

Pengaruh Produk, Modal, Lokasi Dan Harga Barang Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Gelugur Kota Rantauprapat

Fatimah Zahara¹, Yuniman Zebua², Junita Lubis³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu, Indonesia
E-mail: zaharafatimah01092@gmail.com ¹, oinitehezeb@gmail.com ², junitayuri@yahoo.com ³

Article History:

Received: 07 April 2025

Revised: 19 Mei 2025

Accepted: 28 Mei 2025

Keywords: Produk, Modal, Lokasi, Harga Barang, Pendapatan

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, modal, lokasi dan harga barang terhadap pendapatan pedagang Pasar Tradisional Gelugur Kota Rantauprapat. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui pendekatan survei dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 98 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, angket dan studi dokumentasi. alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, modal, lokasi dan harga barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang baik secara parsial maupun simultan. Terlihat dari hasil koefisien determinasi sebesar 0,772. Nilai ini berarti bahwa pendapatan pedagang mampu dijelaskan oleh produk, modal, Lokasi dan harga barang sebesar 77,2%. Sedangkan sisanya sebesar 22,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian lokal, terutama di Indonesia. Pasar ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai pusat interaksi sosial dan budaya masyarakat. Pasar tradisional memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan pedagang dengan cara memiliki harga yang lebih terjangkau dibandingkan pasar modern menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, interaksi langsung antara pedagang dan pelanggan memungkinkan terjalinnya hubungan yang lebih baik, yang dapat meningkatkan loyalitas dan frekuensi pembelian. Belum lagi variasi produk yang ditawarkan, termasuk barang lokal dan unik, menarik berbagai segmen konsumen, sehingga meningkatkan peluang penjualan. Dengan demikian, pasar tradisional berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan dan pendapatan pedagang.

Bagi para pedagang pendapatan merupakan hal yang sangat penting, karena pendapatan berasal dari hasil dagang di pasar digunakan untuk memperbaiki perekonomian keluarga atau perseorangan serta untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Kebutuhan hidup yang semakin

meningkat mengakibatkan munculnya keinginan untuk memenuhinya. Pendapatan merupakan salah satu indikator ekonomi, karena dengan meningkatnya pendapatan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membuka peluang kerja dan naiknya pendapatan yang diterima oleh pedagang.

Pasar Tradisional Gelugur yang berada di kecamatan Rantau Utara, Kabupaten Labuhanbatu. Pembeli dan pedagang sebagian besar berasal dari kecamatan Rantau Utara dan sekitarnya. Proses transaksi di pasar Gelugur berlangsung mulai dari pagi hari hingga sore hari. Pasar Gelugur sangat membantu warga agar dengan mendapatkan kebutuhan sehari-hari dengan harga yang sangat terjangkau. Keberadaan pasar ini juga sangat membantu pendapatan daerah, terkhususnya pada daerah Rantau Utara. Di pasar tradisional Gelugur, pedagang menghadapi berbagai tantangan yang mempengaruhi pendapatan mereka, seperti persaingan dengan pasar modern, perubahan produk, perubahan perilaku konsumen, dan fluktuasi harga barang. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang, termasuk produk, modal, lokasi dan harga barang.

Produk yang ditawarkan oleh pedagang di pasar Glugur Rantauprapat adalah produk yang memiliki kualitas yang bervariasi dan banyak jenis produk yang dijual dalam satu lapak saja. Produk yang berkualitas tinggi dan beragam dapat menarik lebih banyak pelanggan, sehingga meningkatkan pendapatan pedagang. Semakin banyaknya pilihan produk yang dijual di pasar, maka semakin bebas pula konsumen dapat memilih barang yang sesuai dengan kebutuhannya. Namun ada beberapa lapak pedagang yang hanya menjual satu atau 2 jenis produk saja sehingga konsumen terkadang lebih memilih membeli pada lapak pedagang yang menjual banyak jenis kebutuhan pokok. Konsumen merasa lebih cepat dan efisien untuk membeli di satu lapak pedagang saja yang menjual berbagai jenis kebutuhan mereka. Dari pada harus bolak balik untuk mencari kebutuhan yang ingin mereka beli. Sebagai contoh lapak dagang Bapak Wahyu yang menjual berbagai jenis bawang, cabai, tomat, sayur-sayuran, bumbu-bumbu kering, buah-buahan serta banyak produk lainnya.

Modal juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang. Modal merupakan salah satu faktor penting dalam suatu produksi modal usaha yang relatif besar jumlahnya, akan memungkinkan suatu unit penjualan dengan banyak jenis produk. Dengan cara itu pendapatan yang akan diperoleh juga akan semakin besar akan tetapi pasar tradisional mayoritas pedagangnya berasal dari masyarakat menengah kebawah jadi dalam mendapatkan suatu modal kebanyakan para pedagang masih mengandalkan hasil pertanian maupun ketrampilannya saja. Pedagang di pasar Tradisional Gelugur banyak yang mengeluhkan sulitnya mendapatkan permodalan, untuk mendapatkan pinjaman modal harus ada agunan yang mereka serahkan sebagai jaminan atas pinjaman. Namun banyak dari pedagang yang tidak memenuhi persyaratan tersebut dan tingginya bunga yang harus dibayar menjadikan permasalahan tersendiri. Padahal ketersediaan modal yang dimiliki akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan mereka.

Faktor yang mempengaruhi keberhasilan para pedagang dalam menjual dagangannya adalah lokasi berdagang, semakin strategis lokasi semakin memudahkan para pedagang menjual barang dagangannya. Namun dikarenakan lokasi berjualan di pasar tradisional Gelugur ditentukan oleh pengelola pasar sehingga para pedagang hanya pasrah apabila menempati lokasi berdagang yang dianggap tidak strategis. Muncullah berbagai masalah terkait lokasi berjualan, diantaranya ada beberapa pedagang yang nekat berjualan di tempat yang dianggap strategis sehingga menempati kios atau los tidak sesuai dengan pemetaan zoning atau penempatan sesuai dengan jenis dagangannya.

Harga Barang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang.

Dalam menarik pelanggan pedagang harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan daya beli konsumen. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi pendapatan pedagang sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Namun dalam lingkungan pasar yang kompetitif, penentuan harga barang yang tepat menjadi tantangan tersendiri bagi pedagang. Harga yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan penurunan jumlah pembeli, sementara harga yang terlalu rendah dapat mengurangi margin keuntungan dan berpotensi merugikan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, pedagang perlu mempertimbangkan berbagai faktor dalam menetapkan harga, termasuk biaya, permintaan pasar, dan harga pesaing.

Fenomena yang sering terjadi di pasar Gelugur adalah perbandingan harga antara pedagang satu dengan yang lainnya. Ada pedagang yang menetapkan harga dengan nilai yang cukup tinggi dan ada juga yang memang mencari keuntungan sewajarnya saja, sehingga banyak pembeli yang memang selalu membanding-bandingkan harga. Permasalahan yang dihadapi kebanyakan pedagang Pasar Gelugur yaitu terbatasnya modal yang mereka miliki untuk mengembangkan usaha mereka. Penelitian terdahulu akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam melaksanakan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Budi (Prihatminingtyas, 2019) dengan judul “Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam kerja dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Pasar Landungsari” Berdasarkan hasil penelitian bahwa modal berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan, dimana modal sehari-hari berupa uang yang digunakan sebagai modal awal membantu pedagang berjualan, untuk membeli keperluan pedagang, dan hasil penelitian bahwasannya Lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Mahanani & Kudratul Alam, 2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Barang Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis, Harga berpengaruh positif dan signifikan.

Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh produk, modal, Lokasi dan harga barang terhadap pendapatan pedagang Pasar Gelugur Rantau Prapat baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka dalam penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Produk, modal, Lokasi dan Harga Barang Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Gelugur” yang berada di Kota Rantau Prapat.

LANDASAN TEORI

Pendapatan Pedagang

Pendapatan dapat didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun), pendapatan terdiri dari upah, kekayaan seperti sewa bunga dan deviden, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran. Menurut (Rani, 2019) Pendapatan adalah hasil dari penjualan barang atau jasa yang dimiliki para pedagang pasar. pendapatan pedagang ditentukan oleh faktor penjualan barang yang diproduksi dan harga per unit dari masing-masing faktor penjualan. Sedangkan menurut (Liswatin, 2022) pendapatan adalah Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan antara penjual dan pembeli di pasar.

Indikator-indikator pendapatan pedagang menurut Setiawan dalam (Suci & Ulya, 2024): 1. Penghasilan atau Omset Penjualan: Merupakan total pendapatan yang diperoleh pedagang dari penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Indikator ini mencerminkan seberapa

besar volume penjualan yang dilakukan. 2. Laba Usaha: Mengacu pada keuntungan bersih yang diperoleh setelah mengurangi semua biaya operasional dari total pendapatan. Laba usaha menunjukkan efisiensi dan profitabilitas usaha pedagang. 3. Jam Kerja Pedagang: Menunjukkan jumlah waktu yang dihabiskan pedagang untuk menjalankan usaha mereka. Jam kerja yang lebih banyak biasanya berhubungan dengan peningkatan peluang pendapatan. 4. Jumlah Pekerja: Merupakan jumlah karyawan atau tenaga kerja yang dipekerjakan oleh pedagang. Semakin banyak pekerja yang terlibat, biasanya akan meningkatkan kapasitas produksi dan pelayanan, yang dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan.

Produk

(Firmansyah, 2019) Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sedangkan menurut (Ummah, 2019) Produk memiliki arti penting bagi suatu usaha karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Semakin baik produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen maka keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen juga semakin meningkat. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa hampir semua yang termasuk hasil produksi adalah benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan dirasakan. Karena produk adalah benda riil maka jenisnya cukup banyak

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Firmansyah, 2019) suatu produk biasanya diikuti oleh beberapa indikator yang menyertai produk, meliputi: 1. Kualitas Produk: Kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama untuk pemasar dan memiliki dampak langsung pada kinerja produk, sehingga berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. 2. Merek: Merek (brand) adalah nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasi semuanya, yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk atau jasa. Konsumen memandang merek sebagai bagian penting dari produk, dan penetapan merek bisa menambah nilai bagi suatu produk. 3. Kemasan: Kemasan (packaging) melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus sebuah produk. Fungsi utama kemasan adalah menyimpan dan melindungi produk. Kemasan yang didesain buruk dapat menyebabkan konsumen enggan membelinya, sehingga perusahaan akan kehilangan penjualan. 4. Label: Label bisa berupa penanda sederhana yang ditempelkan pada produk hingga rangkaian huruf rumit yang menjadi bagian kemasan. Label ini memiliki beberapa fungsi, di antaranya menunjukkan produk atau merek dan menggambarkan beberapa hal tentang produk.

Modal

Menurut (Pratama, 2018) modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Sedangkan menurut (Prihatminingtyas, 2019) Modal merupakan pondasi penting dalam membangun bahkan mengembangkan sebuah usaha. Modal adalah kekayaan perusahaan yang terdiri atas kekayaan yang disetor atau yang berasal dari satu perusahaan dan kekayaan itu hasil aktivitas suatu usaha sendiri. Dengan meningkatkan jumlah modal yang digunakan juga akan meningkatkan pendapatan. Sebab pedagang dapat membeli barang dengan partai besar dan harga yang lebih murah sehingga memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Menurut (Siagian & Manalu, 2021) Adapun indikator modal, yaitu: a. Modal Sebagai Syarat Untuk Usaha b. Pemanfaatan Modal Tambahan c. Besar Modal.

Lokasi

Menurut (Robinson Tarigan, 2024) Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang sangat

signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah usaha. Sedangkan menurut (Ma'arif, 2019) teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Setiap wilayah memiliki kondisi dan potensi yang berbeda-beda. (Robinson Tarigan, 2024) Indikator-indikator yang dapat mempengaruhi pemilihan suatu lokasi yaitu: 1. Place Hal-hal yang berhubungan dengan letak maupun posisi usaha, sebaliknya letak sebuah usaha yang dekat dengan pasar dan keramaian. 2. Parkir Pasar atau tempat usaha yang mempunyai tempat parkir sendiri, luas, dan nyaman dan aman baik kendaraan roda dua maupun roda empat. 3. Accessibility Perusahaan seharusnya berada di jalan raya, mudah dijangkau dengan kendaraan transportasi umum. 4. Visibility Bangunan dari perusahaan tersebut sebaliknya mudah dilihat dan diketahui banyak orang.

Harga Barang

(Hidayat, 2020) Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Sedangkan menurut Tjiptono dalam (Nurfauzi et al., 2023) Harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Menurut Kotler dalam buku (Ummah, 2019), terdapat empat indikator yang mencirikan harga: 1. Keterjangkauan harga: Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk: Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen. 3. Daya saing harga: Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau di bawah rata-rata dari pesaing. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat: Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan data primer yaitu yang diperoleh dengan observasi langsung ke lapangan dan mendistribusikan angket. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan kuisioner. Pada penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu produk, modal, Lokasi dan harga barang terhadap variabel terikat yaitu pendapatan pedagang. Jumlah populasi yang sangat besar dan tidak terbatas (infinite) dalam penelitian ini dan jumlah populasi populasinya adalah pedagang yang ada di pasar Gelugur Rantauprapat yang tidak diketahui peneliti. Maka jumlah sampel penelitian ditentukan menggunakan formula dari wibisono dalam (Saputra & Sudarwanto, 2023) maka sampel dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah anggota sampel

Z = Harga standar normal (1,97)

p = Estimator proporsi populasi (0,5)

d = Interval / penyimpangan (0,10)

q = 1-p Jadi besarnya jumlah anggota sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,967)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2} = 97,5$$

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui hasil dari jumlah sampel sebesar 97,5 dapat dibulatkan menjadi 98. Jadi jumlah anggota sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 98 responden. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda dilakukan bertujuan untuk menemukan hasil variabel independen atau variabel terikat yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel bebas. Maka dalam hal ini akan dituliskan bentuk dari persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Pendapatan Pedagang

X_1 = Produk

X_2 = Modal

X_3 = Lokasi

X_4 = Harga Barang

e = Standar Error

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefesien Regresi

Selanjutnya akan dilakukan uji hipotesis yaitu Uji parsial (uji t) atau uji signifikan individual dimana uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Uji t dalam penelitian ini dilakukan dengan program SPSS. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Selanjutnya dilakukan uji F untuk menguji apakah setiap variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara serentak dan terakhir akan dilakukan uji Koefesien Determinasi yaitu secara umum, koefesien determinasi digunakan untuk dapat mengukur seberapa besar persentase sumbangan dari variabel bebas. Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik pula kemampuan variabel X menerangkan variabel Y dimana $0 < R^2 < 1$. Kemudian jika nilai R^2 semakin kecil maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y relatif kecil

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linear berganda ditujukan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara beberapa variabel independen yaitu produk, modal, Lokasi dan harga barang dengan variabel dependen yaitu pendapatan pedagang, maka untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, peneliti menggunakan bantuan program *software SPSS (Statistik Product and Service Solution)* versi 20.0, maka dihasilkan output sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error

1	(Constant)	6.231	6.761
	Produk	.282	.155
	Modal	.651	.108
	Lokasi	.271	.136
	Harga Barang	.985	.117

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah SPSS), 2025

Berdasarkan Tabel diatas, jika dilihat nilai B pada kolom *Unstandardized Coefficients* maka dapat diketahui nilai koefisien masing-masing variabel.

- Konstanta (a) = 6,231 Nilai ini mempunyai arti bahwa jika variabel produk, modal, Lokasi dan harga barang tidak ada (bernilai nol), maka pendapatan pedagang sebesar 6,231
- Koefisien X_1 (b_1) = 0,282. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika produk meningkat sebesar satu satuan, maka pendapatan pedagang akan meningkat sebesar 0,282.
- Koefisien X_2 (b_2) = 0,651. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika modal meningkat sebesar satu satuan, maka pendapatan pedagang akan meningkat sebesar 0,651.
- Koefisien X_3 (b_3) = 0,271. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika lokasi meningkat sebesar satu satuan, maka pendapatan pedagang akan meningkat sebesar 0,271.
- Koefisien X_4 (b_4) = 0,985. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika harga barang meningkat sebesar satu satuan, maka pendapatan pedagang akan meningkat sebesar 0,985.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) produk, modal, lokasi, harga barang dengan variabel dependen yaitu pendapatan pedagang. Nilai t_{hitung} diperoleh dari hasil SPSS

Tabel 2 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.231	6.761		3.522	.000
	Produk	.282	.155	.407	3.138	.001
	Modal	.651	.108	.525	3.834	.000
	Lokasi	.271	.136	.438	3.541	.000
	Harga Barang	.985	.117	.429	3.621	.003

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah SPSS), 2025

Berdasarkan Tabel 2 dapat dijelaskan sebagai berikut: Untuk variabel produk (X_1), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,138 dengan taraf signifikansi 0,001. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (3,138) > t_{tabel} (1,72) dan taraf signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa secara parsial produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima, Untuk variabel Modal (X_2), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,834 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (3,834) > t_{tabel} (1,72) dan taraf signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa secara parsial modal berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima, Untuk variabel lokasi (X_3), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,541 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (3,541) > t_{tabel} (1,72) dan taraf signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa secara parsial lokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima dan Untuk variabel harga barang (X_4), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,621 dan taraf signifikansi 0,003. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (3,621) > t_{tabel} (1,72)

dan taraf signifikansi $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial harga barang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 3 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.233	4	24.271	58.332	.000 ^b
	Residual	24.021	93	2.652		
	Total	142.254	97			

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah SPSS), 2025

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 58,332 dan nilai Sig 0,000. Selanjutnya nilai F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , maka diperoleh F_{hitung} (58,332) $> F_{tabel}$ (2,62) dan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa produk, modal, Lokasi dan harga barang secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima.

Koefisien Determinasi

Tabel 4 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.698	.772	1.840

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah SPSS), 2025

Besarnya koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,772. Nilai ini berarti bahwa pendapatan pedagang mampu dijelaskan oleh produk, modal, Lokasi dan harga barang sebesar 77,2%. Sedangkan sisanya sebesar 22,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Produk Terhadap Pendapatan Pedagang

Produk memiliki arti penting bagi suatu usaha karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Semakin baik produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen maka keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen juga semakin meningkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk (X_1), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,138 dengan taraf signifikansi 0,001. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (3,138) $> t_{tabel}$ (1,72) dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang.

Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Pedagang

Modal Merupakan pondasi penting dalam membangun bahkan mengembangkan sebuah usaha. Modal adalah kekayaan perusahaan yang terdiri atas kekayaan yang disetor atau yang berasal dari satu perusahaan dan kekayaan itu hasil aktivitas suatu usaha sendiri. Dengan meningkatkan jumlah modal yang digunakan juga akan meningkatkan pendapatan. Sebab pedagang dapat membeli barang dengan partai besar dan harga yang lebih murah sehingga memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Modal

(X₂), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,834 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung} (3,834) > t_{tabel} (1,72)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial modal berpengaruh terhadap pendapatan pedagang.

Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang

Lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Setiap wilayah memiliki kondisi dan potensi yang berbeda-beda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi (X₃), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,541 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung} (3,541) > t_{tabel} (1,72)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial lokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang.

Pengaruh Harga Barang Terhadap Pendapatan Pedagang

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga barang (X₄), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,621 dan taraf signifikansi 0,003. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung} (3,621) > t_{tabel} (1,72)$ dan taraf signifikansi $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial harga barang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut: produk, modal lokasi dan harga barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar gelugur Rantauprapat, dapat dilihat dari Besarnya koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,772. Nilai ini berarti bahwa pendapatan pedagang mampu dijelaskan oleh produk, modal, Lokasi dan harga barang sebesar 77,2%. Sedangkan sisanya sebesar 22,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah, (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Liswatin, L. (2022). Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, Jam Kerja Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Toko Pakaian Di Kecamatan Unaaha. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2399–2408.
- Ma'arif, S. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar bandarjo ungaran kabupaten semarang. *Economics Development Analysis Journal*, 2(2), 1–8.
- Mahanani, E., & Kudratul Alam, I. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan D'besto cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan D'Besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat*, 19(01), 11–22.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis

-
- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183–188.
- Pratama, R. (2018). Pengaruh Modal, Lokasi Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(3), 239–251.
- Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh modal, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di pasar Landungsari. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 147–154.
- Rani, R. (2019). Pengaruh Modal Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Pasar Minggu. *Widya Cipta-Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 3(1), 143–148.
- Robinson Tarigan, M. R. P. (2024). *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*. Bumi Aksara.
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 165–173.
- Siagian, N., & Manalu, D. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Modal Usaha Terhadap Minat Berwirausaha Di Pasar Komplek Mmtc Kota Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(1), 81–95.
- Suci, D. A. Y. U. W., & Ulya, A. U. (2024). *Pengaruh Etos Kerja, Akses Modal Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Revitalisasi (Studi Pada Pasar Tradisional Kacangan)*. UIN Surakarta.
- Ummah, M. S. (2019). No. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).