

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Sayuran**

Sayuran merupakan sebutan umum bagi bahan pangan asal tumbuhan yang biasanya mengandung kadar air tinggi dan dikonsumsi dalam keadaan segar atau setelah diolah secara minimal. Sayuran merupakan komoditas penting dalam mendukung ketahanan pangan nasional. Komoditas ini memiliki keragaman yang luas dan berperan sebagai sumber karbohidrat, protein nabati, vitamin, dan mineral (Taufik, 2012). Selain itu tingkat permintaan terhadap komoditas sayuran juga cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya, yang dicerminkan melalui peningkatan konsumsi sayuran di Indonesia (Choliq dan Ambarsari, 2009).

Menurut Indrati dan Murdijati (2014), sayur dapat dikelompokkan menjadi:

- 1) Sayuran yang berupa biji-bijian, antara lain buncis, kacang kapri atau ercis, kecipir, kacang panjang, dan toge.
- 2) Sayuran yang berasal dari daun-daunan, antara lain bayam, daun pepaya, daun singkong, daun katuk, kangkung, kenikir, kubis, pakis, dan sawi.
- 3) Sayuran yang berasal dari bagian bunga sebuah tanaman seperti kembang kol.
- 4) Sayuran yang berupa akar seperti lobak dan wortel.

- 5) Sayuran yang berasal dari buah antara lain keluwih, labu kuning, labu siam, labu air, mentimun, oyong, nangka muda, pare, dan terong.
- 6) Sayuran yang berasal dari batang antara lain asparagus dan rebung.
- 7) Sayuran yang digunakan seluruh bagian tanamannya seperti jamur (jamur merang, jamur kayu dan semacamnya).

## **B. Kandungan Sayuran**

Menurut Rubatzky (1998 dalam Farisa 2012), berdasarkan kandungan gizi utama sayuran dapat dikelompokkan menjadi sebagai berikut :

- a. Sumber Karbohidrat seperti kentang, jagung dan sayuran hijau.
- b. Sumber Lemak seperti biji matang, beberapa kacang-kacangan dan cucurbit (labu-labuan).
- c. Sumber Protein seperti kapri, kacang-kacangan, jagung manis, dan kubis-kubisan.
- d. Sumber Provitamin A seperti wortel, ubi jalar (berdaging kuning atau jingga), cabai merah, kapri, sayuran daun hijau, dan kacang hijau.
- e. Sumber Vitamin C seperti kubis-kubisan, tomat, biji kacang muda, dan berbagai sayuran daun.
- f. Sumber Mineral seperti kubis-kubisan dan sebagian besar sayuran daun lainnya.

### C. Definisi Pedagang

Menurut Sugiharsono (2000) dalam Hanum (2017), pedagang adalah perantara yang kegiatannya membeli barang dan menjualnya kembali tanpa merubah bentuk atas inisiatif dan tanggungjawab sendiri dengan kosumen untuk membeli dan menjualnya dalam partai kecil persatuan. Menurut Widodo (2008) dalam Hanum (2017), pedagang adalah orang atau badan membeli, menerima atau menyimpan barang penting dengan maksud untuk di jual diserahkan, atau dikirim kepada orang atau badan lain, baik yang masihberwujud barang penting asli, maupun yang sudah dijadikan barang lain.

Sudirmansyah (2011) menyebutkan bahwa pedagang adalah orang yang melakukan usaha jualan, usaha kerajinan maupun usaha pertukangan kecil. Pedagang dikategorikan menjadi:

- a. Pedagang grosir, yaitu pedagang yang beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dengan pedagang eceran.
- b. Pedagang eceran, yaitu pedagang yang menjual produk secara langsung kepada konsumen.

Pedagang di pasar tradisional dibedakan menjadi dua (Hentiani, 2011), yaitu:

- a. Pedagang kios, yaitu pedagang yang mempunyai dan menempati bangunan kios di pasar.

- b. Pedagang non kios, yaitu pedagang yang menempati tempat selain kios, seperti dalam los, luar los, dasaran dan palyon.

#### **D. Pasar**

Pasar merupakan tempat berkumpulnya sejumlah pembeli dan sejumlah penjual di mana terjadi transaksi jual-beli barang-barang yang ada di sana. Menurut cara transaksinya pasar dibedakan menjadi pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung dan barang yang diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok. Sedangkan di pasar modern, barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Contohnya adalah mall, supermarket. Pasar juga selalu menjadi focus point dari suatu kota yang berfungsi sebagai suatu pusat pertukaran barang-barang. Dalam sebuah kota, pasar bermula dari sekumpulan pedagang yang menjual barang dagangannya secara berkelompok dengan memilih lokasi-lokasi yang strategis, yang kemudian berkembang (Arianty, 2014).

#### **E. Macam-macam pasar**

Menurut Oktavina (2016) pasar sebagai perusahaan daerah yang digolongkan menurut beberapa hal, yakni menurut jenis kegiatan, menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, menurut waktu kegiatannya dan menurut status kepemilikannya.

## 1. Menurut kegiatannya

- a) Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunan terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang di buka penjual maupun pengelola pasar. Pasar ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa ikan, buah, sayur, telur, daging. Sistem yang terdapat pada pasar ini dalam proses transaksi adalah pedagang melayani pembeli yang datang ke stan mereka, dan melakukan tawar menawar untuk menemukan kata sepakat pada harga dengan jumlah yang telah disepakati.
- b) Pasar modern : tempat bertemunya penjual dan pembeli serta di tandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara tidak langsung. Pembeli melayani kebutuhannya sendiri dengan mengambil di rak-rak yang sudah di tata sebelumnya. Harga barang sudah di cantumkan pada tabel-tabel yang ada pada rakrak tempat barang diletakkan dan merupakan harga sudah pasti tidak dapat di tawar.

## 2. Menurut kepemilikannya

- a) Pasar pemerintah yaitu pasar yang dimiliki atau di kuasai pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
- b) Pasar swasta yaitu pasar yang dikuasai oleh badan hukum yang di ijinakan pemerintah daerah.

3. Sesuai letaknya

- a) Pasar kota : letaknya di kota-kota (ibu kota kabupaten atau provinsi).
- b) Pasar desa : letaknya di desa-desa (ibu kota kecamatan atau kelurahan). Umumnya di buka pada hari-hari tertentu 1 hari atau 2 hari dalam 1 minggu.

4. Sesuai barang yang di perdagangkan

- a) Pasar hewan yaitu pasar yang khusus di gunakan untuk penjualan hewan
- b) Pasar kembang yaitu pasar khusus menjual bunga
- c) Pasar biasa yaitu pasar yang di gunakan untuk menjual segala macam barang-barang (campuran).

5. Menurut waktunya

- a) Pasar siang hari beroperasi pada pukul 04.00-16.00
- b) Pasar malam hari, yang beroperasi dari pukul 16.00- 04.00
- c) Pasar siang malam, yang beroperasi 24 jam nonstop.
- d) Pasar darurat, yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penetapan Kepala Daerah dan ditiadakan pada saat peringatan hari- hari tertentu.

6. Menurut status kepemilikannya

- a) Pasar pemerintah yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah.

- b) Pasar swasta yaitu pasar yang dikuasai dan dimiliki oleh badan hukum yang diizinkan oleh pemerintah daerah.
- c) Pasar liar, pasar yang belum mendapat perhatian oleh pemerintah daerah sehingga tidak memiliki fasilitas yang lengkap serta tata letak masih belum merata. Pasar liar ini dibagi tiga berdasarkan penanggung jawabnya, yakni pasar perorangan, RW dan desa.

#### **F. Penerimaan**

Penerimaan adalah semua penerimaan, baik berupa tunai maupun bukan tunai yang merupakan hasil dan penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu (Sholihin, 2013). Penerimaan atau *revenue* adalah uang atau hasil yang diperoleh dalam jangka waktu tertentu. Penerimaan adalah semua yang diterima dari hasil penjualan barang dan jasa yang didapat dalam unit usaha. Pengertian penerimaan (*revenue*) berbeda dengan pengertian penghasilan (*income*). Apabila penerimaan (*revenue*) adalah penerimaan yang belum dikurangi biaya dan beban, sedangkan penghasilan adalah penerimaan bersih yang sudah dikurangi dengan beban dan biaya (Susanti, 2016).

Penerimaan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja. Jenis masyarakat bermacam ragam, seperti bertani, nelayan, beternak, buruh, serta berdagang dan juga bekerja pada sektor pemerintah dan swasta (Nazir, 2010). Mankiw 2011, menyebutkan bahwa penerimaan dirumuskan sebagai hasil perkalian antara

jumlah unit yang terjual dengan harga per unit. Apabila dirumuskan secara matematis maka hasilnya adalah sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Dimana: TR = *total revenue*

P = *price*

Q = *quantity*

(Mankiw, 2011)

Dengan demikian penerimaan penjual diperoleh dari seberapa banyak jumlah barang yang terjual dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan juga pembeli. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa penerimaan pedagang pasar adalah penerimaan yang diterima atas jumlah barang yang terjual dikalikan dengan harga per unit barang tersebut menurut jenis dagangannya.

### **G. Sumber-Sumber Penerimaan**

Samuelson dan Nordhaus (2004), menyatakan secara umum penerimaan dapat diperoleh melalui tiga sumber, yaitu:

1. Gaji dan upah

Suatu imbalan yang diperoleh seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan untuk orang lain, perusahaan swasta atau pemerintah.

2. Penerimaan dari kekayaan

Penerimaan dari usaha sendiri yang merupakan nilai total produksi dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan baik dalam bentuk uang atau lainnya, tenaga kerja keluarga dan nilai sewa kapital untuk sendiri tidak diperhitungkan.

### 3. Penerimaan dari sumber lain

Dalam hal ini penerimaan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja antara lain penerimaan dari pemerintah, asuransi pengangguran, menyewa aset, bunga bank dan sumbangan dalam bentuk lain serta laba dari usaha. Tingkat penerimaan (*income level*) adalah tingkat hidup yang dapat dinikmati oleh seorang individu atau keluarga yang didasarkan atas penghasilan mereka atau sumber-sumber penerimaan lain.

## H. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan

Swastha (2008) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penerimaan penjual, antara lain yaitu:

- 1) Kemampuan pedagang, yaitu sanggup atau tidaknya seorang pedagang dalam mempengaruhi pembeli untuk membeli barang dagangannya dan mendapatkan penghasilan yang diharapkan.

- 2) Kondisi pasar. Kondisi pasar berhubungan dengan keadaan pasar, jenis pasar, kelompok pembeli di pasar tersebut, lokasi berdagang, frekuensi pembeli dan juga selera pembeli dalam pasar tersebut.
- 3) Modal. Setiap usaha akan memerlukan modal yang digunakan untuk operasional usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan maksimal. Apabila dalam kegiatan penjualan, semakin banyak jumlah barang yang dijual maka keuntungan akan semakin tinggi. Jika ingin meningkatkan jumlah barang yang dijual maka pedagang harus membeli barang dalam jumlah yang besar. Oleh karena itu, diperlukan tambahan modal untuk membeli barang dagangan tersebut sehingga dapat meningkatkan penerimaan.
- 4) Kondisi organisasi usaha. Semakin besar usaha dagang maka akan memiliki frekuensi penjualan yang juga semakin tinggi, sehingga keuntungan akan semakin besar.
- 5) Faktor lain, misalnya periklanan dan kemasan produk yang dapat mempengaruhi penerimaan penjual.

Artaman (2015) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pedagang antara lain:

- 1) Lama usaha

Lama usaha memegang peranan penting dalam usaha penjualan. Lama usaha berkaitan dengan banyak sedikitnya pengalaman yang diperoleh

pedagang dalam berjualan. Semakin lama pedagang menjalani usahanya akan meningkatkan produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi, yang pada akhirnya akan meningkatkan penerimaan. Selain itu, semakin lama usaha seseorang dalam berdagang akan meningkatkan pengetahuan pedagang mengenai selera atau minat pembeli dan menambah relasi bisnis serta pelanggan sehingga dapat meningkatkan penerimaan.

### 2) Lokasi berdagang

Lokasi berdagang merupakan salah satu strategi dalam perdagangan. Lokasi berdagang yang saling berdekatan dengan pesaing, mendorong pedagang untuk melakukan strategi kompetisi.

### 3) Jam kerja

Jam kerja berkaitan dengan teori penawaran tenaga kerja, yaitu tentang kesediaan individu dalam bekerja dengan harapan akan memperoleh penerimaan atau tidak bekerja dengan konsekuensi tidak memperoleh penghasilan yang seharusnya diperoleh.

## I. Definisi Pedagang

Menurut Sugiharsono (2000) dalam Hanum (2017), pedagang adalah perantara yang kegiatannya membeli barang dan menjualnya kembali tanpa merubah bentuk atas inisiatif dan tanggungjawab sendiri dengan kosumen

untuk membeli dan menjualnya dalam partai kecil persatuan. Menurut Widodo (2008) dalam Hanum (2017), pedagang adalah orang atau badan membeli, menerima atau menyimpan barang penting dengan maksud untuk di jual diserahkan, atau dikirim kepada orang atau badan lain, baik yang masihberwujud barang penting asli, maupun yang sudah dijadikan barang lain.

Sudirmansyah (2011) menyebutkan bahwa pedagang adalah orang yang melakukan usaha jualan, usaha kerajinan maupun usaha pertukangan kecil. Pedagang dikategorikan menjadi:

- c. Pedagang grosir, yaitu pedagang yang beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dengan pedagang eceran.
- d. Pedagang eceran, yaitu pedagang yang menjual produk secara langsung kepada konsumen.

Pedagang di pasar tradisional dibedakan menjadi dua (Hentiani, 2011), yaitu:

- c. Pedagang kios, yaitu pedagang yang mempunyai dan menempati bangunan kios di pasar.
- d. Pedagang non kios, yaitu pedagang yang menempati tempat selain kios, seperti dalam los, luar los, dasaran dan palyon.

## **J. Pasar**

Pasar merupakan tempat berkumpulnya sejumlah pembeli dan sejumlah penjual di mana terjadi transaksi jual-beli barang-barang yang ada di sana. Menurut cara transaksinya pasar dibedakan menjadi pasar tradisional

dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung dan barang yang diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok. Sedangkan di pasar modern, barang-barang diperjualbelikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Contohnya adalah mall, supermarket. Pasar juga selalu menjadi focus point dari suatu kota yang berfungsi sebagai suatu pusat pertukaran barang-barang. Dalam sebuah kota, pasar bermula dari sekumpulan pedagang yang menjual barang dagangannya secara berkelompok dengan memilih lokasi-lokasi yang strategis, yang kemudian berkembang (Arianty, 2014).

#### **K. Macam-macam pasar**

Menurut Oktavina (2016) pasar sebagai perusahaan daerah yang digolongkan menurut beberapa hal, yakni menurut jenis kegiatan, menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, menurut waktu kegiatannya dan menurut status kepemilikannya.

##### **1. Menurut kegiatannya**

- c) Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunan terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang di buka penjual maupun pengelola pasar. Pasar ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan

berupa ikan, buah, sayur, telur, daging. Sistem yang terdapat pada pasar ini dalam proses transaksi adalah pedagang melayani pembeli yang datang ke stan mereka, dan melakukan tawar menawar untuk menemukan kata sepakat pada harga dengan jumlah yang telah disepakati.

- d) Pasar modern : tempat bertemunya penjual dan pembeli serta di tandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara tidak langsung. Pembeli melayani kebutuhannya sendiri dengan mengambil di rak-rak yang sudah di tata sebelumnya. Harga barang sudah di cantumkan pada tabel-tabel yang ada pada rakrak tempat barang diletakkan dan merupakan harga sudah pasti tidak dapat di tawar.

## 2. Menurut kepemilikannya

- c) Pasar pemerintah yaitu pasar yang dimiliki atau di kuasai pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
- d) Pasar swasta yaitu pasar yang dikuasai oleh badan hukum yang di ijinakan pemerintah daerah.

## 3. Sesuai letaknya

- c) Pasar kota : letaknya di kota-kota (ibu kota kabupaten atau provinsi).
- d) Pasar desa : letaknya di desa-desa ( ibu kota kecamatan atau kelurahan). Umumnya di buka pada hari-hari tertentu 1 hari atau 2 hari dalam 1 minggu.

## 4. Sesuai barang yang di perdagangkan

- d) Pasar hewan yaitu pasar yang khusus di gunakan untuk penjualan hewan
- e) Pasar kembang yaitu pasar khusus menjual bunga
- f) Pasar biasa yaitu pasar yang di gunakan untuk menjual segala macam barang-barang (campuran).

5. Menurut waktunya

- e) Pasar siang hari beroperasi pada pukul 04.00-16.00
- f) Pasar malam hari, yang beroperasi dari pukul 16.00- 04.00
- g) Pasar siang malam, yang beroperasi 24 jam nonstop.
- h) Pasar darurat, yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penetapan Kepala Daerah dan ditiadakan pada saat peringatan hari- hari tertentu.

6. Menurut status kepemilikannya

- d) Pasar pemerintah yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah.
- e) Pasar swasta yaitu pasar yang dikuasai dan dimiliki oleh badan hukum yang diijinkan oleh pemerintah daerah.
- f) Pasar liar, pasar yang belum mendapat perhatian oleh pemerintah daerah sehingga tidak memiliki fasilitas yang lengkap serta tata letak masih belum merata. Pasar liar ini dibagi tiga berdasarkan penanggung jawabnya, yakni pasar perorangan, RW dan desa.

## L. Keterkaitan Antar Variabel

Hubungan antara variabel-variabel, dan berbagai teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini, yaitu :

### 1) Hubungan Modal terhadap Penerimaan

Modal mempunyai peran yang sangat penting dalam suatu usaha, tanpa modal yang besar maka akan mempengaruhi kelancaran suatu usaha dan akan berpengaruh terhadap penerimaan pedagang. Dalam penelitian yang dilakukan (Setiaji & Fatuniah, 2018) menyatakan besarnya kecukupan modal bisa menambah maupun menaikan jumlah produktivitas. Hal ini bisa menambah hasil penjualan serta bisa menaikan penerimaan.

### 2) Hubungan Lama Usaha terhadap Penerimaan

Lama usaha merupakan panjang waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menekuni usaha bisnisnya. Panjang bisnis dapat bervariasi menurut tahun. Dalam penelitian (Hanum, 2017) dan (Silviana, 2021) menyatakan bahwa lamanya usaha yang dijalankan berdampak pada banyaknya pelanggan dan akan berdampak positif bagi penjual. Penjual mendapat perolehan efisiensi dengan jumlah konsumen yang lebih besar dan secara tidak langsung meningkat, sehingga akan berdampak baik untuk usahanya. Namun dalam penelitian (Husaini, 2017; Lestari & Widodo, 2021) memperoleh bahwa lama usaha tidak

berpengaruh positif serta tidak signifikan terhadap penerimaan pedagang.

### 3) Hubungan Jam Kerja terhadap Penerimaan

Jam kerja merupakan lamanya waktu yang digunakan pedagang untuk menjalankan usaha mereka untuk melayani konsumen setiap harinya yang dimulai sejak persiapan sampai dengan waktu kerjanya selesai. Hasil penelitian Jafar dan Tjiptoroso dalam Firdausa (2012) membuktikan adanya hubungan langsung antara jam kerja dengan penerimaan. Setiap penambahan waktu operasional akan makin membuka peluang bagi bertambahnya hasil penjualan.

### 4) Hubungan Lokasi Usaha terhadap Penerimaan

Pemilihan lokasi usaha juga faktor yang perlu dipertimbangkan dalam berdagang. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Sebagaimana berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Ajeng dan Bagus (2013) dan Artaman (2015) menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan, hal ini berarti bahwa lokasi yang strategis dapat menarik konsumen sehingga usaha berdagang berjalan dengan lancar dan meningkatkan penerimaan. Namun, dari penelitian Damariyah (2012) menyatakan bahwa lokasi usaha tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penerimaan, hal ini berarti bahwa

lokasi usaha berdagang tidak mempengaruhi tingkat penerimaan yang didapat oleh pedagang.



### M. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan referensi pada penelitian ini antara lain, yaitu :

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Penelitian	Hasil
1.	Anton Sudrajat (2014)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Muslim : Studi Pada Pedagang Sayuran di Pasar Jagasatru Cirebon	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal usaha, jam dagang dan pengalaman berdagang berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang baik secara simultan maupun parsial. Sedangkan, variabel sistem penjualan dan kejujuran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang muslim.
2.	Ida Ayu Dwi Mithaswari (2018)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Seni Guwang	Hasil analisis menunjukkan bahwa modal kerja, jam kerja, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Hasil uji t menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang. Lokasi berpengaruh positif dan

---

			signifikan terhadap pendapatan pedagang. Sedangkan, variabel jam kerja tidak berpengaruh secara signifikan. Variabel yang dominan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang adalah modal usaha.
3.	Kalvin Vianus Sihura (2019)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Mayur Di Kota Medan (Studi Kasus: Pasar Raya MMTC Medan, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel modal dan sewa kios terhadap variabel pendapatan pedagang sayur mayur di pasar raya MMTC Medan. Sedangkan, tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel jam kerja dan lama usaha terhadap variabel pendapatan pedagang sayur mayur di pasar raya MMTC Medan.
4.	Hanny Pringia Pramesti (2022)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Syariah Ulul Albab Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal, lokasi usaha, lama usaha, dan jam kerja secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap pendapatan. Kemudian, hasil pengujian secara parsial

---

---

menunjukkan bahwa modal, lokasi usaha, dan jam kerja secara signifikan berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Sementara, untuk lama usaha secara signifikan tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang di Pasar Syariah Ulul Albab Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar.

---

5. Herman (2021) *Analysis of Factors Affecting Traders' Income on Traditional Markets in Indonesia*
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel yang berpengaruh signifikan adalah jam kerja dan modal, sedangkan variabel yang tidak signifikan adalah lama usaha. Sedangkan hasil penelitian secara simultan bahwa semua variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.
-