

BAB II

TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini, berisikan referensi yang berguna untuk menelaah teori-teori berdasarkan variabel yang dibutuhkan dalam penelitian.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pasar

2.1.1.1 Pengertian Pasar

Tempat membeli dan menjual barang dengan lebih dari satu pedagang merupakan pengertian dari Pasar pada umumnya seperti mall, pasar tradisional, pertokoan, plaza, pusat perdagangan dan nama lainnya. Menurut kajian ilmu ekonomi, pasar adalah tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (pedagang) suatu barang atau jasa tertentu. Proses interaksi dapat menentukan harga keseimbangan (harga pasar) dan volume yang diperdagangkan. Pasar mempunyai fungsi – fungsi sesuai dari masing-masing segi.

2.1.1.2 Fungsi Pasar

Pasar tidak hanya sebagai tempat untuk jual beli jasa tetapi juga memiliki beberapa fungsi lainnya yaitu:

2.1.1.2.1 Segi ekonomi

Tempat transaksi antara produsen dan konsumen yang merupakan komoditas untuk mewedahi kebutuhan sebagai demand dan suplai.

2.1.1.2.2 Segi sosial budaya

Hal tersebut merupakan kontrak sosial langsung yang telah menjadi tradisi dalam masyarakat, yaitu interaksi antara masyarakat sektor informal dan sektor formal.

2.1.1.2.3 Segi arsitektur

Menunjukkan ciri khas daerah, yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan dan artefak yang dimiliki.

2.1.1.3 Ciri – ciri Pasar

Dari fungsi diatas, dapat diketahui bahwa pasar memiliki ciri-ciri. Berdasarkan dari pengertiannya, pasar memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Adanya pembeli dan penjual
2. Adanya jasa atau barang yang akan diperjual belikan
3. Adanya proses permintaan serta penawaran oleh kedua pihak
4. Adanya interaksi di antara pembeli dan penjual baik itu secara langsung atau tidak langsung.

2.1.1.4 Jenis Pasar

Setelah mengetahui fungsi dan ciri-ciri sebuah pasar dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis. Pasar memiliki tujuh jenis pasar, yaitu:

1. Pasar menurut bentuk kegiatan

Dalam pasar ini dibedakan menjadi dua, yakni:

- a. Pasar nyata

Pasar yang memiliki berbagai macam barang yang diperdagangkan dan dapat dibeli oleh konsumen. Misalnya supermarket dan pasar tradisional.

b. Pasar abstrak

Pasar dengan pedagang yang tidak menawarkan berbagai jenis barang yang dijual. Dan tidak membeli secara langsung. Misalnya pasar online dan pasar modal.

2. Pasar menurut transaksi

Pasar ini dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Pasar tradisional

Pasar tradisional tempat pembeli dan penjual dapat saling tawar menawar secara langsung. Aneka barang dagangan merupakan barang pokok sehari-hari.

b. Pasar modern

Pasar modern tempat berbagai barang diperdagangkan dengan harga tetap dan dengan pelayanan sendiri. Umumnya pasar modern berada di mall atau tempat lain yang sangat luas. Di pasar modern, transaksi dilakukan secara tidak langsung. Jika pembeli melihat label harga dan langsung membayar sesuai dengan label yang tertera.

3. Pasar menurut jenis barang

Dalam pasar ini hanya menjual satu jenis barang tertentu, misalnya seperti pasar sayur, pasar hewan, pasar ikan, pasar buah, pasar daging, dan masih banyak lainnya.

4. Pasar menurut waktu

Jenis pasar yang dikelompokkan menurut waktu kegiatannya, yaitu pasar harian, mingguan, bulanan, tahunan, dan pasar temporer. Pasar temporer ini adalah pasar yang diselenggarakan pada waktu tertentu saja dan dapat terjadi secara tidak rutin. Misalnya bazar.

5. Pasar menurut keleluasaan distribusi

Pasar ini dibagi menurut wilayah atau lokasi dimana pasar tersebut berada. Pasar yang membeli dan menjual produk di satu area saja. Misalnya pasar wilayah, lokal, nasional dan internasional.

6. Pasar menurut bentuk serta struktur

Jenis pasar ini terbagi menjadi dua, yaitu:

a.) Pasar persaingan sempurna

Pasar ini disebut juga pasar persaingan murni yaitu pasar yang memiliki banyak pembeli dan penjual dan mereka sudah mengetahui kondisi pasar.

b.) Pasar persaingan tidak sempurna

Pasar dengan sedikit penjual dan banyak pembeli. Di pasar ini, penjual dapat menetapkan harga barang. Barang yang diperjualbelikan terdiri dari berbagai jenis atau jenis barang. Bentuk pasar persaingan tidak sempurna terdiri dari: Pasar Monopoli, Pasar Monopolistik, Pasar Oligopoli.

2.1.2 Fleksibilitas Jam Kerja

2.1.2.2 Pengertian Fleksibilitas Jam Kerja

Analisis waktu kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya teori penawaran tenaga kerja yang membahas tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan menerima pendapatan atau tidak bekerja, menerima pengorbanan pendapatan. Kesediaan tenaga kerja untuk bekerja dengan jam kerja yang panjang atau pendek adalah keputusan individu.

Alokasi waktu usaha atau pembagian waktu kerja adalah jumlah waktu usaha atau waktu kerja yang digunakan oleh pedagang dalam usahanya. “Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), jam kerja adalah waktu yang dijadwalkan

untuk perangkat peralatan yang dioperasikan atau waktu yang dijadwalkan bagi pegawai untuk bekerja”. Jam kerja bagi seorang sangat menentukan efisiensi dan produktivitas kerja.

Jam kerja dalam penelitian ini adalah waktu yang digunakan untuk berdagang atau membuka usaha untuk melayani konsumen setiap harinya. Bagi pengusaha di sektor informal, jumlah jam kerja biasanya dihitung dari mulai bekerja atau membuka warung atau toko sampai pulang atau menutup warung atau toko tersebut.

Waktu kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan yang dapat dilakukan siang atau malam hari. Merencanakan pekerjaan masa depan adalah langkah menuju perencanaan waktu. Jika rencana kerja tidak disusun dengan matang, tidak ada yang dapat mengarahkan usaha agar sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai, waktu dan tenaga dapat dihemat dengan mengarahkan kegiatan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Jafari dan Tjiptoroso dalam Firdausa (2012) menunjukkan adanya hubungan langsung antara jam kerja dengan pendapatan. Setiap jam kerja ekstra membuka peluang untuk meningkatkan penjualan.

Dalam penelitian ini, waktu kerja pemilik toko konveksi mengacu pada waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha. Mulai dari membuka usaha hingga menutup toko, setiap hari. Semakin lama jam kerja yang digunakan seorang pedagang untuk menjalankan usahanya berdasarkan jumlah barang yang ditawarkan, semakin besar pula peluang untuk memperoleh penghasilan tambahan.

“Undang – Undang No. 13/2003 mewajibkan setiap pengusaha untuk melaksanakan ketentuan jam kerja. Ketentuan jam kerja ini telah diatur dalam 2 sistem yaitu:

- a) 7 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 6 hari kerja dalam satu minggu; atau
- b) 8 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 5 hari kerja dalam 1 minggu

Pada kedua sistem jam kerja tersebut juga diberikan batasan jam kerja yaitu 40 jam dalam 1 minggu. Apabila melebihi dari ketentuan waktu kerja tersebut, maka waktu kerja biasa dianggap masuk sebagai waktu kerja lembur sehingga pekerja/buruh berhak atas upah lembur”.

2.1.2.3 Indikator Fleksibilitas Jam Kerja

Menurut Su'ud (2008:13), kriteria manajemen waktu kerja yang efektif adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman penuh tentang pekerjaan yang harus dilakukan,
2. memprioritaskan sesuai dengan preferensi
- 3 Mendelegasikan pekerjaan besar
- 4 Memantau masalah perilaku sehingga mereka jangan terjadi lagi
- 5 Tetapkan waktu untuk menyelesaikan pekerjaan
- 6 Kegiatan yang tidak perlu segera dihilangkan
- 7 Selalu sadar akan nilai waktu dalam setiap pekerjaan yang dilakukan
- 8 Menuliskan hal-hal yang perlu dilakukan kedepannya
- 9 Membuat daftar penggunaan waktu kerja

10 Mengevaluasi keberhasilan kerja berdasarkan tujuan kerja

11 Memiliki sistem pengarsipan lengkap pencatatan data

2.1.3 Jenis Dagang

2.1.3.1 Pengertian Jenis Dagang

Jenis dagang adalah jenis barang atau jasa yang dijual pedagang di pasar. Jenis barangnya beragam, antara lain buah-buahan, sayur-sayuran atau hasil bumi, daging dan ikan, jamu, bahan makanan, makanan dan minuman, pakaian dan asesoris, peralatan rumah tangga, sembako, bumbu dan lain-lain.

Pasar tradisional mempunyai aturan tersendiri untuk menentukan jenis barang. Aturan ini berlaku saat menempatkan lokasi bisnis berdasarkan jenis transaksi dalam model zona atau mengelompokkan jenis bisnis. Model zonasi diterapkan pada berbagai pasar dagang. Sebaliknya, pada pasar dengan jenis barang yang homogen tidak perlu diterapkan model zonasi, karena jenis barang yang diperdagangkan sama. Model zonasi dapat mempermudah pengelolaan pasar dan mempermudah pencarian konsumen berdasarkan jenis barang, serta menciptakan penataan pasar tradisional yang baik, tertib dan nyaman.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan jenis dagang adalah jenis dagang yang dijual oleh pedagang di pasar sore menurut jenis kelompok pedagang. Jenis Barang diukur dengan jumlah pedagang untuk setiap Jenis Barang, dengan Jenis Barang dengan Penjual terbanyak memiliki skor tertinggi dan Jenis Produk dengan Penjual paling sedikit memiliki skor terendah.

2.1.3.2 Macam – macam Jenis Dagang

Berikut ini macam-macam jenis dagang yang tersedia di pasar tradisional:

1. Sembako

Sembako sebenarnya merupakan singkatan Sembilan Barang Pokok kebutuhan masyarakat yang terdiri dari: beras, sagu dan jagung , gula pasi dan gula merah, sayur-sayuran dan buah buahan, daging ayam, sapi dan ikan, minyak goreng dan margarin, telur, susu,bahan bakar dan gas (elpiji),garam dan penyedap rasa.

2. Barang Pecah Belah

Barang pecah belah mengacu pada barang-barang rumah tangga seperti piring, gelas, sendok, mangkuk, kaleng, sendok, dll. Seperti namanya, barang pecah belah biasanya terbuat dari bahan yang mudah pecah seperti plastik atau kaca. Namun, ada juga beberapa benda lain yang tidak memiliki sifat pecah, namun tergolong barang pecah belah. Menjual barang pecah belah sangat menguntungkan karena jenis barang tersebut merupakan produk awet yang dapat bertahan dalam waktu yang sangat lama karena tidak ketinggalan zaman atau mudah rusak.

3. Sayur Mayur

Sayuran merupakan bahan konsumsi yang sangat dibutuhkan ibu-ibu dan rumah tangga setiap hari, sayuran ini sangat dibutuhkan untuk memasak, sehingga jenis jualan ini sangat cocok untuk dijual di lingkungan pasar. Keuntungan dari sayuran adalah Anda membutuhkannya setiap hari.

4. Makanan

Jenis usaha ini dapat menjual makanan yang dapat dimakan di area pasar tradisional. Ini bisa berupa mie, jajanan pasar dan jajanan Idul Fitri dan jajanan anak-anak. Selain itu, makanan biasanya memiliki keuntungan lebih tinggi, karena

keuntungan harian bisa mencapai 2 kali lipat dari total biaya modal yang digunakan.

5. Sandangan atau pakaian Pasar

Pasar adalah tempat untuk membeli pakaian, baik itu baju, celana, sarung dan pakaian lainnya. Keuntungan membeli pakaian di pasar biasanya harganya jauh lebih murah dan bisa ditawar.

2.1.4 Penghasilan

2.1.4.1 Pengertian Penghasilan

Tujuan utama seseorang yang bekerja atau berwirausaha adalah untuk mendapatkan penghasilan. Penghasilan adalah jumlah pekerjaan yang dilakukan seseorang dalam seminggu, sebulan atau setahun selama bekerja atau menjalankan bisnis. Penghasilan adalah elemen yang sangat penting dalam bisnis, karena ketika Anda melakukan bisnis, Anda tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh di perusahaan. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama periode waktu tertentu. Pendapatan tersebut dapat digunakan untuk menutupi kebutuhan hidup dan kelangsungan usaha, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk pembayaran.

2.1.4.2 Jenis – Jenis Penghasilan

Penghasilan menurut jenisnya dibagi menjadi tiga golongan, yaitu:

1) Upah dan gaji adalah imbalan yang dibayarkan untuk pekerjaan yang dilakukan atas nama orang lain, biasanya dibayar harian, mingguan, atau bulanan.

2) Penghasilan dari usaha sendiri atau keluarga, yaitu jumlah uang yang diterima dari penjualan barang atau jasa, dari mana biaya yang dikeluarkan telah dikurangi.

3) Penghasilan dari usaha lain adalah penghasilan yang diperoleh tanpa perlu menanamkan pekerjaan, misalnya penghasilan dari persewaan bangunan, penghasilan dari investasi bunga, penghasilan pensiun.

Penghasilan atau pendapatan merupakan salah satu faktor terpenting yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha. Besarnya pendapatan dari penjualan produk sangat menentukan besar kecilnya keuntungan usaha. Omzet adalah akumulasi penjualan beberapa produk dikalikan dengan harga yang ditentukan.

2.1.5 Lokasi Usaha

2.1.5.1 Pengertian Lokasi Usaha

Menurut Tarigan (2006), teori lokasi adalah ilmu yang mempelajari tatanan spasial kegiatan ekonomi atau ilmu yang mempelajari distribusi geografis dari sumber-sumber potensial dan hubungannya dengan keberadaan perusahaan yang berbeda atau pengaruhnya terhadap keberadaan mereka. / kegiatan ekonomi dan sosial lainnya. Menurut Tjiptono (2008), tempat usaha adalah tempat beroperasinya suatu perusahaan atau tempat suatu perusahaan melakukan produksi barang dan jasa yang berkaitan dengan perspektif ekonomi. Lokasi usaha adalah hal yang paling penting untuk dipertimbangkan. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan menentukan keberhasilan perusahaan. Dalam pemilihan lokasi usaha, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor dalam memilih lokasi, karena lokasi usaha merupakan aset jangka panjang dan mempengaruhi kekayaan perusahaan itu sendiri.

Menurut Lupiyoad (2009), lokasi berkaitan dengan di mana kantor pusat perusahaan seharusnya berada dan di mana ia menjalankan operasinya. Dalam hal ini terdapat tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1) Konsumen mengunjungi penyedia jasa (bisnis): Jika demikian, lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih lokasi yang dekat dengan konsumen agar mudah dijangkau yaitu harus strategis.

2) Penyedia jasa datang ke konsumen: dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, namun perlu diperhatikan kualitas pemberian jasa harus tetap tinggi.

3) Penyedia jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung: komunikasi antara penyedia jasa dan konsumen dengan cara apapun seperti telepon, komputer atau surat. Dalam hal ini, tempat menjadi sangat tidak penting asalkan komunikasi antar pihak dilakukan dengan benar.

Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan, karena pemilihan lokasi juga terkait dengan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, lokasi tempat kerja yang benar merupakan syarat yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan. Kesalahan lokasi menyebabkan biaya operasional yang besar bagi perusahaan. Akibatnya, tidak bisa bersaing, yang tentunya berujung pada kerugian. “Menurut Alcacer (2003) dalam buku *Sustaining Entrepreneurship and Economic Growth Lessons in Policy and Industry Innovations from Germany and India*, dengan lokasi yang berdekatan dengan pesaing bisnis, perbisnisan dapat melakukan strategi kompetisi total baik dalam kepemimpinan harga atau produk lain yang diberikan”. Untuk itu, dalam proses

pemilihan lokasi usaha pengusaha harus mempertimbangkan keputusannya dengan benar agar tidak menimbulkan kerugian di kemudian harinya.

Menurut Utami (2010), memilih lokasi yang tepat memiliki keuntungan sebagai berikut:

- 1) Merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan
- 2) Lokasi mempengaruhi pertumbuhan perusahaan di masa depan.

Kawasan yang dipilih harus mampu tumbuh secara ekonomi, sehingga dapat menjaga kesinambungan pergerakan sejak awal dan di masa yang akan datang. Sebab, lokasi sangat erat kaitannya dengan sejumlah besar investasi jangka panjang yang penuh ketidakpastian.

Kotler (2008) menyatakan bahwa salah satu kunci keberhasilan adalah lokasi, lokasi diawali dengan pilihan masyarakat. Keputusan ini sangat tergantung pada perspektif pertumbuhan dan stabilitas ekonomi, persaingan, iklim politik, dll. Saat memilih lokasi, Anda harus mempertimbangkan berbagai aspek yang mendorong penjualan dan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Dalam prakteknya, faktor-faktor ini berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, tergantung pada produk dan jasa yang dihasilkan.

2.1.6 Pedagang

2.1.6.1 Pengertian Pedagang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pedagang adalah orang yang mencari nafkah melalui usaha. Pedagang adalah orang yang menjalankan bisnis, kerajinan, atau usaha kecil.

Pedagang dapat diklasifikasikan sebagai:

1. Pedagang grosir yang beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pengecer.
2. Pedagang eceran, juga disebut pengecer, menjual barang-barang konsumsi langsung ke konsumen. Pemilik toko atau kios adalah pengecer.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan referensi dari beberapa sumber yakni skripsi dan jurnal internasional seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1. Referensi Penelitian beserta analisa

NO	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DIGUNAKAN	HASIL PENELITIAN
1.	Pengaruh Modal, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman 2016 oleh Nur Isnri Atun	~ X1 : Modal ~ X2 : Lokasi ~ X3 : Jenis Dagang ~ Y: Pendapatan	(1) terdapat pengaruh positif modal terhadap pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman; (2) terdapat pengaruh positif lokasi terhadap pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman; (3) terdapat pengaruh jenis dagangan terhadap pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman; (4) terdapat pengaruh positif modal, lokasi, dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman.

NO	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DIGUNAKAN	HASIL PENELITIAN
2.	Pengaruh Lokasi Usaha, Modal, Jam Kerja Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Sekitar Stasiun Tanah Abang, Tebet Dan Jakarta Kota.2019 oleh Nadya Nur Novalita	~ X1 : Lokasi Usaha ~ X2 : Modal ~ X3 : Jam Kerja ~ X4:Jenis Dagangan ~ Y : Pendapatan	Hasil menunjukkan: 1) lokasi usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan; 2) modal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan; 3) jam kerja mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan; 4) jenis dagangan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang.

NO	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DIGUNAKAN	HASIL PENELITIAN
3.	Pengaruh Jam Berdagang, Jenis Dagangan Dan Lokasi Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional Di Indonesia 2021 oleh Dr. <i>Nurlaila, SE, MA, CMA</i> <i>dkk</i>	~ X1 : Jam Berdagang ~ X2 : Jenis Dagang ~ X3 : Lokasi Dagang ~ Y: Pendapatan	Dalam hal ini peneliti melakukan olah data melakukan <i>mixed methods</i> dengan pendekatan kualitatif memakai SmartPLS 3.0 dan untuk data kualitatif memakai Nvivo 12. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan atau menyeluruh, Pandemic Covid 19 sangat berdampak terhadap pendapatan pedagang pasar Tradisional di Indonesia.

NO	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DIGUNAKAN	HASIL PENELITIAN
4.	<p>Analisis Pengaruh Modal, Jam Kerja, Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Bersih Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Makam Gus Dur Jombang 2021 Oleh <i>Mohammad Fachri Ardiansyah</i></p>	<p>~ X1 : Modal ~ X2 : Jam Kerja ~ X3 : Lokasi Usaha ~ Y : Pendapatan</p>	<p>1. Ada pengaruh secara simultan variabel modal usaha, jam kerja, dan lokasi terhadap pendapatan bersih pedagang kaki lima di kawasan wisata religi Makam Gus Dur.</p> <p>2. Ada pengaruh secara signifikan dan positif variabel modal usaha, jam kerja terhadap pendapatan bersih pedagang kaki lima di kawasan wisata religi Makam Gus Dur namun variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap pendapatan bersih pedagang kaki lima di kawasan wisata religi Makam Gus Dur</p>

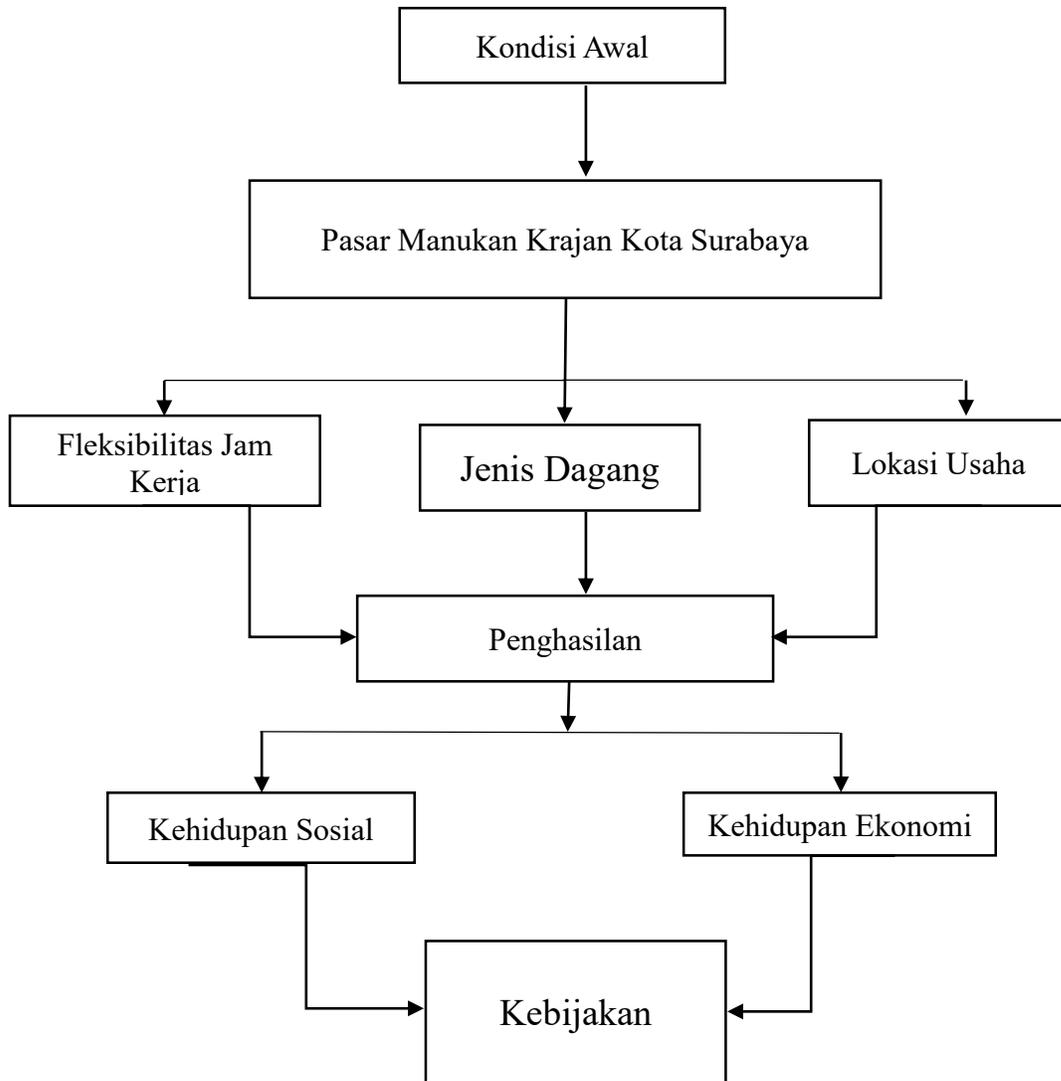
NO	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DIGUNAKAN	HASIL PENELITIAN
5.	<p>Hubungan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Pedagang Pakaian Pasar Aceh Di Kota Banda Aceh) 2021 Oleh Ayu Agustina</p>	<p>~ X : Lokasi Usaha ~ Y: Pendapatan</p>	<p>1. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat Hubungan yang negatif dan tidak signifikan dari hubungan Lokasi usaha Terhadap Pendapatan Pedagang. Dapat diartikan bahwa variabel lokasi usaha dengan variabel pendapatan pedagang termasuk dalam korelasi negatif dan hubungan yang tidak signifikan. Hal ini menandakan bahwa lokasi yang strategis belum tentu dapat meningkatkan pendapatan.</p> <p>2. Dalam sudut pandang ekonomi islam, hubungan lokasi usaha terhadap pendapatan tidak terdapat hubungan.</p>

NO	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DIGUNAKAN	HASIL PENELITIAN
6.	<i>Analysis Of Factors Affecting Traders' Income On Traditional Markets In Indonesia International Journal Of Business And Social Science 2021 Oleh Herman</i>	~ X1: Lama Usaha ~ X2: Modal ~ X3: Jam Kerja ~ Y: Pendapatan	Berpengaruh signifikan adalah lama usaha, sedangkan semua variabel independen berpengaruh signifikan Berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di pasar tradisional panam.

Sumber: Peneliti, 2023

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa persamaan antar variable yang digunakan oleh peneliti dari penelitian-penelitian terdahulu. Akan tetapi, memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan yakni pada lokasi penelitian dan implementasi dari variable yang akan diteliti dalam hal ini fleksibilitas jam kerja, jenis dagang, dan lokasi usaha terhadap penghasilan yang pada akhirnya menjawab rumusan-rumusan masalah yang sudah ditentukan di Pasar Sore Manukan Krajan Kota Surabaya

2.3 Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2023

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran