

PENGARUH MODAL DAN HARGA JUAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG SEMBAKO (Studi pada Pasar Madyopuro Kota Malang)

¹Ena Yulita Huninhatu, ²Ratnawati, ³Rizalnur Firdaus

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wisnuwardhana Malang

Email: enayuli99@gmail.com

***Abstract:** This research aims to analyze and describe the influence of capital on the income of basic food traders in the Madyopuro market, Malang City. Analyze and describe the effect of selling prices on the income of basic food traders in the Madyopuro market, Malang City. This research method uses quantitative research methods. The quantitative approach is an approach to research that uses data in the form of numbers. This research is structured as inductive research, namely searching for and collecting data in the field with the aim of knowing the factors, form elements and the nature of phenomena in society.*

Based on the results of the data analysis, the conclusion was obtained that, from the results of the analysis, from the calculated T value, the variable (X1), namely capital, has a significant influence, namely it has a contribution to the income of basic food traders. The more capital a basic food trader has, the greater the income the trader will earn, and vice versa. From the results of the analysis, it can be seen from the calculated T that the selling price variable (X2) has a significant effect, the selling price has a contribution to the income of basic food traders. With low prices, consumers will be attracted, because traditional markets are a place for lower middle class people, so consumers at Madyopuro market have the attraction to buy. The suggestion in this research is that traders should implement a price promotion system, not only at certain times. It is better for traders to add capital little by little with each profit or monthly income to advance their business and increase their merchandise.

Keywords: Capital, Selling Price, Income of Grocery Traders

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang sembako di pasar Madyopuro Kota Malang. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh harga jual terhadap pendapatan pedagang sembako di pasar Madyopuro Kota Malang. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan dalam penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka. Penelitian ini disusun sebagai penelitian induktif yakni mencari dan mengumpulkan data yang ada dilapangan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor, unsur-unsur bentuk dan suatu sifat dari fenomena di masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis data maka diperoleh kesimpulan bahwa, dari hasil analisis bahwa dari nilai T hitung bahwa variable (X1) yakni modal berpengaruh signifikan yakni memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang sembako. Semakin banyak modal yang dimiliki pedagang sembako, maka semakin besar pendapatan yang diperoleh para pedagang, begitupun sebaliknya. Dari hasil analisis bahwa dapat dilihat dari T hitung variabel harga jual (X2) berpengaruh signifikan, harga jual memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang sembako. Dengan harga murah maka konsumen akan tertarik, karena pasar tradisional merupakan tempat untuk masyarakat menengah ke bawah, sehingga konsumen di pasar Madyopuro memiliki daya tarik untuk membeli. Saran pada penelitian ini, Sebaiknya pedagang harus menerapkan sistem promosi harga, tidak hanya dalam waktu-waktu tertentu saja. Sebaiknya pedagang menambahkan modal sedikit demi sedikit dalam setiap keuntungan atau pendapatan perbulannya untuk memajukan usaha dan menambah barang dagangannya.

Kata Kunci : Modal, Harga Jual, Pendapatan Pedagang Sembako

PENDAHULUAN

Berkembangnya sektor perdagangan tentunya membuat persaingan pengusaha satu dengan pengusaha yang lainnya semakin tidak terkendali, baik dari pengusaha yang berskala kecil maupun pengusaha yang sudah berskala menengah keatas terus berlanjut untuk mendapatkan keuntungan

yang banyak. Perdagangan disini lebih mengarah kepada perdagangan yang terjadi di pasar. Baik pasar modern maupun pasar tradisional. Pasar modern adalah pasar atau toko yang mempunyai sistem pembayaran secara mandiri, serta penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melakukan pelayanan secara mandiri (swalayan) atau terkadang dilayani oleh pramuniaga (Atun, 2016).

Pasar modern cenderung mempunyai kesan yang bersih, wangi, dan rapi, berbeda dengan kesan pasar tradisional. Pasar modern meliputi pasar swalayan, hypermarket, supermarket dan minimarket (Artaman, 2015). Pasar tradisional adalah pasar yang dalam pelaksanaannya bersifat tradisional dan di tandai dengan pembeli serta penjual yang bertemu secara langsung. Pasar tradisional memiliki ciri-ciri seperti proses jual beli melalui tawar menawar, barang yang di sediakan umumnya barang keperluan dapur dan rumah tangga, misalkan sayur mayur, lauk pauk dan lain-lain (Istiqomah, 2015). Pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. (Kasmir, 2017). Ada beberapa ketentuan untuk menyatakan bahwa sekumpulan orang adalah pasar: 1. Memiliki kebutuhan dan keinginan terhadap produk tertentu. 2. Memiliki kemampuan untuk membeli produk tersebut. 3. Memiliki kemauan untuk membelanjakan uangnya. 4. Memiliki kesempatan membeli produk tersebut. Kesempatan yang dimaksud adalah dapat memutuskan membeli membeli produk atau tidak. Dalam pasar terdapat beberapa persaingan yang dihadapkan kepada para pedagang, yaitu: 1. Persaingan pasar sempurna (banyak penjual dan banyak pembeli dengan jenis barang yang sama), 2. Pasar Monopolistik (banyak penjual dan banyak pembeli dengan harga yang beragam) 3. Pasar Oligopolistik (sedikit penjual yang satu sama lain sangat sensitive terhadap strategi harga), 4. Monopoli (terdiri hanya satu penjual).

Setiap usaha, baik besar atau kecil pasti mengharapkan keuntungan atau laba, dalam ekonomi dinamakan pendapatan. Secara umum, pendapatan merupakan hasil yang didapatkan melalui kegiatan suatu usaha yaitu kegiatan jual beli dengan melakukan transaksi antara penjual dan pembeli dengan adanya kesepakatan bersama. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam mengelola perusahaan adalah modal, yaitu sejumlah sumber daya yang digunakan dalam melaksanakan usaha. Modal merupakan investasi pelaku usaha pada berbagai aktiva jangka pendek. Manajemen modal pada umumnya mencakup proporsi yang lebih besar dari total aktiva, untuk itu diperlukan adanya pengelolaan yang baik terhadap modal. Kesalahan dalam pengelolaan modal kerja akan berakibat terhambatnya atau bahkan terhentinya aktivitas usaha. Hal ini sebagaimana dikemukakan Swasta dan Irawan (2008:201) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan antara lain: (1) kondisi dan kemampuan pedagang; (2) transaksi jual beli yaitu mampu menyakinkan para pembeli untuk membeli dagangannya dan sekalipun memperoleh pendapatan yang diinginkan; (3) kondisi pasar; (4) modal; (5) kondisi organisasi penjualan; (6) faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan.

Kebijaksanaan dalam menentukan jumlah modal sangat penting, karena modal yang berlebihan menunjukkan adanya dana yang kurang produktif. Hal ini akan merugikan usaha karena kesempatan untuk mendapatkan laba telah disia-siakan. Sebaliknya, modal kerja yang terlalu kecil akan mengganggu kontinuitas usaha karena tidak mampu untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Hal ini akan berpengaruh terhadap tingkat likuiditas dan rentabilitas usaha. Pada hakekatnya pengelolaan modal kerja yang baik akan sangat mempengaruhi finansial. Beberapa penelitian yang sudah dilakukan sehubungan dengan pengaruh modal terhadap pendapatan sebagai berikut.

Selain modal, faktor lain yang mempengaruhi pendapatan usaha adalah harga jual. Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Harga berdampak pada kinerja keuangan dan berpengaruh penting pada nilai penempatan posisi merek pada pelanggan. Harga merupakan alat yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya, sehingga keputusan harga harus dikoordinasikan dengan rancangan produk, distribusi dan promosi yang membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif. Harga juga memungkinkan menjadi sebuah perwakilan dari ukuran kualitas produk manakala pelanggan sulit mengevaluasi produk

yang kompleks. Dengan kebijakan harga yang tepat maka perusahaan dapat meningkatkan volume penjualannya, yang berdampak pada peningkatan pendapatan.

Penelitian berkenaan dengan topik ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti berikut. Jumriani (2019), melalui penelitiannya memperoleh hasil, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan buah rambutan Desa Romangloe Dusun Samaya Kecamatan Bontomarannu Kabupaten Gowa. Febriantoni (2019) menyimpulkan dari penelitiannya menyatakan bahwa harga dapat dilihat dari T hitung variabel Harga barang berpengaruh tidak signifikan, harga barang tidak memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang. Oleh karena itu harga barang berpengaruh tidak berpengaruh terhadap pendapatan, karena tidak semua konsumen membeli suatu barang berdasarkan harga. Harga murah belum tentu konsumen tertarik, karena setiap konsumen memiliki daya tarik yang berbeda-beda, baik dari segi kualitas barang, merek barang. Penelitian Sari (2021), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap pendapatan penjualan pada masa pandemi Covid-19 di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidempuan.

Bila dalam penetapan harga produk lebih besar akan mengakibatkan barang-barang yang diproduksi tidak laku dijual dan menurun di pasaran, sehingga pihak perusahaan akan mengalami kerugian. Oleh karena itu, dalam menentukan harga jual produk, perusahaan harus mempertimbangkan secara matang, karena harga jual yang berorientasi pada daya beli masyarakat akan membantu memaksimalkan volume penjualan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada pendapatan usaha. Penentuan harga jual mempengaruhi aliran masuk penghasilan, tetapi apabila usaha terus menerus gagal untuk menutupi biaya produksi, maka usaha dalam jangka panjang tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya (*going concern*).

Salah satu kawasan kegiatan UMKM di Kota Malang khususnya pedagang sembako adalah Pasar Madyopuro Kota Malang. Pasar Madyopuro merupakan salah satu pasar tradisional dengan berbagai jenis produk yang diperjualbelikan diantaranya adalah sembako. Dari uraian latar belakang dapat difahami bahwa guna meningkatkan pendapatan usaha dari pedagang sembako, antara lain harus memperhatikan modal dan harga jual. Atas dasar ini peneliti tertarik mengambil judul “PENGARUH MODAL DAN HARGA JUAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG SEMBAKO (Studi pada Pasar Madyopuro Kota Malang)”.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif karena data yang disajikan berhubungan dengan angka. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro dan Supomo, 2009: 12). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) yaitu Modal (X1) dan Harga Jual (X2), terhadap variabel dependen (terikat) yaitu Pendapatan (Y).

Populasi dan Sampel Penelitian Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:80). Populasi dalam penelitian ini seluruh pedagang sembako di pasar Madyopuro Kota Malang, berjumlah 87 orang. Karena populasi dalam penelitian ini sangat banyak, maka diambil sampel untuk mewakili populasi tersebut. Sampel Jenuh (Sampel Sensus) Pengertian sampel menurut Sugiyono (2012:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representative (mewakili). Pada penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 87 orang.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden seputar hal-hal yang diteliti. Kuesioner disusun berdasarkan skala Likert yang telah dimodifikasi, dimana setiap item dari angket mempunyai 4 alternatif jawaban, yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh modal, harga jual terhadap pendapatan pedagang sembako di pasar madyopuro Kota Malang. Tabelberikut adalah hasil perhitungan dari uji regresi berganda dengan bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS) 23.0 for windows* sebagai berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	B	T	Sig t	Keterangan
Konstanta	1,009	1,182	0,244	
Modal	0,198	2,462	0,018	Signifikan
Harga Jual	0,856	12,982	0,000	Signifikan
α	: 5 %			
R	: 0,579			
R Square	: 0,335			
F hitung	: 21.129			
Sig. F	: 0,000			

Sumber : Data Primer

Nilai R pada hasil analisa sebesar 0,579 atau 57,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh modal, harga jual terhadap pendapatan di pasar Madyopuro kota Malang sebesar 57,9%. Sedangkan daya prediksi dari model regresi (*R-square*) yang dibentuk dalam pengujian ini memiliki nilai 33,5%, artinya modal, harga jual mempunyai kontribusi terhadap pedagang sembako di pasar Madyopuro Kota Malang sebesar 33,5%, sedangkan sisanya 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh dibentuk model persamaan sebagai berikut

$$Y = 1,009 + 0,198 X_1 + 0,856 X_2$$

Besarnya konstanta sebesar 1,009 menunjukkan bahwa apabila modal, harga jual tetap maka pendapatan di pasar Madyopuro Kota Malang akan menurun sebesar 1,009.

Besarnya nilai modal sebesar 19,8% dan pengaruh ini arahnya positif. Hal ini mempunyai makna bahwa apabila modal dipersepsikan baik, seperti pendapatan pedagang di pasar Madyopuro mampu membedakan keuangan pribadi dengan modal yang digunakan, mampu mengelola keuangan dengan baik, maka akan meningkatkan pendapatan pedagang di pasar Madyopuro Kota Malang sebesar 19,8%.

Besarnya nilai koefisien harga jual sebesar 85,6% dan pengaruh ini arahnya positif. Hal ini mempunyai makna bahwa apabila harga jual dapat tersusun dengan baik, seperti harga jual sesuai yang ditetapkan pemerintah, harga yang dipih terjangkau untuk semua kalangan, akan meningkatkan pendapatan pedagang di pasar Madyopuro di Kota Malang sebesar 85,7%.

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, Pada variabel Modal (X_1) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,849 > 1,663$. Hal ini berarti bahwa modal berpengaruh terhadap pendapatan pedagang sembako.

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui variabel harga jual (X_2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,008. Hal ini berarti bahwa $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,641 > 1,663$, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga jual berpengaruh terhadap pendapatan pedagang sembako.

3. Koefisien Determinasi

Tabel 2. Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.335	.319	.764

a. Predictors: (Constant), Harga Jual (X2), (X1)

b. Dependent Variable: Pendapatan (Y)

Berdasarkan output di atas diketahui nilai R square 0,335, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variable X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 33,5%.

PEMBAHASAN

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh modal dan harga jual terhadap pendapatan pedagang sembako (Studi Pada Pasar Madyopuro Kota Malang)

1. Pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang sembako di pasar Madyopuro Kota Malang.

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, Pada variabel Modal (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,849 > 1,663$. Hal ini berarti bahwa modal berpengaruh terhadap pendapatan pedagang sembako.

Semakin banyak modal yang dimiliki pedagang sembako, maka semakin besar pendapatan yang diperoleh para pedagang, begitupun sebaliknya. Hal tersebut dikarenakan, jika modal pedagang sembako banyak, maka sembako yang di jual pun semakin banyak dan pembeli akan senang membeli jika barang yang dijual lengkap dengan kebutuhan.

Sesuai dalam jurnal (Endang Purwanti, 2012) modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha, oleh karna itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukur finansial atas usaha yang digalakkan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Sadono Sukirno mengatakan bahwa modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Modal ini bisa berupa uang dan tenaga (keahlian). Modal uang biasa digunakan untuk membiayai berbagai keperluan usaha, seperti biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk membeli aset, hingga modal kerja. Sedangkan modal keahlian adalah kepiawaian seseorang dalam menjalankan sesuatu usaha.

2. Pengaruh harga jual terhadap pendapatan pedagang sembako di pasar Madyopuro Kota Malang.

Diketahui variabel harga jual (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,008. Hal ini berarti bahwa $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,641 > 1,663$, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga jual berpengaruh terhadap pendapatan pedagang sembako. Dengan harga murah maka konsumen akan tertarik, karena pasar tradisional merupakan tempat untuk masyarakat menengah ke bawah, sehingga konsumen di pasar Madyopuro memiliki daya tarik untuk membeli. Secara teoritis harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan unsur biasa saja. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Tjiptono mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang dan jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya, (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Seperti yang diungkapkan oleh Kotler, Bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah 4P (Price, Product, Place, dan promotion). Harga bagi suatu usaha atau badan usaha menghasilkan pendapatan (Income), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu Product (Produk), Place (Tempat atau saluran), dan Promotion (Promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Analisis yang diperoleh dalam melakukan penelitian dengan judul pengaruh modal dan harga jual terhadap pendapatan pedagang sembako (Studi Pada Pasar Madyopuro Kota Malang) maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis bahwa dari nilai T hitung bahwa variable (X1) yakni modal berpengaruh signifikan yakni memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang sembako. Semakin banyak modal yang dimiliki pedagang sembako, maka semakin besar pendapatan yang diperoleh para pedagang, begitupun sebaliknya.
2. Dari hasil analisis bahwa dapat dilihat dari T hitung variabel harga jual (X2) berpengaruh signifikan, harga jual memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang sembako. Dengan harga murah maka konsumen akan tertarik, karena pasar tradisional merupakan tempat untuk masyarakat menengah ke bawah, sehingga konsumen di pasar Madyopuro memiliki daya tarik untuk membeli.

Saran

1. Bagi pedagang sembako
 - a. Sebaiknya pedagang harus menerapkan sistem promosi harga, tidak hanya dalam waktu-waktu tertentu saja.
 - b. Sebaiknya pedagang menambahkan modal sedikit demi sedikit dalam setiap keuntungan atau pendapatan perbulannya untuk memajukan usaha dan menambah barang dagangannya.
 - c. Untuk para pedagang lebih meluaskan perdagangan mereka dengan memanfaatkan teknologi yakni berbisnis melalui media online.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan, informasi, bahan rujukan atau referensi bagi penelitian sejenis dengan variabel yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguswijaya, Aditia Anwar. 2021. Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Di Desa Samaturue Kecamatan Tellu Limpo Kabupaten Sinjai. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amanah, Dita. 2016. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. Jurnal Keuangan Bisnis. Vol, 2 No.1, Maret 2016.
- Anggraini, W. 2019. Pengaruh Faktor Modal, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. Skripsi. IAIN. Bengkulu.
- Assauri, Sofjan. 2018. Manajemen Bisnis Pemasaran. Depok. Raja Grafindo Persada.
- Atun, Nur Isni. 2016. Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan, terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. Jurnal Pendidikan dan Ekonomi. Vol. 5, No.4, Thn. 2016.
- Basu Swastha dan Irawan. 2013. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta Liberty.
- Boediono. 2012. Pengantar Ekonomi. Jakarta: Erlangga. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1998. Kamus Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Endang Purwanti. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. Jurnal Among Makarti, Vol.5 No.9, Juli 2012
- Febriantoni, Andre. 2019. Pengaruh Harga Barang dan Modal terhadap Pendapatan Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam. (Studi pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Raden Intan Lampung.
- Harmadji, D. E., Yuliana, R., Arifin, R., & Putri, A. K. (2022). The Role of Government, Financial Literacy and Inclusion on the Financial Performance of MSMEs in Malang City. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 26(3), 552-566.

- Indrianti, Lies. 2013. Analisis Faktor Yang Berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil. Jurnal STIE Semarang. Vol.5, No.1, Februari 2013.
- Kasmir. 2017. Kewirausahaan Edisi Revisi. Jakarta. Rajawali Pers.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta. PT Indeks.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2018. Prinsip- prinsip Marketing. Edisi Ke Tujuh. Jakarta. Salemba Empat.
- Marbun, BN. 2003. Kamus Manajemen. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Mithaswari, Ida Ayu D dan Wenagama, IW. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Dipasar Seni Guwang. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, Vol. 7 , No 2.
- Patra, I Ketut dan Salim, Agus. 2014. Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Ulu Bete Laut Di Masamba Kabupaten Luwu Utara. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Vol. 01 No.02, Juli 2014.
- Purwanti, Endang. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran, Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. Among Makarti. Vol.5 No.9, Juli 2012.
- Putong, Iskandar. 2015. Ekonomi Makro: Pengantar Ilmu Ekonomi Makro. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Rambat dan Hamdani. 2008. Ekonomi Manajerial. Edisi ke-1. Bandung. Raja Roda karya.
- Ratnawati, Sudarmiatin, Soetjipto B.E., Restuningdiah,N. 2022. The Role Of Financial Behavior As A Mediator Of The Influence Of Financial Literacy And Financial Attitudes On Msmes Investment Decisions In Indonesia. *Journal of Social Economics Research*.9(4). PP. 193-203.
- Ratnawati. M. Taufiq Noor Rokhman, Sulis Rochayatun, Meldona & Yayuk Ngesti Rahayu.2023. [Financial attitude and financial performance of export MSMEs: Financial well-being as a mediating](#). *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*. 16(1). 77-85.
- Ratnawati, M. T. N. Rokhman, and Y. N. Rahayu. 2021. Managerial Ability as An Effort to Improve SME Performance through Competitive Advantage in The Pandemic Time Covid-19. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Volume 19, Number 2, Pages 363–375. Malang: Universitas Brawijaya. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.02.12>.
- Rokhman, M. T. N., Armanu, Setiawan, M., & Rofiaty. (2023). Confirmation of Innovation Capabilities, Intellectual Capital, Entrepreneurship Orientation, and Performance SMEs Batik in East Java(pp. 179–190). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-178-4_19
- Saputri, D. 2020. Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Panorama Kota Bengkulu dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. IAIN. Bengkulu.
- Sari, Pipi Yunita. 2021. Pengaruh Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidempuan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*. Vol. 4 No. 3 Agustus 2021.
- Sudasono dan Edilius. 2007. Kamus Ekonomi: Uang dan Bank. Jakarta : Rhineka Cipta.
- Sudirman, Ubaidillah. 2020. Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi kasus: Pasar Angso Duo Kota Jambi). *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), November 2020, 137-141.
- Sukirno, Sadono. 2006. Teori Pengantar Mikro Ekonomi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. 2006. Pengantar Bisnis. Jakarta. Kencana.
- Sumarwan, Ujang dan Tjiptono, Fandy. 2018. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen. Bogor: IPB Press.
- Suniati. 2021. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pasar Angso Duo Kota Jambi. Skripsi. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Soekartawi. 2012. Faktor-Faktor Produksi. Jakarta: Salemba Empat.
- Syahputra, Junico Dwi dan Prayitno, Budi. 2020. Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Jumlah Pembeli Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Krian, Kabupaten Sidoarjo Pada Tahun 2019. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Universitas Wijaya Kusuma Surabaya*. Vol. 02, No. 1, Juni 2020.

- Vijayanti, Made Dwi dan Yasa, I G. Wayan Murjana. 2016. Pengaruh Lama Usaha Dan Modal Terhadap Pendapatan Dan Efisiensi Usaha Pedagang Sembako Di Pasar Kumbasari. E-Jurnal EP Unud, 5 [12]: 1539-1566.
- Zaki, Baridwan. 2000. Sistem Informasi Akuntansi. Yogyakarta BPPE.