakarta: LPFEUI, 2008), P.56

Sementara itu, Chase et al (2006) juga mengungkapkan berbagai isu yang terkait dengan pemilihan lokasi, yaitu:

1. Kedekatan dengan pelanggan
2. Iklim Usaha
3. Biaya total (biaya tetap dan biaya variable)
4. Infrastruktur
5. Kualitas karyawan
6. Fasilitas
7. Daerah perdagangan bebas
8. Risiko Political
9. Hambatan yang berasal dari pemerintah
10. Peraturan atau regulasi
11. Keunggulan bersaing <sup>31</sup>

Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha adalah tempat untuk melaksanakan system operasi yang dapat menunjang tujuan perusahaan, salah satu tujuannya adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menjual produknya sehingga dapat dijual dengan mudah dimana dalam pemilihan lokasi harus memperhatikan hal-hal seperti jangkauan terhadap kendaraan pribadi dan kendaraan umum, kepadatan populasi dan kedekatan dengan fasilitas.

---

<sup>31</sup> Kashmir, *Kewirausahaan*. (Jakarta: PT raja Grafindo Persada 2006) p.137

### 3. Hakikat Relokasi Usaha

Relokasi dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) merupakan suatu pemindahan tempat. Relokasi merupakan pengalokasian kembali material yang meninggalkan lokasi lama dan menempati atau ditampung di lokasi yang baru.

Dalam sebuah situs yang menampilkan bahwa pengertian relokasi adalah: memindahkan bangunan dari sebuah lokasi ke lokasi lain, atas pertimbangan ekonomis maupun estetis.<sup>32</sup>

Jelaslah bahwa relokasi merupakan pemindahan lokasi tempat berjualan dari lokasi lama yang dianggap tidak layak untuk dijadikan tempat usaha ke lokasi yang baru yang lebih baik dan teratur atas pertimbangan ekonomi maupun estetis.

Di dalam teori lokasi, analisis ekonomi dipakai untuk menelaah geografi dari kegiatan ekonomis pada manusia, sekaligus membahas efek keruangan dari organisasi pada berbagai kegiatan ekonomi. Manfaat lokasi ini amat penting bagi usaha perencanaan pembangunan.

Usaha perencanaan pembangunan yang dilaksanakan harus menelaah segi geografis terutama apabila menyangkut masalah keruangan. Morrill mengungkapkan dalam bukunya tentang lokasi pedagang eceran dengan memberikan tiga cara terbaik dalam pemilihan lokasi:

---

1. *A retail decision maker places a premium on central accessibility*
2. *On being at the center of a transport subsystem*
3. *Retail activities locate together in mutually beneficial groups. Each foup will try to locate ads far from like competing groups as possible. In order to assure each retailer a fairly secure home market*<sup>33</sup>

Dalam terjemahan bebas adalah:

- 1) Pengecer ditempatkan pada lokasi berjualan yang tingkat keikutsertaan masyarakat yang maksimal.
- 2) Menempatkan usaha perdagangan eceran di pusat jalur transportasi.
- 3) Pengecer ditempatkan pada lokasi bersama dalam kelompok kelompok yang bersifat kekeluargaan, sedapat mungkin para pengecer ditempatkan jauh dari persaingan kelompok, yang mana pada gilirannya dapat menjamin setiap pengecer mendapatkan kenyamanan berdagang di dalam pasar.

Ketiga cara terbaik dalam menentukan lokasi yang tepat menurut Morrill adalah dengan menempatkan usaha perdagangan eceran itu di pusat jalur transportasi atau persimpangan jalan antar wilayah karena akan mengikutsertakan partisipasi masyarakat yang maksimal, kemudian dengan menempatkan usaha eceran pada lokasi yang memiliki keragaman barang yang diperjual belikan sehingga menambah daya tarik konsumen untuk datang ke lokasi tersebut dan menempatkan usaha eceran pada lokasi yang tidak memiliki tingkat persaingan yang tinggi antar pengecer barang yang sama. Jelas bahwa pemilihan lokasi yang tepat sangat menentukan tingkat pendapatan suatu usaha ekonomi.

Letak lokasi usaha untuk menempati dagang nya pada umumnya adalah di tepi jalan, taman, trotoar, bahkan sering mengambil sebagian badan dari jalan umum yang sebenarnya bukan diperuntukkan sebagai

---

<sup>33</sup> Morrill L. Richard The Spatial Organization Of Society (California. Wadsworth Publishing Company, 1999) h,89-90

tempat berjualan. Lokasi-lokasi inilah yang dianggap strategis karena merupakan tempat umum yang ramai dan banyak dikunjungi dan dilalui oleh banyak orang, yang juga sekaligus merupakan calon pembeli dari barang dagangannya.

Apabila terjadi pengusuran maupun relokasi terhadap pedagang kaki lima, pedagang kaki lima akan berpindah untuk ke lokasi lain yang sudah disediakan oleh pemerintah daerah DKI Jakarta namun karena jauh dari orang ramai dan sepi pembeli oleh karena itu pendapatan mereka turun drastis dan pedagang kaki lima kemudian kembali ke lokasi semula.

Dari beberapa pendapat diatas mengenai relokasi usaha dapat disimpulkan bahwa relokasi usaha adalah pemindahan tempat berjualan dari lokasi lama yang dianggap tidak layak untuk dijadikan tempat usaha ke lokasi yang baru yang lebih baik dan teratur atas pertimbangan ekonomi maupun estetis. Di dalam teori lokasi, analisis ekonomi dipakai untuk menelaah geografi dari kegiatan ekonomis pada manusia, sekaligus membahas efek keruangan dari organisasi pada berbagai kegiatan ekonomi. Manfaat lokasi ini amat penting bagi usaha perencanaan pembangunan.

## **B. Hasil Penelitian Yang Relevan**

1. Aji Wahyu Herianto (2012) melakukan penelitian dengan judul “Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki lima di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang”. Hasil penelitiannya Lokasi berpengaruh positif terhadap pendapatan. Setelah Relokasi pendapatan menjadi meningkat.
2. Samsul Ma’arif (2013) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang” Hasil penelitiannya Lokasi berpengaruh positif terhadap pendapatan.
3. Rinawati (2002) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Lokasi terhadap Penjualan Buah di pasar Kramat Jati. Hasil penelitiannya Lokasi berpengaruh positif terhadap pendapatan.
4. Ifrina Nuritha et al. (2013) melakukan penelitian dengan judul “Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember. Hasil penelitiannya Lokasi berpengaruh positif terhadap pendapatan.

## **C. Kerangka Teoretik**

Dalam kegiatan usaha, setiap usaha didirikan untuk memperoleh pendapatan baik secara material maupun immaterial. Pendapatan merupakan hal yang sangat penting untuk mengembangkan usaha karena tujuan dalam kegiatan usaha yang paling utama adalah untuk memperoleh pendapatan yang sebesar-



besarnya. Pendapatan yang diperoleh dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Maju mundurnya suatu usaha sebagian besar ditentukan oleh tinggi rendahnya pendapatan yang diperoleh oleh usaha tersebut. Pendapatan merupakan hasil dari kegiatan utama suatu usaha. Dari pendapatan setelah dikurangi dengan beban-beban yang terkait akan diperoleh keuntungan bagi suatu usaha. Pendapatan maksimal dapat dicapai dengan meningkatkan volume penjualan karena penjualan merupakan sumber pendapatan utama bagi suatu usaha sehingga dapat membiayai kegiatan operasional usahanya.

Ketersediaan tempat usaha yang terbatas membuat masyarakat memilih tempat yang ramai di datangi oleh pembeli walaupun tempat tersebut dilarang untuk mendirikan usaha. Keterbatasan tempat usahas dan ketidak disiplinan para pedagang kaki lima yang memenuhi tempat-tempat umum tentu membuat mereka terkesan liar dan kumuh padahal jika diperhatikan dengan seksama mereka telah memberikan sumbangan atau kontribusi ke kas daerah yang tidak sedikit.

Wajah pedagang kaki lima yang terkesan kumuh dan liar coba di benahi ke tempat yang lebih bersih dan teratur. Namun jauh dari harapan tempat yang disediakan oleh pemerintah untuk para pedagang berjualan jauh dari pembeli yang cepat atau lambat akan mematikan usaha pedagang kaki lima itu sendiri. Akhirnya para pedagang kaki lima kembali ke trotoar-trotoar jalan, persimpangan jalan, yang lokasinya lebih strategis untuk dilalui oleh para pembeli.

Banyak faktor yang mempengaruhi pendapatan seorang pedagang, salah satunya dipengaruhi oleh kapasitas produk yang dimiliki., yaitu banyaknya macam produk yang ditawarkan oleh pedagang kepada konsumen yang digunakan oleh pedagang sebagai alat bersaing dengan pedagang lain yang sejenis. Biasanya para konsumen/pembeli lebih selektif dan tertarik dengan pasar dan toko yang mempunyai banyak jenis produk sehingga mempunyai banyak pilihan dalam berbelanja dibandingkan dengan pasar yang sedikit menawarkan produk nya. Sehingga mempengaruhi pendapatan pedagang.

Modal usaha juga menjadi salah satu faktor yang bisa mempengaruhi pendapatan para pedagang pasar. Modal usaha yang relative besar jumlahnya akan memungkinkan suatu unit penjualan dengan banyak jenis produk, bahan baku dan tenaga kerja. Setiap jenis usaha membutuhkan modal yang berbeda, pengusaha yang mampu mengelola modalnya dengan baiklah yang akan sukses dalam menjalankan usahanya.

Faktor lainnya yang mempengaruhi pendapatan usaha adalah kemampuan pedagang. Transaksi jual beli melibatkan pihak pedagang dan pembeli. Pihak pedagang harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan sekaligus mendapatkan pendapatan yang diinginkan. Latar belakang pendidikan para pedagang sebagian besar juga masih rendah, sehingga kemampuan yang dimiliki pun juga terbatas. Mereka menjalankan usaha hanya berdasarkan naluri saja. Tanpa pengetahuan dan inovasi sulit sekali bagi usaha tersebut memenangi persaingan, sehingga kecenderungan mengalami kegagalan sangatlah besar.

Faktor terakhir yang mempengaruhi pendapatan usaha adalah lokasi usaha yang strategis, sebuah lokasi akan memberikan dampak bagi pendapatan dalam sebuah usaha bila lokasi usaha tersebut berada pada lokasi yang strategis seperti dekat dengan fasilitas umum, dekat dengan jalan raya dan lainnya. Sedikit banyaknya kesuksesan sebuah usaha salah satunya dipengaruhi oleh letak sebuah lokasi usaha yang berdampak pula pada pendapatannya.

Demi mencapai keberhasilan serta memperoleh pendapatan yang besar faktor lokasi menjadi penentu, semakin strategis lokasi sebuah usaha maka akan mendapatkan pendapatan yang besar bagi pengusaha. Dengan demikian lokasi merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam meningkatkan pendapatan.

#### **D. Perumusan Hipotesis**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang diajukan, kerangka teoretis yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut: Terdapat Hubungan Positif antara Lokasi Usaha dengan Pendapatan Usaha pada Pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta (Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima Tahun 2013). Artinya, semakin strategis sebuah lokasi usaha maka semakin tinggi pula pendapatan yang diperoleh.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh dan mengolah data empiris dan fakta-fakta serta pengetahuan yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, reliable) tentang Hubungan antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha Pada pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima Tahun 2013.

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pedagang kaki lima yang telah direlokasi di Pasar Tanah Abang Blok G tepatnya di Lantai 2 dan lantai 3. Tempat ini dipilih karena terdapat pedagang usaha kecil dan menengah yang pindah ke tempat relokasi namun mempunyai permasalahan pendapatan setelah direlokasi.

Waktu penelitian berlangsung selama 3 bulan yaitu dari Maret-Mei 2012, waktu ini diambil karena merupakan waktu yang paling efektif bagi peneliti untuk melakukan penelitian, Sehingga Peneliti dapat lebih focus dalam melakukan penelitian di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta.

### C. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan korelasional. Metode survey dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui informasi mengenai hubungan antara lokasi usaha terhadap Pendapatan usaha. Penelitian dapat dilakukan pada populasi besar maupun kecil yang akan mempelajari dan menjelaskan pola hubungan yang mungkin terjadi. Berikut konstelasi hubungan antara Lokasi Usaha dengan Pendapatan Usaha.

X  $\longrightarrow$  Y

Keterangan :

X = Lokasi Usaha

Y = Pendapatan Usaha

$\rightarrow$  = Arah Hubungan

Konstelasi hubungan ini digunakan untuk memberikan arah atau gambar penelitian yang dilakukan peneliti, dimana Lokasi Usaha sebagai variabel bebas atau yang mempengaruhi dengan simbol X sedangkan Pendapatan Usaha merupakan variabel terikat sebagai yang dipengaruhi dengan simbol Y.

#### D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Arikunto bahwa “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”.<sup>34</sup> Selain itu menurut Sudjana, “Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, menghitung hasil atau pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya”.<sup>35</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang kaki lima yang direlokasikan ke pasar Tanah Abang Blok G Jakarta yang berjumlah 291 pedagang pemilihan populasi pedagang PKL di Pasar Tanah Abang Blok G karena usaha kecil menengah merupakan usaha yang memberikan kontribusi pendapatan bagi para pedagang, sehingga dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan usaha. Sedangkan populasi terjangkaunya adalah para pedagang kaki lima dengan tingkat kesalahan 5%.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik acak sederhana (*simple random sampling*) yaitu “pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”<sup>36</sup>. Dalam memilih sampel peneliti memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk ditetapkan sebagai anggota sampel. Dengan teknik semacam itu maka terpilihnya individu menjadi anggota sampel benar-benar atas dasar faktor kesempatan, dalam arti memiliki kesempatan

---

<sup>34</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), p.108

<sup>35</sup> Sudjana, *Metoda Statistika* (Bandung; Tarsito, 2002), p.6

<sup>36</sup> *Ibid.*, h.64

yang sama, bukan karena adanya pertimbangan subjektif dari peneliti. Teknik ini merupakan teknik yang paling objektif, dibandingkan dengan teknik-teknik sampling yang lain.

Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2010: 112), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Sampel penelitian yang ditarik adalah para pedagang kaki lima yang telah direlokasi ke pasar tanah abang Blok G. Menurut Arikunto, “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Menurut Arief Furchan dalam penelitian eksperimen, hendaknya dipilih sampel yang akan menampung sedikitnya tiga puluh orang untuk tiap-tiap kelompok”.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

<b>No</b>	<b>Lokasi Pasar</b>	<b>Populasi</b>	<b>Sampel</b>	<b>Hasil</b>
	<b>Blok G</b>			
<b>1</b>	<b>Lantai II</b>	<b>172</b>	<b><math>(172/291) \times 158</math></b>	<b>93</b>
<b>2</b>	<b>Lantai III</b>	<b>119</b>	<b><math>(119/291) \times 158</math></b>	<b>65</b>
<b>Jumlah</b>		<b>291</b>		<b>158</b>

## **E. Teknik Pengumpulan Data/ Instrumen Penelitian**

### **1. Pendapatan Usaha (Variabel Y)**

#### **a. Definisi Konseptual**

Pendapatan Usaha adalah Jumlah seluruh uang yang diterima seseorang atau rumah tangga selama periode waktu tertentu (umumnya satu tahun) yang berasal dari kegiatan atau pekerjaan yang terdiri dari upah (tenaga kerja) atau pendapatan yang berasal dari kekayaan (sewa, bunga, deviden). Pendapatan harus didapatkan dari aktivitas produktif. Pendapatan bagi masyarakat (upah, bunga, sewa dan laba) muncul sebagai akibat jasa produktif (productive service) yang diberikan kepada pihak business.

#### **b. Definisi Operasional**

Pendapatan usaha adalah hasil pendapatan yang berupa total pendapatan kotor dalam bentuk uang yang diterima akibat dari penjualan yang dilakukan selama periode tertentu yang diukur dengan menggunakan kuosioner/ wawancara dengan cara mengisi besarnya pendapatan kotor rata-rata tiap bulannya, dengan perspektif pedagang berdasarkan jenis barang yang dijual, jumlah tanggungan anak.



## **2. Lokasi Usaha (Variabel X)**

### **a. Definisi Konseptual**

Lokasi Usaha merupakan tempat melakukan atau melaksanakan system operasional suatu usaha, yang dapat menunjang tujuan perusahaan yang dalam penentuannya perlu memperhatikan hal-hal seperti jalur transportasi, biaya transportasi, letak secara geografis, fasilitas pemerintah, serta keamanan. Yang keseluruhannya mempunyai sasaran pasar yang berorientasi pada konsumen, guna mendapatkan laba maksimal melalui kepuasan konsumen atau peningkatan pendapatan usaha.

### **b. Definisi Operasional**

Lokasi usaha adalah tempat melakukan tindakan yang menghasilkan sesuatu yang baru, dan merupakan data primer yang datanya diperoleh dari pengisian angket oleh pihak pedagang diukur dengan skala likert sebanyak 40 pertanyaan yang mencerminkan indikator, seperti, kedekatan dengan fasilitas umum, Jalur transportasi, letak pasar secara geografis, peraturan pemerintah, dan keamanan.

### **c. Kisi-kisi Instrumen Lokasi Usaha**

Kisi-kisi instrumen lokasi usaha yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variable lokasi usaha yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrument final yang digunakan untuk mengukur variable lokasi usaha. Kisi-kisi ini disajikan

dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang drop setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal dan untuk memberikan gambaran sejauh mana instrument final masih mencerminkan indikator variable lokasi usaha.

**Tabel III.1**  
**Indikator Variabel**  
**(Lokasi Usaha)**

Indikator	Butir Uji Coba		Butir Drop		Butir Final	
	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)
<b>Jalur Transportasi</b>	1,2,3,4,5				1,2,3,4,5	
<b>Kedekatan dengan Fasilitas umum</b>	6, 7		7		6	
<b>Letak secara geografis</b>	8,9,11,12, 13,14	10	13		8,9,11,12 ,14	13
<b>Fasilitas pemerintah</b>	16,17,18	15			16,17,18	15
<b>Keamanan</b>	19	20, 21			19	20, 21
<b>Sarana dan Prasarana</b>	22,23,24, 25		23, 25		22,24	

Variable lokasi usaha dibuat kuosioner berupa pernyataan dengan menggunakan skala likert. Pernyataan mengenai lokasi usaha terdiri dari pernyataan positif dan negative yang terdiri dari 4 pilihan jawaban dengan bobot nilai yang berbeda bagi masing-masing pilihan jawaban. Bobot nilai masing-masing pilihan dapat dilihat pada table III.2

**Tabel III.2**

**Skala Penilaian Untuk Instrumen Lokasi Usaha**

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai	
	+	-
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu-Ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

**D. Validasi Instrumen Lokasi Usaha**

Proses pengembangan instrument lokasi usaha dimulai dengan penyusunan butir – butir instrument model skala likert yang mengacu kepada indikator dan sub indikator variabel lokasi usaha seperti yang terlihat pada tabel yang disebut sebagai konsep instrument untuk mengukur variable lokasi usaha.

Tahap berikutnya, konsep instrument dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir – butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel lokasi usaha.

Setelah disetujui, selanjutnya instrumen diuji cobakan kepada para pedagang tersebut. Sample diujicobakan secara acak proporsional kepada para pedagang.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan untuk uji validitas yaitu:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i . x_t}{\sqrt{(\sum x_i^2)(\sum x_t^2)}}$$

Keterangan :

- $r_{it}$  = koefisien korelasi antar skor butir soal dengan skor total.  
 $x_i$  = jumlah kuadrat deviasi skor dari  $x_i$   
 $x_t$  = jumlah kuadrat deviasi skor  $x_t$

Setelah dinyatakan valid, kemudian dihitung reliabilitas dari masing – masing butir instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

keterangan :

- $r_{ii}$  =reliabilitas instrumen  
 $k$  = banyak butir pernyataan (yang valid)  
 $\sum s_i^2$  = jumlah varians skor butir  
 $s_t^2$  = varians skor total

Sedangkan varians dapat dicari dengan menggunakan rumus :

$$s_i = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

dimana bila  $n > 30$  ( $n-1$ )

Keterangan :

- $s_i^2$  = varians butir  
 $\sum x^2$  = jumlah dari hasil kuadrat dari setiap butir soal  
 $(\sum x)^2$  = jumlah butir soal yang dikudratkan  
 $x$  = skor yang dimiliki subyek penelitian  
 $n$  = banyaknya subyek penelitian

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### 1. Mencari Persamaan Regresi

Mencari persamaan regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX \quad ^{37}$$

Dimana Koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \bar{Y} - b\bar{X} \quad ^{38}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Keterangan :

$$\sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

$$\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

---

<sup>37</sup>Sudjana, *Metoda Statistik*(Bandung :PT Tarsito, 2001), h. 312

<sup>38</sup>*Ibid*, h. 315

$$\sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X) \cdot (\sum Y)}{n}$$

Keterangan:

- $\hat{Y}$  = Persamaan regresi
- a = Konstanta
- b = Koefisien arah regresi

## 2. Uji Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X ( $Y - \hat{Y}$ )

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah galat taksiran regresi Y atas X ( $Y - \hat{Y}$ ) berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji Liliefors, pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

$H_0$  : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

$H_1$  : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

Terima  $H_0$  jika  $L_{hitung} < L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

Tolak  $H_0$  jika  $L_{hitung} > L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

### b. Uji Linearitas Regresi

Uji linieritas regresi ini dilakukan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh merupakan bentuk linear atau tidak linier.

Dengan hipotesis statistika:

$$H_0 : Y = \alpha + \beta X$$

$$H_1 : Y \neq \alpha + \beta X$$

Kriteria pengujian:

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka persamaan regresi dinyatakan linier.

Untuk mengetahui keberartian dan linearitas persamaan regresi di atas digunakan tabel ANAVA pada tabel III.3 berikut ini<sup>39</sup>:

**Tabel III.3**  
**DAFTAR ANALISIS VARIANS**  
**UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN LINEARITAS REGRESI**

Sumber Varians	Bebas (db)	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-Rata Jumlah Kuadrat (RJK)	Fhitung (Fo)	Ftabel (Ft)
Total (T)	N	$\Sigma Y^2$	-	-	-
Regresi (a)	L	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$	-	-	-
Regresi (b/a)	L	$b(\Sigma xy)$	$\frac{JK(b)}{db(b)}$	$*) \frac{RJK(b)}{RJK(s)}$	Fo > Ft Maka regresi berarti
Sisa (s)	n - 2	$JK(T) - JK(a) - JK(b/a)$	$\frac{JK(s)}{db(s)}$	-	-
Tuna Cocok (TC)	k - 2	$JK(s) - JK(G)$	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	ns) $\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$	Fo < Ft Maka regresi linier
Galat (G)	n - k	$JK(G) = \sum Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$	-	-

Keterangan : \*) Persamaan regresi berarti  
ns) persamaan regresi linier/*not significant*

<sup>39</sup>Ibid, h. 332

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak berarti, dengan kriteria pengujian bahwa regresi sangat berarti apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_1 : \beta \neq 0$$

#### b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi  $r_{xy}$  dihitung dengan menggunakan rumus  $r_{xy}$  *Product Moment* dari Karl Pearson, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad 40$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$  = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$  = Jumlah skor dalam sebaran Y

#### c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui keberartian koefisien korelasi variabel digunakan uji-t, dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 41$$

---

<sup>40</sup>Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *op.cit.*



Keterangan :

$t_{hitung}$  = Skor signifikan koefisien korelasi  
 $r_{xy}$  = Koefisien korelasi product moment  
 $n$  = banyaknya sampel/data

Hipotesis statistik:

Ho :  $\rho \leq 0$

Hi :  $\rho > 0$

Dengan kriteria pengujian:

Terima Ho bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka koefisien korelasi tidak signifikan.

Tolak Ho bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka koefisien korelasi signifikan.

Hal ini dilakukan pada taraf signifikan ( $\alpha=0,05$ ) dengan derajat kebebasan (DK) =  $n - 2$

Jika Ho ditolak maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan antar variabel X dan Y terdapat hubungan yang positif.

#### d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Selanjutnya dilakukan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui persentase besarnya variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{42}$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi  
 $r_{xy}^2$  = Koefisien korelasi *product moment*

---

<sup>41</sup>Sudjana, *op.cit.*, h. 377

<sup>42</sup>Sugiyono, *op.cit.*, h.80

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

Deskripsi data hasil penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum mengenai penyebaran atau distribusi data. Skor yang akan disajikan setelah diolah dari data mentah dengan menggunakan statistik deskriptif yaitu skor rata-rata dan simpangan baku. Berikut ini merupakan data yang didapat dari responden menurut jenis barang yang dijual, jumlah pendapatan, jumlah anak, dan jumlah tanggungan anak.

**Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Barang  
yang dijual  
Tabel IV.1**

Barang	Frekuensi
Pakaian	105
Tas	11
Sepatu	8
Accessories	23
Mainan Anak	11
Jumlah	158

Dari table IV.1 data diatas, frekuensi barang yang dijual terbanyak adalah jenis pakaian sebanyak 105 pedagang, accessories sebanyak 23 pedagang, tas sebanyak 11 pedagang , mainan anak sebanyak 11 pedagang, dan sepatu sebanyak 8 pedagang.

**Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan**  
**Tabel IV.2**

<b>Pendapatan</b>	<b>Frekuensi</b>
Rp 1.000.000-Rp 1.500.000	35
Rp 1.500.000-Rp 2.000.000	46
Rp 2.000.000-Rp 3.000.000	34
Rp 3.000.000-Rp 3.500.000	26
Rp 3.500.000-Rp 4.500.000	17
Jumlah	158

**Frekuensi Responden Berdasarkan**  
**Jumlah Tanggungan anak**  
**Tabel IV.3**

<b>Jumlah Tanggungan Anak</b>	<b>Frekuensi</b>
0 anak	29
1-2 anak	83
3-4 anak	42
5-6 anak	4
Jumlah	158

Dilihat dari Tabel IV.2 yaitu Frekuensi responden berdasarkan pendapatan, untuk frekuensi pendapatan dominan sebesar Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000 sebanyak 46 pedagang. Frekuensi terbesar ke dua berkisar antara Rp. 1.000.000-Rp 1.500.000 Sebanyak 35 pedagang. Untuk frekuensi terkecil berkisar antara Rp. 3.500.000- Rp. 4.500.000 sebanyak 17 pedagang.

Berdasarkan jumlah variabel dan merujuk kepada penelitian, maka deskripsi data dapat dikelompokkan menjadi dua bagian sesuai dengan jumlah variabel penelitian. Kedua bagian tersebut yaitu pendapatan usaha sebagai variabel bebas

dan lokasi usaha sebagai variabel terikat. Hasil perhitungan statistik deskriptif masing-masing variabel secara lengkap diuraikan sebagai berikut ini.

### **1. Pendapatan Usaha**

Data mengenai Pendapatan Usaha (variabel X ) diperoleh melalui pengisian instrument yang disebar bersama-sama dengan kuosioner lokasi usaha yang didapat dari 158 responden, yaitu para pedagang yang berdagang di lokasi usaha. Dimana yang dimaksud dengan pendapatan usaha dalam penelitian ini adalah pendapatan kotor yang diterima dalam satu periode atau total penjualan yang diperoleh dalam satu bulan.

Berdasarkan data yang terkumpul dari responden dan dilakukan pengolahan data, diperoleh skor tertinggi 42 (Rp.4200.000,-) dan skor terendah adalah 15 (Rp. 1.500.000) dari total skor keseluruhan sebesar 4463 (Rp. 446.300.000,-). Dari data tersebut dapat diketahui rata-rata skor keseluruhan yaitu (  $\bar{X}$  ) sebesar 28,25. Artinya, rata-rata pendapatan kotor para pedagang di pasar tanah abang termasuk dalam persentase rata-rata rendah hanya sebesar Rp. 2.850.000,- per bulan. Kemudian untuk varians ( $S^2$ ) sebesar 42,149 dan standar deviasi (S) sebesar 6,492. (proses perhitungan pada lampiran 23).

Distribusi data pendapatan usaha yang diperoleh skor yang menyebar antara 15-42. Dimana rentang skor adalah 27, dengan banyaknya kelas interval adalah 6,52 (dibulatkan menjadi 7), dan panjang kelas interval adalah 3,86 (dibulatkan menjadi 4). (proses perhitungan pada lampiran 19). Untuk mempermudah

penafsiran data pendapatan usaha, berikut adalah tabel distribusi frekuensi data dari pendapatan usaha.

**Tabel IV.4**  
**Distribusi Frekuensi Pendapatan Usaha**  
**(Variabel Y)**

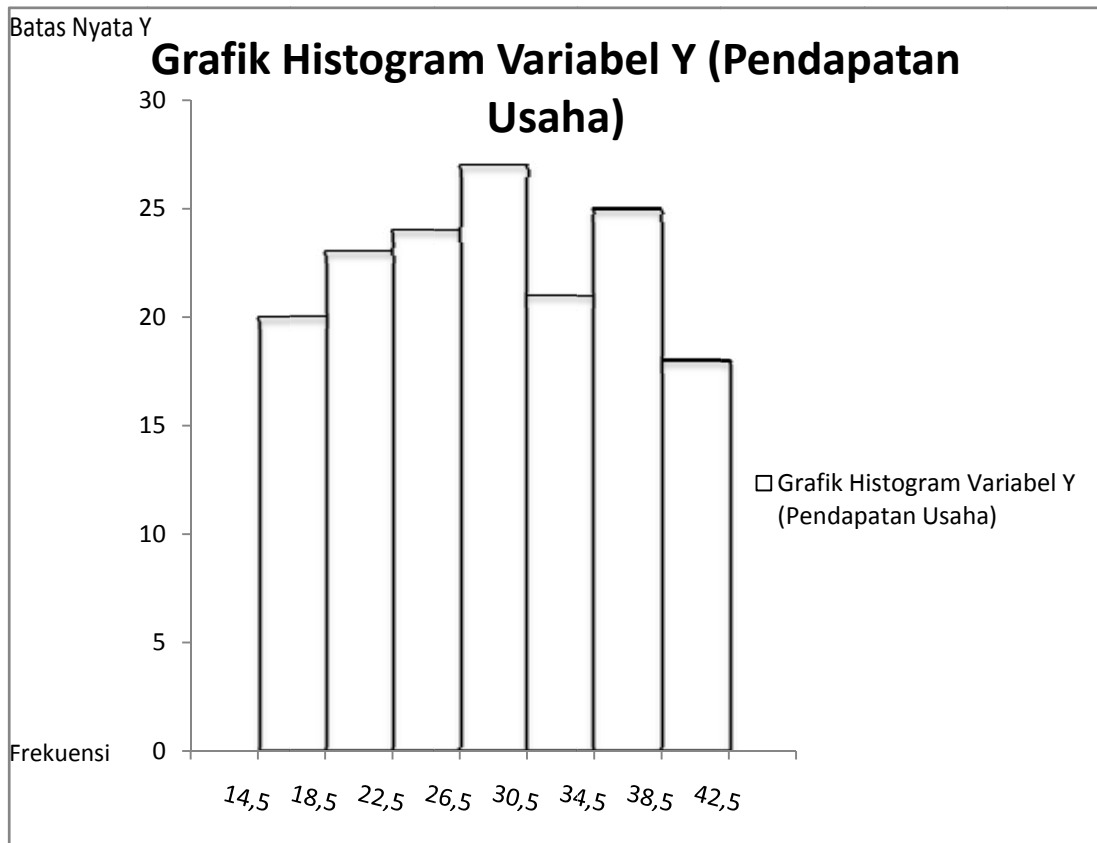
Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
15 - 18	14,5	18,5	20	12,7%
19 - 22	18,5	22,5	23	14,6%
23 - 26	22,5	26,5	24	15,2%
27 - 30	26,5	30,5	27	17,1%
31 - 34	30,5	34,5	21	13,3%
35 - 38	34,5	38,5	25	15,8%
39 - 42	38,5	42,5	18	11,4%
Jumlah			158	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi diatas dapat dilihat bahwa dari keseluruhan responden yang sebanyak 158, hanya sebanyak 18 responden yang memiliki skor pendapatan usaha yang tertinggi dengan kelas interval 39-42 dan dengan presentase sebesar 11,4%. Kemudian sebanyak 25 responden yang memiliki skor pendapatan usaha yang tergolong sedang dengan presentase 15,8%. Dilanjutkan dengan jumlah skor pendapatan usaha yang terendah pada rentang interval 15-18 dengan jumlah responden sebanyak 20 sehingga presentasinya hanya 12,7%. Skor dominan yang diperoleh dari responden terletak pada kelas keseluruhan responden yang sebanyak 158, hanya sebanyak 18 responden yang memiliki skor pendapatan usaha yang tertinggi dengan kelas interval 39-42 dan dengan presentase sebesar 11,4%. Kemudian sebanyak 25 responden yang

memiliki skor pendapatan usaha yang tergolong sedang dengan presentase 15,8%. keseluruhan responden yang sebanyak 158, hanya sebanyak 18 responden yang memiliki skor pendapatan usaha yang tertinggi dengan kelas interval 39-42 dan dengan presentase sebesar 11,4%. Kemudian sebanyak 25 responden yang memiliki skor pendapatan usaha yang tergolong sedang dengan presentase 15,8%. Dilanjutkan dengan jumlah skor pendapatan usaha yang terendah pada rentang interval 15-18 dengan jumlah responden sebanyak 20 sehingga persentasenya hanya 12,7%. Skor dominan yang diperoleh dari responden terletak pada kelas keseluruhan responden yang sebanyak 158, hanya sebanyak 18 responden yang memiliki skor pendapatan usaha yang tertinggi dengan kelas interval 39-42 dan dengan presentase sebesar 11,4%. Kemudian sebanyak 25 responden yang memiliki skor pendapatan usaha yang tergolong sedang dengan presentase 15,8%.

Dilanjutkan dengan jumlah skor pendapatan usaha yang terendah pada rentang interval 15-18 dengan jumlah responden sebanyak 20 sehingga persentasenya hanya 12,7%. Skor dominan yang diperoleh dari responden terletak pada kelas interval 27-30, sebanyak 27 responden dengan presentase 17,1% . Dimana pada kelas interval tersebut adalah perolehan skor yang dikategorikan sedang. Untuk mempermudah pemahaman hasil penyebaran skor pendapatan usaha, berikut ini adalah histogram distribusi frekuensi data pendapatan usaha yang digambarkan pada Gambar IV.I dibawah ini.



Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

#### **Gambar IV.1**

##### **Grafik Histogram Pendapatan Usaha**

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi IV.I dan histogram gambar IV.I diatas dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel pendapatan usaha terletak pada interval 27-30, yakni terdapat 27 pedagang yang berpenghasilan dalam interval tersebut dengan frekuensi relatif sebesar 17,5%. Frekuensi tertinggi kedua terletak pada interval 35-38 dengan banyaknya pendapatan usaha pedagang sebanyak 25 orang dan frekuensi relatifnya sebesar 15,8%. Untuk frekuensi rendahnya berada pada interval 39-42, yakni 18 pedagang dengan frekuensi relatifnya sebesar 11,4%.

## 2. Lokasi Usaha

Lokasi Usaha (variabel X ) memiliki 25 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Terbagi dalam enam indikator yaitu pertama Jalur transportasi, Kedekatan dengan fasilitas umum, letak secara geografis, fasilitas pemerintah, keamanan, sarana dan prasarana.

Data lokasi usaha diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian berbentuk angket atau kuesioner yang didapat dari 158 responden, yaitu para pedagang yang berdagang di lokasi usaha lantai 2 dan lantai 3 pasar tanah abang.

Berdasarkan data yang terkumpul dari responden dan dilakukan pengolahan data, diperoleh skor tertinggi 96 dan skor terendah adalah 69 dari total skor keseluruhan sebesar 13094. Dari data tersebut dapat diketahui rata-rata skor keseluruhan yaitu ( $\bar{X}$ ) sebesar 82,87 menunjukkan bahwa presentase lokasi usaha di pasar tanah abang blok G sebesar 52,44% yang berasal dari skor rata-rata dibagi skor maksimum data lokasi usaha ( $82,87/158 \times 100\%$ ), berarti rata-rata strategis lokasi usaha dalam pasar tanah abang blok G dalam tingkat yang tidak strategis. Kemudian untuk varians ( $S^2$ ) sebesar 42,149 dan standar deviasi (S) sebesar 6,492. (proses perhitungan pada lampiran 23).

Distribusi data lokasi usaha yang diperoleh skor yang menyebar antara 69-96. Dimana rentang skor adalah 27, dengan banyaknya kelas interval adalah 6,52 (dibulatkan menjadi 7), dan panjang kelas interval adalah 3,86 (dibulatkan menjadi 4). (proses perhitungan pada lampiran 19). Untuk mempermudah penafsiran data lokasi usaha, berikut adalah tabel distribusi frekuensi data dari lokasi usaha.



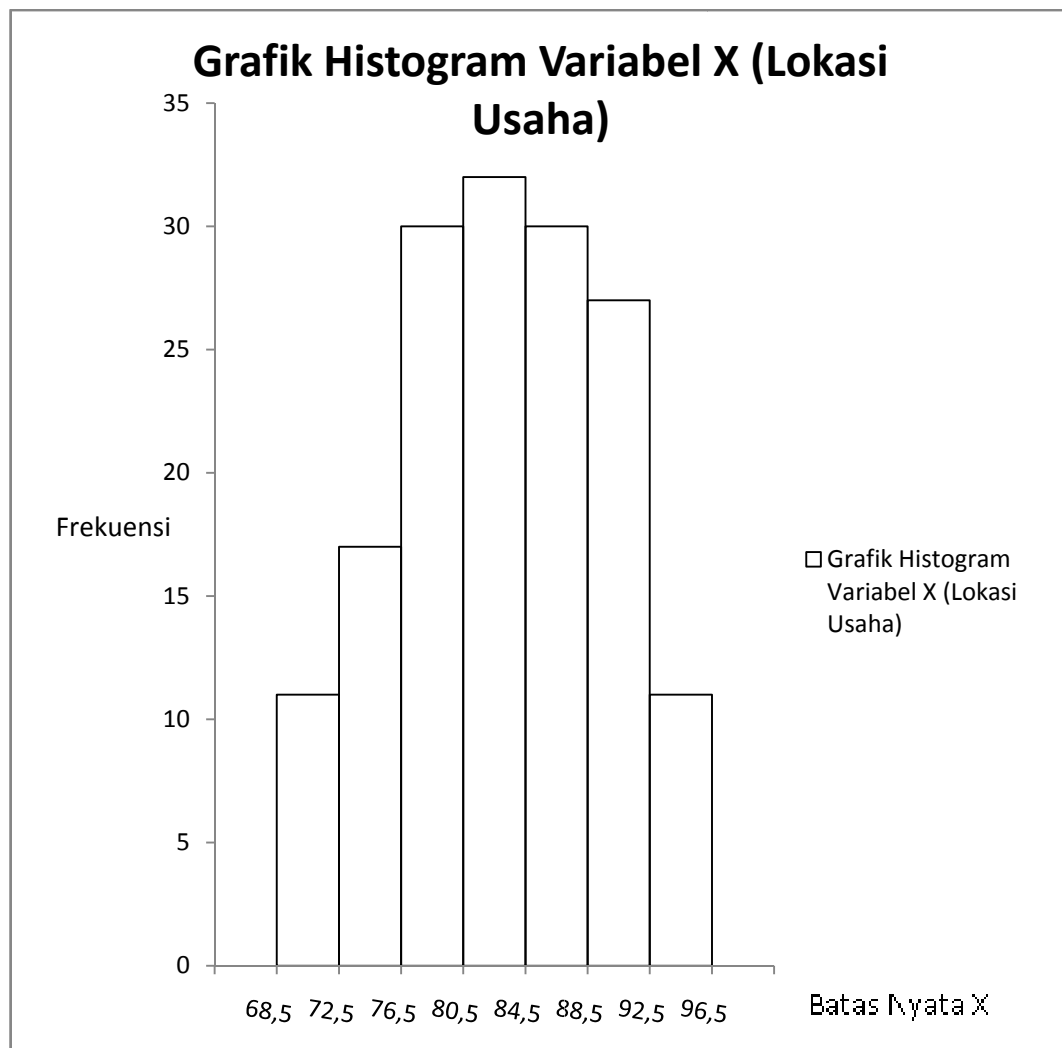
**Tabel IV.5**  
**Distribusi Frekuensi**  
**Lokasi Usaha**

<b>Kelas Interval</b>	<b>Batas Bawah</b>	<b>Batas Atas</b>	<b>Frek. Absolut</b>	<b>Frek. Relatif</b>
69 - 72	68.5	72.5	11	7.0%
73 - 76	72.5	76.5	17	10.8%
77 - 80	76.5	80.5	30	19.0%
81 - 84	80.5	84.5	32	20.3%
85 - 88	84.5	88.5	30	19.0%
89 - 92	88.5	92.5	27	17.1%
93 - 96	92.5	96.5	11	7.0%
Jumlah			158	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas dapat terlihat bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 158, terdapat 11 responden yang memiliki skor instrument lokasi usaha tertinggi yaitu terdapat pada kelas interval skor 93-96, dengan frekuensi relatif sebesar 7,0%. Kemudian sebanyak 11 responden yang memperoleh skor terendah, terdapat pada kelas interval 69-72 dengan frekuensi relatif sebesar 9,2%. Skor pengetahuan yang dominan terletak pada kelas interval antara 15-17, dimana di dalam kelas interval tersebut sebanyak 16 responden, dengan frekuensi relatif sebesar 7,0%

Untuk mempermudah penafsiran distribusi data lokasi usaha yang telah dijelaskan pada penjelasan di atas, dapat dilihat dalam grafik histrogram pada gambar IV.2 di bawah ini.



**Gambar 1V.2**  
**Grafik Histogram Lokasi Usaha (Variabel X)**

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi dan grafik histogram gambar IV.2 di atas dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel lokasi usaha pada kelas

interval 81-84, yaitu pada interval ke-4. Sebanyak 32 responden dalam interval tersebut dengan frekuensi relatif sebesar 20,3%. Frekuensi tertinggi kedua terletak pada kelas interval ke 3 dan 5 yakni antara 77-80 dan 85-88, sebanyak 30 responden pada kelas interval tersebut dengan frekuensi relatifnya sebesar 19,0%. Sedangkan frekuensi terendah terletak pada kelas interval pertama yaitu antara 69-72, sebanyak 11 responden dalam kelas interval tersebut dengan frekuensi relatif 7,0%.

Untuk menggambarkan lokasi usaha yang tinggi, maka skor idealnya adalah 105, dimana nilai skor dari tiap item adalah 5. Dari data kuesioner yang didapat skor tertinggi yang diperoleh yaitu 96 dengan angka yang sering muncul adalah 5. Sedangkan untuk dapat menyatakan bahwa lokasi usaha tersebut memiliki tingkat strategis yang rendah, total skor minimal adalah 21 dimana skor dari tiap item adalah 1. Dari data kuesioner yang didapat total skor yang terendah yaitu 69 dengan angka skor yang paling muncul adalah 4.

Dari item pernyataan yang disebar kepada 158 responden, dengan indikator Jalur Transportasi, Kedekatan dengan fasilitas umum, Letak secara geografis, fasilitas pemerintah, keamanan, sarana dan prasarana. dapat diketahui bahwa indikator dominan pada penelitian yakni pada indikator letak secara geografis sebesar 18%. Kemudian disusul oleh jalur transportasi dan fasilitas pemerintah dengan persentase 17%. Sedangkan indikator kedekatan dengan fasilitas umum, keamanan dan sarana prasarana memiliki persentase paling rendah yaitu hanya

16%. Berikut ini adalah tabel indikator dominan lokasi usaha (proses perhitungan dalam lampiran 38)

**Tabel IV.6**  
**Indikator Dominan Lokasi Usaha**

No	Lokasi Usaha	Jumlah Item	Persentase
1	Jalur Transportasi	5	17%
2	Kedekatan dengan fasilitas umum	1	16%
3	Letak secara geografis	6	18%
4	Fasilitas Pemerintah	3	17%
5	Keamanan	3	16%
6	Sarana dan Prasarana	3	16%
	<b>TOTAL</b>	21	100%

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2014

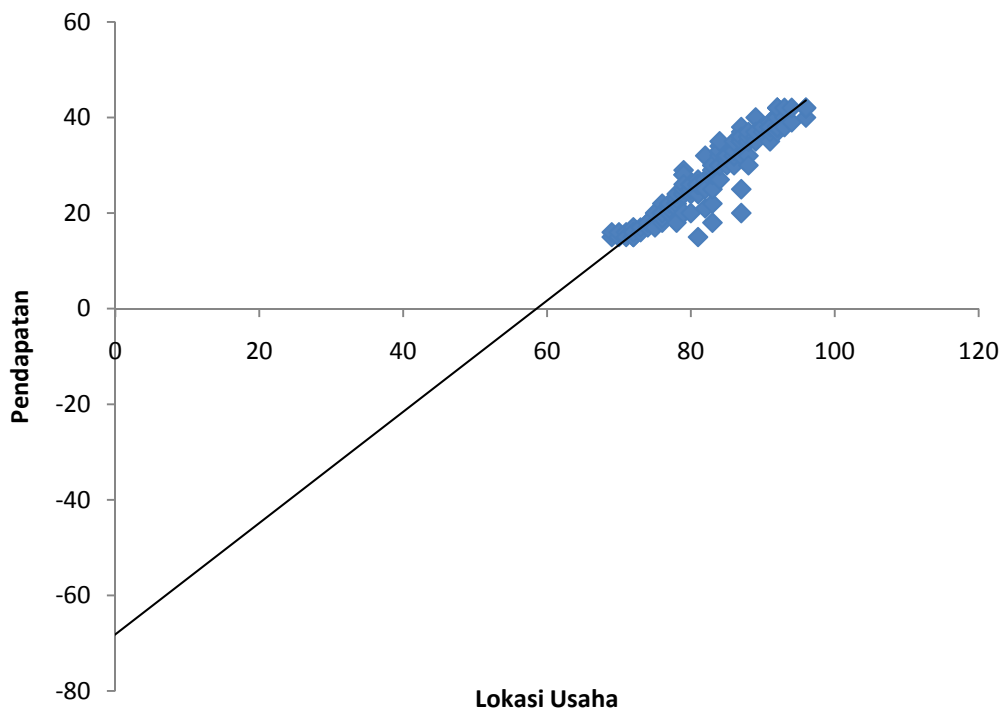
## B. Analisis Data

### 1. Persamaan Garis Regresi

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 1,164 dan menghasilkan konstanta sebesar -68,14.

Dengan demikian bentuk hubungan antara variabel lokasi usaha dengan pendapatan usaha memiliki persamaan regresi  $\hat{Y} = -68,14 + 1,164X$ . (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 25 .

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat dibuat grafik garis persamaan regresi yang digambarkan pada gambar IV.3 dibawah ini.

**GRAFIK GARIS PERSAMAAN REGRESI**

**Gambar IV.3**  
**Persamaan Garis Regresi**  
 $\hat{Y} = -68,14 + 1.164 X$

Selanjutnya persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor lokasi usaha (X) akan mengakibatkan kenaikan pendapatan usaha (Y) sebesar 1,164 pada konstanta -68.14 (proses perhitungan pada lampiran 27).

## 2. Pengujian Persyaratan Analisis

### a) Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atau X

Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y dan X dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi Y atau X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X dilakukan dengan menggunakan uji Liliefors pada taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  untuk sampel sebanyak 158 responden, dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila  $L_{hitung}$  ( $L_0$ )  $< L_{tabel}$  ( $L_t$ ) dan jika sebaliknya maka galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Pengujian galat taksiran regresi Y atas X menghasilkan  $L_{hitung}$  maksimum sebesar 0,039 sedangkan  $L_{tabel}$  pada taraf nyata  $\alpha = 0,05$  diperoleh nilai sebesar 0,070. Ini berarti  $L_{hitung} < L_{tabel}$  atau  $0,039 < 0,070$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Dengan demikian pengujian hipotesis yang menggunakan analisis korelasi dan regresi dapat dilakukan (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 30)

Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV.5

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran**

No	GalatTaksiran	$L_0$	$L_{tabel}$ (0,05)	Lokasi Usaha	Keterangan
1	Y atas X	0,039	0,070	Terima Ho	Normal

### b) Uji Lineritas Regresi

Untuk tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linearitas regresi dengan dk pembilang  $(k-2) = 25$  dan dk penyebut  $(n-k) = 131$  dengan  $\alpha = 0,05$  diperoleh  $F_{hitung} = 1,73$  sedangkan  $F_{tabel} = 1,94$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yang berarti linear. (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 32).

**Tabel IV.8**  
**ANAVA untuk Uji Keberartian dan Kelinearan Persamaan Regresi**  
**Lokasi dengan Pendapatan Usaha**  
 $\hat{Y} = -68,14 + 1,164X$

Sumber Varians	Dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	$F_{hitung}$	$F_{tabel}$
Total	158	139638,00			
Regresi (a)	1	129306,33			
Regresi (b/a)	1	917,87	917,87	15,21	3,90
Sisa	156	941,380	60,34		
Tuna Cocok	25	2332,174	93,29		
Galat Kekeliruan	131	7081,630	54,06	1,73	1,94

Sumber; Data Primer diolah tahun 2014

Keterangan :

\*Regresi berarti, ( $F_{hitung} = 15,21 > F_{tabel} = 3,90$ )

<sup>ns</sup> Regresi linear, ( $F_{hitung} = 1,73 < F_{tabel} = 1,94$ )

(Proses perhitungan pada lampiran 32)

Hasil pengujian pada tabel diatas menyimpulkan bahwa bentuk hubungan antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha adalah linear.

### **C. Pengujian Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian ini adalah “Terdapat hubungan yang positif antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha pada pedagang di pasar tanah abang blok G Jakarta sesudah relokasi pedagang kaki lima tahun 2013 ”

Selanjutnya dilakukan uji keberartian regresi lokasi usaha dengan pendapatan usaha yang perhitungannya disajikan dalam tabel IV.6. Pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut  $(n-2) = 156$  pada  $\alpha = 0,05$  diperoleh  $F_{hitung} = 15,21$ , sedangkan  $F_{tabel} = 3,90$ . Dari hasil pengujian seperti ditunjukkan pada tabel IV.4 menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (15,21) > F_{tabel} (3,90)$  sehingga regresi berarti. (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 32)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bukan secara kebetulan lokasi usaha mempunyai hubungan positif dengan pendapatan usaha melainkan didasarkan pada analisis statistik yang menguji signifikansi hubungan dengan taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ )

Setelah dilakukan uji keberartian regresi, tahap selanjutnya adalah melakukan perhitungan koefisien korelasi. Perhitungan koefisien korelasi berguna untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel X da Y. Hasil perhitungan koefisien korelasi antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha diperoleh



koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,819$  (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 35 ).

Untuk uji signifikansi koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.7.

**Tabel IV.9**  
**Pengujian Signifikansi**  
**Koefisien Korelasi antara variabel X dan variabel Y**

Koefisien	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$
X dan Y	0,741	0,5488	13,77	1,65

Keterangan :  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $13,77 > 1,65$  maka  $H_0$  ditolak atau terdapat koefisien korelasi yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

Berdasarkan pengujian signifikansi koefisien korelasi antara pasangan skor lokasi usaha dengan pendapatan usaha sebagaimana terlihat pada tabel IV.7 diatas diperoleh  $t_{hitung} = 13,77$  dan  $t_{tabel} = 1,65$ . (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 36). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,741$  adalah signifikan.

Hasil perhitungan koefisien determinasi  $r_{xy}^2 = (0,741)^2 = 0,5488$ . Hal ini berarti sebesar 54,88% variasi pendapatan usaha (variabel Y) ditentukan oleh lokasi usaha (variabel X), sedangkan 47,31% variasi pendapatan usaha (variabel Y) ditentukan oleh faktor-faktor lainnya. (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 37).

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dijelaskan sebelumnya pada pengujian signifikansi koefisien korelasi antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha diperoleh  $t_{hitung} = 13,77 > t_{tabel} = 1,65$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha pada pedagang di pasar tanah abang blok G. Bentuk hubungan antara variabel lokasi usaha dengan pendapatan usaha memiliki persamaan regresi  $\hat{Y} = -68.14 + 1,164X$ . persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa sikap kenaikan satu skor lokasi usaha (X) akan mengakibatkan kenaikan skor pendapatan usaha (Y) sebesar 1,164 pada konstanta -68.14.

Hasil analisis korelasi sederhana antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha diperoleh nilai korelasi  $r_{xy}$  sebesar 0,741. Nilai ini menunjukkan adanya keterkaitan yang positif antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha. Dengan kata lain semakin strategis lokasi suatu usaha maka semakin tinggi pula pendapatan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah strategis lokasi suatu usaha maka semakin rendah pula pendapatan usahanya.

Besarnya variasi variable pendapatan usaha ditentukan oleh variabel lokasi usaha dan dapat diketahui dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien korelasi sederhananya adalah sebesar 0,5488 secara statistik nilai ini memberikan pengertian bahwa kurang lebih 54,88% variasi perubahan pendapatan usaha ditentukan atau dipengaruhi oleh lokasi usaha . Dengan pola hubungan fungsional seperti yang ditunjukkan oleh persamaan regresi tersebut di atas, terlihat lebih kurang 54,88% variasi pasangan skor kedua variabel tersebut akan berdistribusi

dan mengikuti pola hubungan antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha sesuai dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = -68.14 + 1,164X$ .

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dikemukakan, diketahui adanya pengaruh yang positif lokasi usaha dengan pendapatan usaha. Untuk penelitian ini terlihat bahwa pedagang yang berjualan di lantai bawah mempunyai pendapatan yang lebih dibandingkan dengan pedagang di lantai atas.

#### **E. Keterbatasan Hasil Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya sampai pada tingkat kebenaran mutlak. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan yang dilakukan selama melakukan penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Keterbatasan faktor yang diteliti yakni hanya mengenai hubungan lokasi usaha dengan pendapatan usaha. Sementara pendapatan usaha berhubungan dengan banyak faktor
2. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga dalam menyelesaikan penelitian ini, sehingga intensitas penelitian tidak selancar seperti yang diharapkan.
3. Keterbatasan kemampuan yang dimiliki peneliti untuk meneliti lebih dalam.
4. Tidak semua pedagang bersedia untuk menjadi responden.
5. Kesibukan para responden sehingga menyebabkan kesulitan dalam proses penjarangan data.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pengolahan data deskriptif, analisis, interpretasi data dan pengolahan data statistik yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi usaha yang strategis dapat diukur dari jalur transportasi, kedekatan dengan vasilitas umum, letak secara geografis, fasilitas pemerintah, keamanan, dan sarana prasarana. Memiliki hubungan yang positif dengan pendapatan usaha pedagang.

1. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan dari variabel lokasi usaha dengan pendapatan usaha pedagang. Jadi, setelah dilakukan penelitian dapat dikatakan bahwa semakin strategis suatu lokasi usaha, maka semakin tinggi pula pendapatan usahanya.
2. Pada penelitian ini, diketahui bahwa pendapatan usaha pedagang dipengaruhi oleh strategis lokasi usaha sebesar 54,88% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai ini berarti lokasi usaha cukup erat kaitannya dengan pendapatan usaha pedagang . Hal ini berarti jika lokasi usaha sulit dijangkau, pendapatan pada pedagang akan semakin rendah pula.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara lokasi usaha dengan pendapatan usaha pedagang di pasar tanah abang blok G jakarta pusat. Hal ini membuktikan bahwa lokasi usaha yang strategis merupakan salah satu faktor yang menentukan pendapatan usaha para pedagang.

Implikasi dari penelitian ini adalah dengan lokasi usaha yang strategis strategis dapat meningkatkan pendapatan usaha para pedagang, sehingga dapat menaikkan taraf ekonomi para pedagang.

Dari item pernyataan yang disebar kepada 158 responden, dengan indikator Jalur Transportasi, Kedekatan dengan fasilitas umum, Letak secara geografis, fasilitas pemerintah, keamanan, sarana dan prasarana. dapat diketahui bahwa indikator dominan pada penelitian yakni pada indikator letak secara geografis sebesar 18%. Kemudian disusul oleh jalur transportasi dan fasilitas pemerintah dengan persentase 17%. Sedangkan indikator kedekatan dengan fasilitas umum, keamanan dan sarana prasarana memiliki persentase paling rendah yaitu hanya 16%

## **C. Saran**

Berdasarkan implikasi dari hasil penelitian, maka peneliti menyampaikan saran-saran sebagai berikut :

1. Perlu peningkatan lokasi usaha agar semakin strategis, serta adanya peningkatan keamanan, kedekatan dengan fasilitas umum, dan sarana

prasarana. Sehingga masyarakat tertarik untuk berbelanja di pasar tanah abang blok G dan pendapatan para pedagang tersebut bertambah besar.

2. Karena mayoritas berpenghasilan kurang lebih Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000 jadi diperlukan kegiatan untuk memotivasi para pedagang untuk peningkatan semangat kerjanya sehingga pendapatannya menjadi lebih baik dari sebelumnya.
3. Karena mayoritas para pedagang berjualan pakaian, maka diperlukannya inovasi dalam berdagang serta produk-produk yang lebih bermutu lagi dibandingkan dengan pedagang di pasar pasar lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arthur J Keown dkk, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat, 2002
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta, 2003
- Charles W Lamb, *Pemasaran Buku II Jakarta*, Salemba Empat, 2001
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset, 2004
- Geoffrey G. Meredith, *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Pustaka Ilmu, 1999
- Irina Nuritha et al. Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba (Jurnal Sainstek UNEJ 2013, 1)
- Imam Sopari Assauri “Sosialisasi Kota dan Desa”. Surabaya: 2001
- Kashmir, *Kewirausahaan*. Jakarta: PT raja Grafindo Persada 2006
- Manahan P Tampubolon, *Manajemen Operasional* .Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006
- Manahan P. Tampubolon, *Manajemen Operasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004
- Mardiamo, *Akuntansi Keuangan Dasar* edisi ke empat .Yogyakarta: BPF, 2005
- Marno Nugroho et al, Analisis pengaruh lokasi, keanekaragaman barang terhadap keputusan berbelanja dan loyalitas konsumen di Carrefour Semarang, (Vol:10). Semarang: Fakultas Ekonomi Univ Islam sultan Agung 2009
- Moch As’ad, *Psikologi Industri* . Yogyakarta: Liberti 2007

- Paul A. Samuelson dan William Nordhaus, *Ekonomi Jilid 3*. Jakarta: Erlangga, 2001
- Philip E Fess, *Konsep Dasar Anggaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Pratama Rahardja dan M. Manurun, *Teori Ekonomi Mikro suatu pengantar*. Jakarta: LPFE UI, 2004
- Robbinson Tarigan, *Ekonomi regional teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Modern* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002
- Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: LPFEUI, 2008
- Sudjana, *Metoda Statistika*. Bandung; Tarsito, 2002
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta, 2002
- T. Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan operasi* .Yogyakarta: BPF, 2003
- Theodorus M. Tuanakota, *Teori Akuntansi Buku I*. Jakarta :LPFE I 2000
- Theodurus M.Tuanakotta, *Teori Akuntansi* . Jakarta: salemba empat 2000
- Wursanto, *Dasar-Dasar Manajemen Personalian*. Jakarta, Pustaka 2006
- Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting*. Jakarta: Grasindo 2007



**Perihal:** Permohonan pengisian angket

**Lampiran :** Satu Berkas

**Yth :** Bapak/Ibu Pedagang

Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta

Dengan Hormat

Dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan dalam mendapatkan gelar sarjana pendidikan di Universitas Negeri Jakarta maka peneliti meminta kesediaan bapak/ibu untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Angket tersebut berisi pernyataan-pernyataan terkait hubungan antara strategis lokasi usaha dengan pendapatan usaha di pasar tanah abang Blok G Jakarta sesudah relokasi pedagang kaki lima tahun 2013. Agar data yang diperoleh valid, maka peneliti meminta bapak/ibu untuk memberikan jawaban sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Jawaban yang bapak ibu berikan sangat berharga bagi peneliti guna kelancaran penelitian. Atas Perhatian dan partisipasi yang diberikan, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, Juli 2014

Hormat saya,

Tria Rahmawati Utami

## Petunjuk pengisian angket

1. Pilih satu Jawaban yang paling tepat menurut Bapak/Ibu dengan memberikan tanda cek list (v) untuk setiap pertanyaan yang diberikan pada kolom yang tersedia.
2. Pilihan Jawaban

Petunjuk Untuk Strategis Lokasi Usaha
SS: Sangat Setuju
S: Setuju
R: Ragu-ragu
TS: Tidak Setuju
STS: Sangat Tidak Setuju

### KUESIONER UJI COBA STRATEGIS LOKASI USAHA

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Lokasi Usaha dapat dilalui oleh kendaraan bermotor/kendaraan pribadi					
2.	Banyak rute kendaraan umum yang melalui lokasi usaha					
3.	Lokasi usaha berada pada persimpangan jalan yang banyak dilalui kendaraan umum					
4.	Lokasi usaha dilalui kendaraan umum dari rute yang jauh					
5.	Lokasi usaha berada pada tepi jalan raya					
6.	Lokasi usaha berada dekat dengan fasilitas umum seperti halte, jembatan penyebrangan, mesin atm					

7.	Lokasi usaha berada dekat dengan pelayanan umum seperti sekolah, rumah sakit, kelurahan, kecamatan					
8.	Lokasi usaha berada pada daerah pemukiman penduduk					
9.	Lokasi usaha berada pada pusat keramaian pengguna jalan kaki					
10.	Lokasi usaha berada pada daerah rawan bencana seperti banjir					
11.	Jalan menuju lokasi usaha merupakan daerah kawasan industry					
12.	Jarak antara lokasi usaha dengan lahan parkir dekat					
13.	Lokasi usaha berada pada lingkungan masyarakat ekonomi atas					
14.	Banyaknya pesaing usaha sejenis yang berada dekat dengan lokasi usaha					
15.	Lokasi Usaha tidak pada tempat yang disediakan pemerintah					
16.	Lingkungan lokasi usaha diawasi langsung oleh pemerintah					
17.	Fasilitas usaha disediakan pemerintah					
18.	Keamanan lokasi usaha diawasi oleh pihak yang berwenang					
19.	Suasana di sekitar lokasi usaha aman dan damai					
20.	Adanya pungutan liar untuk parkir di lokasi usaha					
21.	Lokasi usaha berada pada daerah jalan rusak					
22.	Lahan parkir yang tersedia pada lokasi usaha luas					
23.	Lokasi usaha memiliki lift dan eskalator					

24.	Lokasi usaha memiliki sarana promosi untuk menarik pengunjung					
25.	Tangga darurat pada setiap lantainya memudahkan pengunjung untuk berbelanja					

**Perihal:** Permohonan pengisian angket

**Lampiran :** Satu Berkas

**Yth :** Bapak/Ibu Pedagang

Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta

Dengan Hormat

Dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan dalam mendapatkan gelar sarjana pendidikan di Universitas Negeri Jakarta maka peneliti meminta kesediaan bapak/ibu untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Angket tersebut berisi pernyataan-pernyataan terkait hubungan antara strategis lokasi usaha dengan pendapatan usaha di pasar tanah abang Blok G Jakarta sesudah relokasi pedagang kaki lima tahun 2013. Agar data yang diperoleh valid, maka peneliti meminta bapak/ibu untuk memberikan jawaban sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Jawaban yang bapak ibu berikan sangat berharga bagi peneliti guna kelancaran penelitian. Atas Perhatian dan partisipasi yang diberikan, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, Juli 2014

Hormat saya,

Tria Rahmawati Utami

## Petunjuk pengisian angket

1. Pilih satu Jawaban yang paling tepat menurut Bapak/Ibu dengan memberikan tanda cek list (v) untuk setiap pertanyaan yang diberikan pada kolom yang tersedia.
2. Pilihan Jawaban

Petunjuk Untuk Strategis Lokasi Usaha
SS: Sangat Setuju
S: Setuju
R: Ragu-ragu
TS: Tidak Setuju
STS: Sangat Tidak Setuju

### KUESIONER SETELAH UJI COBA STRATEGIS LOKASI USAHA

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Lokasi Usaha dapat dilalui oleh kendaraan bermotor/kendaraan pribadi					
2.	Banyak rute kendaraan umum yang melalui lokasi usaha					
3.	Lokasi usaha berada pada persimpangan jalan yang banyak dilalui kendaraan umum					
4.	Lokasi usaha dilalui kendaraan umum dari rute yang jauh					
5.	Lokasi usaha berada pada tepi jalan raya					
6.	Lokasi usaha berada dekat dengan fasilitas umum seperti halte, jembatan penyebrangan, mesin atm					

7.	Lokasi usaha berada dekat dengan pelayanan umum seperti sekolah, rumah sakit, kelurahan, kecamatan					
8.	Lokasi usaha berada pada daerah pemukiman penduduk					
9.	Lokasi usaha berada pada daerah rawan bencana seperti banjir					
10.	Jalan menuju lokasi usaha merupakan daerah kawasan industry					
11.	Jalan menuju lokasi usaha rusak					
12.	Banyaknya pesaing usaha sejenis yang berada dekat dengan lokasi usaha					
13.	Lokasi Usaha tidak pada tempat yang disediakan pemerintah					
14.	Lingkungan lokasi usaha diawasi langsung oleh pemerintah					
15.	Fasilitas usaha disediakan pemerintah					
16.	Keamanan lokasi usaha diawasi oleh pihak yang berwenang					
17.	Suasana di sekitar lokasi usaha aman dan damai					
18.	Adanya pungutan liar untuk parkir di lokasi usaha					
19.	Jarak antara lokasi usaha dengan lahan parkir dekat					
20.	Lahan parkir yang tersedia pada lokasi usaha luas					
21.	Lokasi usaha memiliki sarana promosi untuk menarik pengunjung					

**Data Hasil Perhitungan Uji Validitas Skor Butir dengan Skor Total  
Variabel X (Lokasi Usaha)**

No. Butir	$\Sigma X$	$\Sigma X^2$	$\Sigma X \cdot X_t$	$\Sigma x^2$	$\Sigma x \cdot x_t$	$\Sigma x_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	106	424	7858	49.47	289.60	5909.20	0.536	0.361	Valid
2	125	555	9166	34.17	241.00	5909.20	0.536	0.361	Valid
3	99	375	7469	48.30	400.40	5909.20	0.749	0.361	Valid
4	112	454	8226	35.87	229.20	5909.20	0.498	0.361	Valid
5	83	265	6252	35.37	325.80	5909.20	0.713	0.361	Valid
6	84	274	6243	38.80	245.40	5909.20	0.513	0.361	Valid
7	82	268	5952	43.87	97.20	5909.20	0.191	0.361	Drop
8	117	479	8553	22.70	199.20	5909.20	0.544	0.361	Valid
9	96	352	7133	44.80	278.60	5909.20	0.541	0.361	Valid
10	79	257	5946	48.97	305.40	5909.20	0.568	0.361	Valid
11	122	524	8898	27.87	187.20	5909.20	0.461	0.361	Valid
12	90	316	6720	46.00	294.00	5909.20	0.564	0.361	Valid
13	101	371	7311	30.97	99.60	5909.20	0.233	0.361	Drop
14	85	279	6391	38.17	322.00	5909.20	0.678	0.361	Valid
15	96	376	7178	68.80	323.60	5909.20	0.508	0.361	Valid
16	95	347	7009	46.17	226.00	5909.20	0.433	0.361	Valid
17	94	344	7048	49.47	336.40	5909.20	0.622	0.361	Valid
18	96	346	7081	38.80	226.60	5909.20	0.473	0.361	Valid
19	91	325	6911	48.97	413.60	5909.20	0.769	0.361	Valid
20	87	301	6510	48.70	298.20	5909.20	0.556	0.361	Valid
21	117	487	8542	30.70	188.20	5909.20	0.442	0.361	Valid
22	85	289	6442	48.17	373.00	5909.20	0.699	0.361	Valid
23	77	235	5586	37.37	88.20	5909.20	0.188	0.361	Drop
24	93	329	6850	40.70	209.80	5909.20	0.428	0.361	Valid
25	113	461	8173	35.37	104.80	5909.20	0.229	0.361	Drop

1  
1  
1  
1  
1  
1  
0  
1  
1  
1  
1  
1  
0  
1  
1  
1  
1  
1  
1  
1  
1  
1  
0  
1  
0  
21



LAMPIRAN 12

Perhitungan Kembali Hasil Uji Coba Variabel X Valid  
Strategis Lokasi Usaha

No. Res p.	Butir Soal																					X total	X total <sup>2</sup>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21		
1	4	5	4	4	4	2	4	1	2	5	3	3	4	2	5	4	5	2	4	4	4	75	5625
2	5	5	4	4	3	3	5	3	3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	5	4	2	81	6561
3	4	4	5	2	5	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	2	5	3	5	4	4	83	6889
4	2	4	2	4	2	2	3	1	2	3	2	2	5	2	2	2	2	1	4	2	5	54	2916
5	1	5	1	2	1	1	4	2	1	5	1	1	4	1	3	1	2	1	5	1	1	44	1936
6	4	5	2	4	2	2	3	4	3	5	4	2	4	2	3	2	2	5	4	2	2	66	4356
7	3	5	2	4	3	2	5	4	2	5	3	3	4	3	2	4	2	5	4	2	2	69	4761
8	4	5	2	4	2	2	3	4	1	5	2	2	4	2	2	3	2	3	4	2	2	60	3600
9	2	4	2	4	3	3	4	4	2	5	3	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	64	4096
10	2	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	5	3	5	86	7396
11	4	4	4	5	2	5	5	3	2	5	5	5	4	5	2	4	3	5	5	5	5	87	7569
12	5	5	5	2	3	2	3	2	4	4	5	3	5	5	5	2	2	4	4	2	5	77	5929
13	4	4	2	4	2	1	2	3	2	3	3	2	1	2	4	4	3	1	3	2	4	56	3136
14	2	1	2	2	1	5	4	2	1	2	3	1	1	4	1	2	1	1	3	1	4	44	1936
15	5	5	4	4	2	3	4	5	3	4	5	2	2	4	3	4	3	2	4	4	3	75	5625
16	5	4	5	5	3	4	4	4	2	4	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	4	84	7056
17	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	2	1	3	82	6724
18	2	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	93	8649
19	4	5	5	5	2	1	3	4	3	4	1	1	4	4	1	4	2	2	3	2	3	63	3969
20	5	5	4	4	3	2	5	5	2	4	5	2	1	4	3	5	4	1	4	2	2	72	5184
21	4	5	5	5	4	4	5	4	1	5	2	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	86	7396
22	5	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	3	2	5	4	4	86	7396
23	3	4	3	5	2	2	5	2	5	5	2	2	4	4	3	2	3	3	3	2	2	66	4356
24	4	3	2	4	3	2	4	2	1	3	3	4	2	3	4	2	2	3	4	2	2	59	3481

<b>25</b>	4	3	4	3	2	2	4	2	2	4	4	2	1	2	2	4	4	2	2	2	2	57	3249
<b>26</b>	2	4	2	1	1	3	2	2	2	4	1	4	1	4	2	4	2	2	3	2	2	50	2500
<b>27</b>	5	4	2	5	4	3	4	3	4	2	2	2	5	2	1	2	2	2	4	5	2	65	4225
<b>28</b>	2	1	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	4	2	2	1	2	2	2	2	43	1849
<b>29</b>	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	2	1	4	5	4	4	2	4	4	73	5329
<b>30</b>	1	4	2	4	2	2	4	2	1	4	2	2	1	1	3	2	2	4	5	2	2	52	2704
<b><math>\Sigma Y_i</math></b>	106	125	99	112	83	84	117	96	79	122	90	85	96	95	94	96	91	87	117	85	93	2052	1463 98
<b><math>\Sigma Y_i^2</math></b>	424	555	375	454	265	274	479	352	257	524	316	279	376	347	344	346	325	301	487	289	329		

1.6   1.1   1.6   1.2   1.2   1.3   0.8   1.5   1.6   0.9   1.5   1.3   2.3   1.5   1.6   1.3   1.6   1.6   1.0   1.6   1.4  
  
 753   879   717   788   600   601   819   6827   570   854   647   615   692   673   676   678   663   626   820   618   661  
 0   1   5   3   2   5   7   7   1   5   3   0   4   3   3   6   0   1   9   6

LAMPIRAN 14

Data Hasil Uji Coba Reliabilitas Variabel Y  
Minat Berasuransi Pendidikan

No.	Varians
1	1,65
2	1,14
3	1,61
4	1,20
5	1,18
6	1,29
7	0,76
8	1,49
9	1,63
10	0,93
11	1,53
12	1,27
13	1,79
14	1,54
15	1,65
16	1,29
17	1,63
18	1,62
19	1,02
20	1,61
21	1,36
Σ	29.19

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus contoh butir ke 1

$$S_i^2 = \frac{\sum Y_i^2 - \frac{(\sum Y_i)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{424 - \frac{106^2}{30}}{30} = 1,65$$

2. Menghitung varians total

$$S_t^2 = \frac{\sum Y_t^2 - \frac{(\sum Y_t)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{146398 - \frac{2052^2}{30}}{30} = 201.37$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

$$= \frac{21}{21-1} \left( 1 - \frac{29.19}{201.4} \right)$$

$$= 0.898$$

### Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa  $r_{ii}$  termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang sangat tinggi**

Tabel Interpretasi

<b>Besarnya nilai r</b>		<b>Interpretasi</b>	
0,800 - 1,000		Sangat tinggi	
0,600 - 0,799		Tinggi	
0,400 - 0,599		Cukup	
0,200 - 0,399		Rendah	

## LAMPIRAN 17

### Data Penelitian Variabel Y (Pendapatan Usaha)

No Resp	Jumlah Pendapatan Perbulan
1	39
2	33
3	20
4	17
5	16
6	18
7	33
8	21
9	38
10	40
11	30
12	20
13	35
14	37
15	24
16	32
17	38
18	15
19	33
20	40
21	32
22	20
23	30
24	19
25	38
26	19
27	26
28	15
29	19
30	15
31	18
32	34
33	18
34	25
35	26
36	21

37	32
38	32
39	38
40	38
41	24
42	25
43	36
44	26
45	22
46	17
47	40
48	22
49	42
50	19
51	26
52	19
53	35
54	27
55	42
56	29
57	16
58	22
59	23
60	22
61	24
62	28
63	35
64	28
65	38
66	39
67	32
68	17
69	37
70	18
71	24
72	42
73	25
74	38
75	32
76	25

77	35
78	31
79	38
80	20
81	25
82	40
83	15
84	32
85	42
86	26
87	24
88	32
89	22
90	35
91	20
92	28
93	15
94	26
95	21
96	16
97	27
98	20
99	22
100	17
101	22
102	32
103	18
104	36
105	37
106	37
107	25
108	35
109	35

110	32
111	25
112	21
113	20
114	38
115	16
116	27
117	15
118	38
119	33
120	40
121	26
122	35
123	23
124	16
125	22
126	17
127	36
128	26
129	35
130	30
131	42
132	27
133	20
134	29
135	18
136	15
137	36
138	30
139	36
140	42
141	25
142	38



143	36
144	30
145	30
146	32
147	38
148	28
149	33
150	40
151	37
152	29
153	30
154	26
155	38
156	35
157	30
158	26

LAMPIRAN 18

**Data Penelitian  
Variabel X (Lokasi Usaha)**

No. Resp.	Butir Pernyataan																				Skor Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21
1	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	91
2	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	84
3	4	4	5	4	4	4	3	2	4	3	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	3	77
4	3	3	5	4	4	3	2	3	5	4	4	1	4	2	4	4	3	4	3	4	3	72
5	5	4	4	2	3	2	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	73
6	5	3	2	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	2	4	4	2	4	2	78
7	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	3	5	3	5	86
8	2	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	5	4	3	2	3	2	3	77
9	4	5	4	5	4	5	2	3	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	3	90
10	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	92
11	4	3	4	4	2	2	5	4	5	4	5	5	2	5	5	5	2	5	4	5	4	84
12	5	4	4	4	5	4	5	2	5	4	4	5	5	4	5	4	3	3	5	3	4	87
13	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2	5	4	5	4	4	5	87
14	2	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	92
15	1	4	4	4	4	3	5	1	5	3	3	5	5	4	4	4	5	2	4	5	4	79
16	4	5	5	4	4	2	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	88
17	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	91
18	4	5	1	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	2	72
19	2	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	86
20	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	96
21	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	5	3	3	3	3	85
22	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	2	5	5	4	4	2	4	2	3	2	3	79
23	5	1	4	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	86
24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	1	4	2	4	2	76
25	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	94
26	3	5	4	4	4	3	4	2	4	4	4	5	4	4	3	3	2	3	4	3	4	76
27	2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	3	80
28	1	5	3	4	1	2	3	5	3	3	4	4	2	2	4	4	4	5	4	5	4	72
29	5	5	2	3	2	5	5	5	2	4	1	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	76
30	4	1	5	3	4	4	5	3	4	4	2	5	4	4	4	4	3	2	1	2	3	71
31	4	2	4	4	3	2	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	5	4	5	4	75
32	4	5	5	4	4	5	4	4	2	3	1	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	84
33	4	3	3	2	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	2	3	2	3	74
34	5	5	4	2	4	4	3	5	4	4	3	2	4	5	4	5	4	3	3	3	4	80
35	4	5	4	3	4	4	2	5	5	5	4	4	3	4	3	3	5	4	3	4	4	82
36	4	4	1	5	2	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	2	5	2	3	2	3	78
37	5	5	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	85
38	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4	85
39	5	5	5	4	2	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	92
40	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	92
41	2	5	4	1	2	5	5	1	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	80
42	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	5	4	3	5	4	5	4	81
43	4	5	5	4	3	4	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	87
44	5	5	5	5	2	5	5	2	4	5	4	5	3	5	5	5	5	4	1	4	1	85
45	4	1	2	4	5	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	2	2	4	4	4	4	77
46	5	2	4	5	4	5	2	2	4	4	1	4	4	4	5	4	4	2	4	2	4	75
47	5	4	5	4	4	5	5	2	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	93
48	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	1	4	1	4	78
49	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	96
50	4	3	4	2	2	2	2	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	76
51	5	5	5	3	5	5	4	3	5	5	4	1	5	3	3	5	5	3	2	3	2	81
52	4	4	4	5	5	5	4	3	4	1	4	5	4	3	5	3	3	2	3	2	3	76
53	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
54	2	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	83
55	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	96
56	5	4	4	1	1	2	3	3	3	5	4	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	79
57	4	2	2	5	4	2	5	1	5	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	1	71
58	3	5	3	2	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	5	78
59	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	5	4	2	4	2	78
60	4	5	3	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3	83
61	4	3	2	5	2	3	5	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	3	4	79
62	5	2	4	4	5	3	5	2	2	5	5	5	5	5	4	5	1	1	5	1	5	79
63	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	2	4	2	4	87
64	4	3	5	4	4	3	5	4	1	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	83
65	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	91
66	5	5	1	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	91

LAMPIRAN 19

**Variabel Y (Pendapatan Usaha)**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentan} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ g &= 36 - 10 \\ &= 26 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3,3) \text{ Log } n \\ &= \frac{1 + (3,3) \log 158}{65} \\ &= 1 + (3,3) 1,81 \quad 2,20 \\ &= 1 + 5,52 \\ &= 6,52 \text{ (dibulatkan menjadi } 7 \text{ )} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{26}{7} = \frac{3.71}{4} \text{ (ditetapkan menjadi } 4 \text{ )} \end{aligned}$$

LAMPIRAN 19

**Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X (Lokasi Usaha)**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentan} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ g &= 96 - 69 \\ &= 27 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3,3) \text{ Log } n \\ &= \frac{1 + (3,3) \log 158}{65} \\ &= 1 + (3,3) 2,2 \quad 0 \\ &= 1 + 5,52 \\ &= 6,52 \text{ (dibulatkan menjadi } 7 \text{ )} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{27}{7} = \frac{3.8}{6} \text{ (ditetapkan menjadi } 4 \text{ )} \end{aligned}$$

<b>Kelas Interval</b>	<b>Batas Bawah</b>	<b>Batas Atas</b>	<b>Frek. Absolut</b>	<b>Frek. Relatif</b>
10 - 13	9.5	13.5	12	7.6%
14 - 17	13.5	17.5	20	12.7%
18 - 21	17.5	21.5	23	14.6%
22 - 25	21.5	25.5	27	17.1%
26 - 29	25.5	29.5	33	20.9%
30 - 33	29.5	33.5	28	17.7%
34 - 37	33.5	37.5	15	9.5%
<b>Jumlah</b>			<b>158</b>	<b>100.0%</b>

<b>Kelas Interval</b>	<b>Batas Bawah</b>	<b>Batas Atas</b>	<b>Frek. Absolut</b>	<b>Frek. Relatif</b>
69 - 72	68.5	72.5	11	7.0%
73 - 76	72.5	76.5	17	10.8%
77 - 80	76.5	80.5	30	19.0%
81 - 84	80.5	84.5	32	20.3%
85 - 88	84.5	88.5	30	19.0%
89 - 92	88.5	92.5	27	17.1%
93 - 96	92.5	96.5	11	7.0%
<b>Jumlah</b>			<b>158</b>	<b>100%</b>

## LAMPIRAN 21

**Hasil Data Mentah Variabel X (Lokasi Usaha)  
dan Variabel Y (Pendapatan Usaha)**

<b>NO.</b>	<b>VARIABEL X</b>	<b>VARIABEL Y</b>
1	91	39
2	84	33
3	77	20
4	72	17
5	73	16
6	78	18
7	86	33
8	77	21
9	90	38
10	92	40
11	84	30
12	87	20
13	87	35
14	92	37
15	79	24
16	88	32
17	91	38
18	72	15
19	86	33
20	96	40
21	85	32
22	79	20
23	86	30
24	76	19
25	94	38
26	76	19
27	80	26
28	72	15
29	76	19
30	71	15
31	75	18
32	84	34
33	74	18
34	80	25

<b>35</b>	82	26
<b>36</b>	78	21
<b>37</b>	85	32
<b>38</b>	85	32
<b>39</b>	92	38
<b>40</b>	92	38
<b>41</b>	80	24
<b>42</b>	81	25
<b>43</b>	87	36
<b>44</b>	85	26
<b>45</b>	77	22
<b>46</b>	75	17
<b>47</b>	93	40
<b>48</b>	78	22
<b>49</b>	96	42
<b>50</b>	76	19
<b>51</b>	81	26
<b>52</b>	76	19
<b>53</b>	89	35
<b>54</b>	83	27
<b>55</b>	96	42
<b>56</b>	79	29
<b>57</b>	71	16
<b>58</b>	78	22
<b>59</b>	78	23
<b>60</b>	83	22
<b>61</b>	79	24
<b>62</b>	79	28
<b>63</b>	87	35
<b>64</b>	83	28
<b>65</b>	91	38
<b>66</b>	91	39
<b>67</b>	82	32
<b>68</b>	74	17
<b>69</b>	87	37
<b>70</b>	76	18
<b>71</b>	78	24
<b>72</b>	92	42
<b>73</b>	79	25

<b>74</b>	92	38
<b>75</b>	84	32
<b>76</b>	83	25
<b>77</b>	84	35
<b>78</b>	85	31
<b>79</b>	91	38
<b>80</b>	77	20
<b>81</b>	87	25
<b>82</b>	89	40
<b>83</b>	69	15
<b>84</b>	86	32
<b>85</b>	96	42
<b>86</b>	82	26
<b>87</b>	81	24
<b>88</b>	86	32
<b>89</b>	78	22
<b>90</b>	91	35
<b>91</b>	76	20
<b>92</b>	83	28
<b>93</b>	72	15
<b>94</b>	79	26
<b>95</b>	77	21
<b>96</b>	70	16
<b>97</b>	84	27
<b>98</b>	76	20
<b>99</b>	76	22
<b>100</b>	72	17
<b>101</b>	77	22
<b>102</b>	85	32
<b>103</b>	83	18
<b>104</b>	89	36
<b>105</b>	91	37
<b>106</b>	90	37
<b>107</b>	80	25
<b>108</b>	88	35
<b>109</b>	87	35
<b>110</b>	87	32
<b>111</b>	80	25
<b>112</b>	82	21

<b>113</b>	80	20
<b>114</b>	91	38
<b>115</b>	69	16
<b>116</b>	81	27
<b>117</b>	81	15
<b>118</b>	87	38
<b>119</b>	86	33
<b>120</b>	92	40
<b>121</b>	80	26
<b>122</b>	88	35
<b>123</b>	78	23
<b>124</b>	72	16
<b>125</b>	78	22
<b>126</b>	73	17
<b>127</b>	88	36
<b>128</b>	82	26
<b>129</b>	86	35
<b>130</b>	88	30
<b>131</b>	92	42
<b>132</b>	82	27
<b>133</b>	75	20
<b>134</b>	83	29
<b>135</b>	74	18
<b>136</b>	70	15
<b>137</b>	89	36
<b>138</b>	84	30
<b>139</b>	88	36
<b>140</b>	93	42
<b>141</b>	82	25
<b>142</b>	91	38
<b>143</b>	87	36
<b>144</b>	85	30
<b>145</b>	83	30
<b>146</b>	85	32
<b>147</b>	93	38
<b>148</b>	79	28
<b>149</b>	84	33
<b>150</b>	92	40
<b>151</b>	88	37



<b>152</b>	83	29
<b>153</b>	84	30
<b>154</b>	81	26
<b>155</b>	90	38
<b>156</b>	84	35
<b>157</b>	83	30
<b>158</b>	81	26

LAMPIRAN 22

Tabel Perhitungan Rata-rata,  
Varians dan Simpangan Baku, Variabel X dan Y

No.	X	Y	$\bar{\quad}$	$\bar{\quad}$	$\bar{\quad}$	$\bar{\quad}$
			X - X	Y - Y	(X - X) <sup>2</sup>	(Y - Y) <sup>2</sup>
1	91	39	8.13	10.75	66.04	115.63
2	84	33	1.13	4.75	1.27	22.59
3	77	20	-5.87	-8.25	34.50	68.01
4	72	17	-10.87	-11.25	118.23	126.49
5	73	16	-9.87	-12.25	97.48	149.98
6	78	18	-4.87	-10.25	23.75	105.00
7	86	33	3.13	4.75	9.78	22.59
8	77	21	-5.87	-7.25	34.50	52.52
9	90	38	7.13	9.75	50.79	95.12
10	92	40	9.13	11.75	83.29	138.14
11	84	30	1.13	1.75	1.27	3.07
12	87	20	4.13	-8.25	17.03	68.01
13	87	35	4.13	6.75	17.03	45.61
14	92	37	9.13	8.75	83.29	76.62
15	79	24	-3.87	-4.25	15.00	18.04
16	88	32	5.13	3.75	26.28	14.09
17	91	38	8.13	9.75	66.04	95.12
18	72	15	-10.87	-13.25	118.23	175.48
19	86	33	3.13	4.75	9.78	22.59
20	96	40	13.13	11.75	172.31	138.14
21	85	32	2.13	3.75	4.52	14.09
22	79	20	-3.87	-8.25	15.00	68.01
23	86	30	3.13	1.75	9.78	3.07
24	76	19	-6.87	-9.25	47.24	85.50
25	94	38	11.13	9.75	123.80	95.12
26	76	19	-6.87	-9.25	47.24	85.50
27	80	26	-2.87	-2.25	8.26	5.05
28	72	15	-10.87	-13.25	118.23	175.48
29	76	19	-6.87	-9.25	47.24	85.50
30	71	15	-11.87	-13.25	140.98	175.48
31	75	18	-7.87	-10.25	61.99	105.00
32	84	34	1.13	5.75	1.27	33.10
33	74	18	-8.87	-10.25	78.74	105.00
34	80	25	-2.87	-3.25	8.26	10.54

<b>35</b>	82	26	-0.87	-2.25	0.76	5.05
<b>36</b>	78	21	-4.87	-7.25	23.75	52.52
<b>37</b>	85	32	2.13	3.75	4.52	14.09
<b>38</b>	85	32	2.13	3.75	4.52	14.09
<b>39</b>	92	38	9.13	9.75	83.29	95.12
<b>40</b>	92	38	9.13	9.75	83.29	95.12
<b>41</b>	80	24	-2.87	-4.25	8.26	18.04
<b>42</b>	81	25	-1.87	-3.25	3.51	10.54
<b>43</b>	87	36	4.13	7.75	17.03	60.11
<b>44</b>	85	26	2.13	-2.25	4.52	5.05
<b>45</b>	77	22	-5.87	-6.25	34.50	39.02
<b>46</b>	75	17	-7.87	-11.25	61.99	126.49
<b>47</b>	93	40	10.13	11.75	102.55	138.14
<b>48</b>	78	22	-4.87	-6.25	23.75	39.02
<b>49</b>	96	42	13.13	13.75	172.31	189.15
<b>50</b>	76	19	-6.87	-9.25	47.24	85.50
<b>51</b>	81	26	-1.87	-2.25	3.51	5.05
<b>52</b>	76	19	-6.87	-9.25	47.24	85.50
<b>53</b>	89	35	6.13	6.75	37.54	45.61
<b>54</b>	83	27	0.13	-1.25	0.02	1.55
<b>55</b>	96	42	13.13	13.75	172.31	189.15
<b>56</b>	79	29	-3.87	0.75	15.00	0.57
<b>57</b>	71	16	-11.87	-12.25	140.98	149.98
<b>58</b>	78	22	-4.87	-6.25	23.75	39.02
<b>59</b>	78	23	-4.87	-5.25	23.75	27.53
<b>60</b>	83	22	0.13	-6.25	0.02	39.02
<b>61</b>	79	24	-3.87	-4.25	15.00	18.04
<b>62</b>	79	28	-3.87	-0.25	15.00	0.06
<b>63</b>	87	35	4.13	6.75	17.03	45.61
<b>64</b>	83	28	0.13	-0.25	0.02	0.06
<b>65</b>	91	38	8.13	9.75	66.04	95.12
<b>66</b>	91	39	8.13	10.75	66.04	115.63
<b>67</b>	82	32	-0.87	3.75	0.76	14.09
<b>68</b>	74	17	-8.87	-11.25	78.74	126.49
<b>69</b>	87	37	4.13	8.75	17.03	76.62
<b>70</b>	76	18	-6.87	-10.25	47.24	105.00
<b>71</b>	78	24	-4.87	-4.25	23.75	18.04
<b>72</b>	92	42	9.13	13.75	83.29	189.15
<b>73</b>	79	25	-3.87	-3.25	15.00	10.54

<b>74</b>	92	38	9.13	9.75	83.29	95.12
<b>75</b>	84	32	1.13	3.75	1.27	14.09
<b>76</b>	83	25	0.13	-3.25	0.02	10.54
<b>77</b>	84	35	1.13	6.75	1.27	45.61
<b>78</b>	85	31	2.13	2.75	4.52	7.58
<b>79</b>	91	38	8.13	9.75	66.04	95.12
<b>80</b>	77	20	-5.87	-8.25	34.50	68.01
<b>81</b>	87	25	4.13	-3.25	17.03	10.54
<b>82</b>	89	40	6.13	11.75	37.54	138.14
<b>83</b>	69	15	-13.87	-13.25	192.47	175.48
<b>84</b>	86	32	3.13	3.75	9.78	14.09
<b>85</b>	96	42	13.13	13.75	172.31	189.15
<b>86</b>	82	26	-0.87	-2.25	0.76	5.05
<b>87</b>	81	24	-1.87	-4.25	3.51	18.04
<b>88</b>	86	32	3.13	3.75	9.78	14.09
<b>89</b>	78	22	-4.87	-6.25	23.75	39.02
<b>90</b>	91	35	8.13	6.75	66.04	45.61
<b>91</b>	76	20	-6.87	-8.25	47.24	68.01
<b>92</b>	83	28	0.13	-0.25	0.02	0.06
<b>93</b>	72	15	-10.87	-13.25	118.23	175.48
<b>94</b>	79	26	-3.87	-2.25	15.00	5.05
<b>95</b>	77	21	-5.87	-7.25	34.50	52.52
<b>96</b>	70	16	-12.87	-12.25	165.72	149.98
<b>97</b>	84	27	1.13	-1.25	1.27	1.55
<b>98</b>	76	20	-6.87	-8.25	47.24	68.01
<b>99</b>	76	22	-6.87	-6.25	47.24	39.02
<b>100</b>	72	17	-10.87	-11.25	118.23	126.49
<b>101</b>	77	22	-5.87	-6.25	34.50	39.02
<b>102</b>	85	32	2.13	3.75	4.52	14.09
<b>103</b>	83	18	0.13	-10.25	0.02	105.00
<b>104</b>	89	36	6.13	7.75	37.54	60.11
<b>105</b>	91	37	8.13	8.75	66.04	76.62
<b>106</b>	90	37	7.13	8.75	50.79	76.62
<b>107</b>	80	25	-2.87	-3.25	8.26	10.54
<b>108</b>	88	35	5.13	6.75	26.28	45.61
<b>109</b>	87	35	4.13	6.75	17.03	45.61
<b>110</b>	87	32	4.13	3.75	17.03	14.09

<b>111</b>	80	25	-2.87	-3.25	8.26	10.54
<b>112</b>	82	21	-0.87	-7.25	0.76	52.52
<b>113</b>	80	20	-2.87	-8.25	8.26	68.01
<b>114</b>	91	38	8.13	9.75	66.04	95.12
<b>115</b>	69	16	-13.87	-12.25	192.47	149.98
<b>116</b>	81	27	-1.87	-1.25	3.51	1.55
<b>117</b>	81	15	-1.87	-13.25	3.51	175.48
<b>118</b>	87	38	4.13	9.75	17.03	95.12
<b>119</b>	86	33	3.13	4.75	9.78	22.59
<b>120</b>	92	40	9.13	11.75	83.29	138.14
<b>121</b>	80	26	-2.87	-2.25	8.26	5.05
<b>122</b>	88	35	5.13	6.75	26.28	45.61
<b>123</b>	78	23	-4.87	-5.25	23.75	27.53
<b>124</b>	72	16	-10.87	-12.25	118.23	149.98
<b>125</b>	78	22	-4.87	-6.25	23.75	39.02
<b>126</b>	73	17	-9.87	-11.25	97.48	126.49
<b>127</b>	88	36	5.13	7.75	26.28	60.11
<b>128</b>	82	26	-0.87	-2.25	0.76	5.05
<b>129</b>	86	35	3.13	6.75	9.78	45.61
<b>130</b>	88	30	5.13	1.75	26.28	3.07
<b>131</b>	92	42	9.13	13.75	83.29	189.15
<b>132</b>	82	27	-0.87	-1.25	0.76	1.55
<b>133</b>	75	20	-7.87	-8.25	61.99	68.01
<b>134</b>	83	29	0.13	0.75	0.02	0.57
<b>135</b>	74	18	-8.87	-10.25	78.74	105.00
<b>136</b>	70	15	-12.87	-13.25	165.72	175.48
<b>137</b>	89	36	6.13	7.75	37.54	60.11
<b>138</b>	84	30	1.13	1.75	1.27	3.07
<b>139</b>	88	36	5.13	7.75	26.28	60.11
<b>140</b>	93	42	10.13	13.75	102.55	189.15
<b>141</b>	82	25	-0.87	-3.25	0.76	10.54
<b>142</b>	91	38	8.13	9.75	66.04	95.12
<b>143</b>	87	36	4.13	7.75	17.03	60.11
<b>144</b>	85	30	2.13	1.75	4.52	3.07
<b>145</b>	83	30	0.13	1.75	0.02	3.07
<b>146</b>	85	32	2.13	3.75	4.52	14.09
<b>147</b>	93	38	10.13	9.75	102.55	95.12

<b>148</b>	79	28	-3.87	-0.25	15.00	0.06
<b>149</b>	84	33	1.13	4.75	1.27	22.59
<b>150</b>	92	40	9.13	11.75	83.29	138.14
<b>151</b>	88	37	5.13	8.75	26.28	76.62
<b>152</b>	83	29	0.13	0.75	0.02	0.57
<b>153</b>	84	30	1.13	1.75	1.27	3.07
<b>154</b>	81	26	-1.87	-2.25	3.51	5.05
<b>155</b>	90	38	7.13	9.75	50.79	95.12
<b>156</b>	84	35	1.13	6.75	1.27	45.61
<b>157</b>	83	30	0.13	1.75	0.02	3.07
<b>158</b>	81	26	-1.87	-2.25	3.51	5.05
<b>Jumlah</b>	13094	4463			6617.47	9987.373

**Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku**

**Variabel X**

**Variabel Y**

**Rata-rata :**

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \frac{\sum X}{n} \\ &= \frac{13094}{158} \\ &= 82.87 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \bar{Y} &= \frac{\sum Y}{n} \\ &= \frac{4463}{158} \\ &= 28.25 \end{aligned}$$

**Varians :**

$$\begin{aligned} S^2 &= \frac{\sum(X-\bar{X})^2}{n-1} \\ &= \frac{6617.47}{157} \\ &= 42.149 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} S^2 &= \frac{\sum(Y-\bar{Y})^2}{n-1} \\ &= \frac{9987.37}{157} \\ &= 63.614 \end{aligned}$$

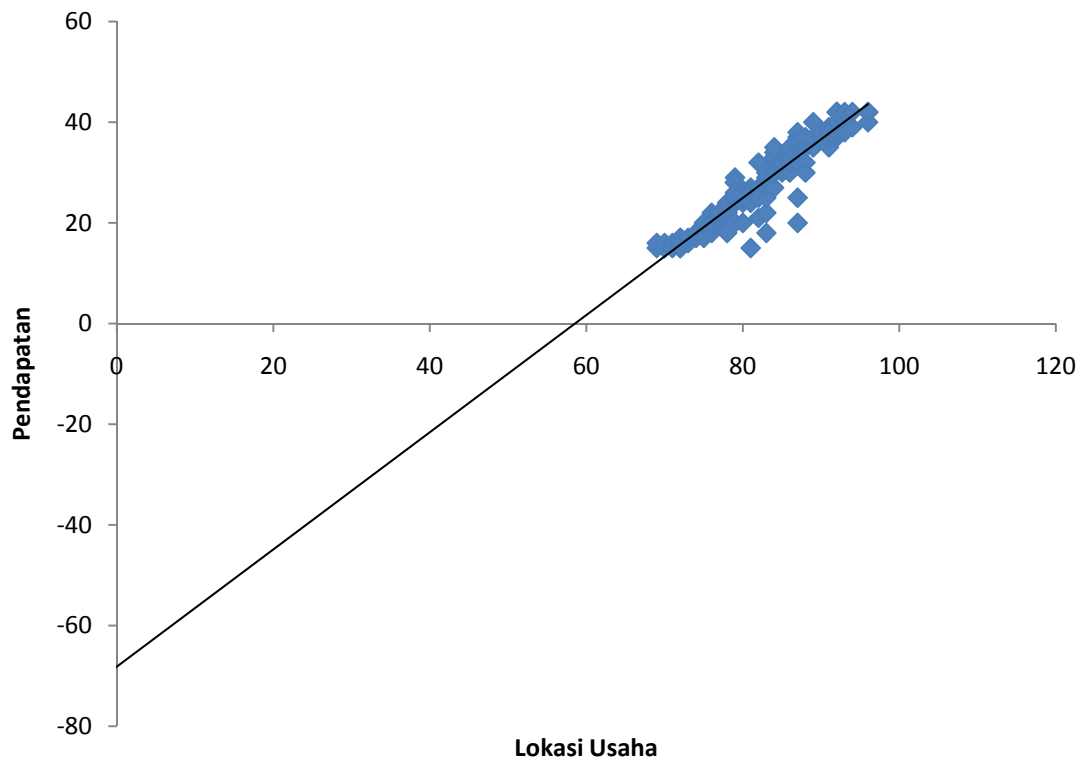
**Simpangan Baku :**

$$\begin{aligned} SD &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{42.149} \\ &= 6.492 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} SD &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{63.614} \\ &= 7.976 \end{aligned}$$

Lampiran 27

Grafik Persamaan Regresi  $-68,14+1,164X$





**Perhitungan Koefisien Korelasi  
Product Moment**

LAMPIRAN 35

Diketahui

n	=	158
$\Sigma X$	=	13133
$\Sigma X^2$	=	1098393
$\Sigma Y$	=	4520
$\Sigma Y^2$	=	139638
$\Sigma XY$	=	383589

Dimasukkan ke dalam rumus :

$$\begin{aligned} r_{xy} &= \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}} \\ &= \frac{158 \cdot 383589 - [13133] \cdot [4520]}{\sqrt{\{158 \cdot 1098393 - 13133^2\} \{158 \cdot 139638 - 4520^2\}}} \\ &= \frac{60607062 - 59361160}{\sqrt{1070405 \cdot 1632404}} \\ &= \frac{1245902}{1681867.393} \\ &= 0.741 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

Pada perhitungan product moment di atas diperoleh  $r_{hitung}(\rho_{xy}) = 0.741$  karena  $\rho > 0$ ,  
Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif  
antara variabel X terhadap variabel Y.

LAMPIRAN 36

**Perhitungan Uji Signifikansi**

Menghitung Uji Signifikansi Koefisien Korelasi menggunakan Uji-t, yaitu dengan rumus :

$$\begin{aligned}t_b &= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\&= \frac{0.741 \sqrt{156}}{\sqrt{1-0.549}} \\&= \frac{0.741 \cdot 12.5}{\sqrt{0.451}} \\&= \frac{9.252}{0.672} \\&= 13.77\end{aligned}$$

Kesimpulan :

$t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 pada sampel 2 arah dengan dk  $(n-2) = (158 - 2) = 156$  sebesar 1,64

Kriteria pengujian :

$H_0$  : ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

$H_0$  : diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

Dari hasil pengujian :

$t_{hitung} \ 13.77 > t_{tabel} \ (1,54)$ , maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y

## LAMPIRAN 37

### Perhitungan Uji Koefisien Determinasi

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X, maka digunakan Uji Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \times 100\% \\ &= 0.741^2 \times 100\% \\ &= 0.5488 \times 100\% \\ &= 54.88\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa variasi pendapatan ditentukan oleh lokasi usaha sebesar 54.88%

Lampiran 38

**PERHITUNGAN RATA-RATA HITUNG SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X  
LOKASI USAHA**

No	Lokasi Usaha	No. Item	Skor	jumlah item	total	mean	persentase
1	Jalur Transportasi	1	614	5	3140	628.00	17%
		2	675				
		3	597				
		4	637				
		5	617				
2	Kedekatan dengan fasilitas umum	6	613	1	613	613.00	16%
		7	651				
3	Letak secara geografis	8	627	6	3805	654.17	18%
		9	603				
		10	653				
		11	637				
		12	634				
4	Fasilitas Pemerintah	13	661	3	1942	647.33	17%
		14	639				
		15	642				
5	Keamanan	16	631	3	1826	608.666	16%
		17	615			7	
		18	580				
6	Sarana dan prasarana	19	601	3	1768	589.333	16%
		20	569			3	
		21	598				
<b>Total</b>		190	11927	21	13094.00	3720.50	100.00%



*Building  
Future  
Leaders*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telp./Fax. : Rektor : (021) 4893854, PR I: 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982,  
BAUK : 4750930, BAAK : 4759081, BAPSI : 4752180  
Bag. UHTP : Telp. 4893726, Bag. Keuangan : 4892414, Bag. Kepegawaian : 4890536, HUMAS : 4898486  
Laman : [www.unj.ac.id](http://www.unj.ac.id)

Nomor : 0928/UN39.12/KM/2014

Lamp. : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian untuk Skripsi

25 Maret 2014

Yth. Kepala Bagian Humas Pasar Tanah Abang

Kami mohon kesediaan Saudara, untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Tria Rahmawati Utami  
Nomor Registrasi : 8105108055-  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Fakultas : Ekonomi  
Untuk Mengadakan : Penelitian untuk Skripsi

Di : Pasar Tanah Abang Blok G,  
Jl. KH. Mas Mansyur, Jakarta Pusat

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka Penulisan Skripsi. Skripsi tersebut dengan judul :

"Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Pedagang di Pasar Tanah Abang Blok G Jakarta"

(Studi Kasus Sesudah Relokasi Pedagang Kaki Lima di Pasar Tanah Abang)

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Kepala Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Kaprog / Jurusan Ekonomi dan Administrasi

Drs. Syaifullah  
NIP. 195702161984031001

## RIWAYAT HIDUP



TRIA RAHMAWATI UTAMI. Lahir di Jakarta, 03 Oktober 1992, adalah anak ketiga dari 4 bersaudara. Menempuh pendidikan formal di SDN Sunter Agung 010 Petang Jakarta Utara tahun 1998-2004, SMP Negeri 116 Jakarta Utara tahun 2004-2007, SMA Negeri 80 Jakarta Utara tahun 2007-2010, dan mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta melalui jalur Ujian Penmaba tahun 2010. Kegiatan yang telah diikuti selama kuliah antara lain MPA UNJ, pengalaman mengajar sebagai guru ekonomi (PKM) di SMA Negeri 80 Jakarta, pengalaman bekerja (PKL) di PT. TASPEN Persero (Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri), dan lain-lain.