**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG KAKI LIMA**

**(Studi Kasus: PKL Kuliner Malam Di Kota Padang Panjang)**

**Anisa Zulviani, Nurul Huda, S.E M.Si**

**Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis** **Universitas Bung Hatta**

Email: [Anisa.zulfiani1208@gmail.com](mailto:Anisa.zulfiani1208@gmail.com) , [nurulhuda114@yahoo.com](mailto:nurulhuda114@yahoo.com)

## PENDAHULUAN

Menurut data BPS (2018), jumlah tenaga kerja terbanyak pada tahun 2017 terdapat pada kelompok pertanian, kehutanm perburuan dan perikanan serta kelompok perdagangan besar, eceran, rumah makan dan hotel masing-masing 33%, sementara untuk jasa kemasyarakatan, sosial dan perseorangan sebesar 9% dan industri pengolahan 5%, terakhir lainnya sebesar 20%. Dari banyaknya tenaga kerja pada sektor kelompok perdagangan besar, eceran, rumah makan dan hotel ini, dapat disimpulkan bahwa banyak pekerja sektor informal pada sektor perdagangan di Kota Padang Panjang. Namun, lapangan pekerjaan disektor informal yang paling banyak diincar oleh masyarakat yang memiliki modal yang terbatas serta kurangnya keterampilan adalah PKL.Hal ini bisa dilihat dengan semakin banyaknya PKL Kuliner Malam yang berjualan, terutama di pusat keramaian yang semakin bertambah setiap tahunnya.

Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan melalui observasi diketahui bahwa pasar kuliner malam dihari kerja tidak begitu rame pengunjung, tetapi dikahir pekan khususnya di malam sabtu dan malam minggu masyaraka dan segala ukuran usia sangat antusias mendatangi aneka jenis kuliner malam yang ditawarkan pedagang kaki lima. Oleh sebab itu wajar kondisi pendapatan pedangang kuliner berfluktuatif. Oleh sebab itu untuk mendorong peningkatan pendapatan pedagang kuliner malam kaki lima dipasar kuliner Kota Padang Panjang sangat penting bagi peneliti untuk memengamati sejumlah faktor yang terdiri dari modal usaha, lokasi usaha, lama usaha dan harga sebagai variabel yang dapat mendorong perubahan pendapatan pengusaha kuliner malam di pasar kuliner Kota Padang Panjang.

Menurut Sartono (2016) modal usaha merupakan sejumlah dana yang dimiliki individu atau perorangan atau sekelompok orang untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya. Ketika seorang pedagang kuliner memiliki modal usaha yang cukup besar, maka melalui perencanaan dan alokasi modal usaha yang tepat besar kemungkinan pedagang tersebut akan mendapatkan pendapatan usaha yang sesuai dengan besarnya modal. Walaupun demikian ada kalanya modal usaha yang besar tidak menjamin keberhasilan dalam meningkatkan pendapatan usaha. Ketidakpastian ekonomi dan terjadinya wabah pandemi Covid 19 dalam beberapa waktu terakhir diyakini akan mempengaruhi pendapatan usaha khususnya mereka yang bergerak di sektor informal.

Disamping diperlukannya pengelolaan modal kerja yang baik, berkembang dan meningkatnya pendapatan usaha juga disebabkan oleh lokasi usaha. Menurut Prayitno dan Yustie (2021) lokasi usaha adalah tempat yang dipilih untuk meelaksanakan kegiatan usaha. Lokasi yang dijadikan tempat usaha harus memenuhi sejumlah kriteria teknis yaitu banyaknya akses jalan menuju lokasi usaha, lokasi usaha dekat dengan fasilitas umum, aman, serta memiliki kelengkapan sarana komunikasi dan transportasi. Ketika sebuah usaha dijalankan pada lokasi yang strategis, maka besar kemungkinan penjualan dan pendapatan yang diperoleh pengelola usaha (pedagang) akan semakin tinggi. Selain itu lokasi usaha juga ditentukan oleh jarak antara satu pedagang dengan pedagang yang lain. Jika jarak sebuah usaha kurang dari 500 M2 tentu persaingan yang ketat akan terjadi, karena sifat dari lokasi usaha sangat terpusat yang tentunya akan mempengaruhi pendapatan usaha pedagang.

Meningkatnya pendapatan sebuah usaha juga disebabkan oleh lamanya usha dihalankan (Sumarwan, 2014), semakin lama usaha bertahan juga akan sejalan dngan penambahan pangsa pasar usaha yang tentunya akan mendorong peningkatan penjualan dan pendapatan yang duperoleh pedagang. Semakin lama sebuah usaha dapat dipertahankan maka akan semakin banyak jaringan pelanggan yang dimiliki oleh usaha tersebut, jika pengelola usaha mampu menjaga kualitas produk yang dihasillan serta memiliki strategi promosi yang baik besar kemungkinan penjualan akan meningkat yang tentunya juga akan sejalan dengan meningkatnya pendapatan usaha.

Menurut Keller (2016) mengungkapkan peningkatan pendapatan usaha juga sangat dipengaruhi oleh faktor harga yang ditawarkan untuk setiap komoditi produk atau jasa yang dijual kepada masyarakat. Semakin baik strategi penetapan harga yang ditawarkan kepada masyarakat, tentunya menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk mencoba membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan pengelola usaha. Dengan demikian ketepatan pemilihan strategi penetapan harga akan menciptakan keunggulan bersaing yang akan mendorong meningkatnya penualan dan pendapatan usaha pengusaha disektor informal khususnya kuliner di pasar kuliner Kota Padang Panjang.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan populasi seluruh pegangan kuliner kaki lima di pasar kuliner malam Kota Padang Panjang yang berjumlah 63 orang, sedangkan sampel yang digunakan memiliki jumlah yang sama dengan populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sensus, dimana proses pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen adalah regresi linear berganda (OLS) sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t-statistik

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Uji t-tes Statistik dan Pembahasan**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan bantuan uji t-test. Pengujian tersebut ditujukan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Proses pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai sig dengan tingkat kesalahan atau alpha. Berdasarkan hasil pengujian t-statistik yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 1 di bawah ini:

**Tabel 1**

**Hasil Uji t-tes Statistik**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Keterangan** | **Koefisien Regresi** | ***sig*** | ***Cut Off*** | **Kesimpulan** |
| Constanta | 8.527 |  |  |  |
| Modal Usaha | -0.802 | 0.002 | ≤ 0.05 | H1­­ Diterima |
| Lokasi Usaha | 0.668 | 0.000 | ≤ 0.05 | H2­­ diterima |
| Lama Usaha | 0.692 | 0.000 | ≤ 0.05 | H3 Diterima |
| Harga Jual | -0.450 | 0.000 | ≤ 0.05 | H4 Diterima |

**Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pengusaha Kuliner Kaki Lima di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang**

Pada pembentukan model regresi berganda juga diketahui bahwa variabel modal usaha memiliki koefisien regresi bertanda negatif sebesar -0,802, Nilai koefisien tersebut menunjukan jika diasukan terjadi penambahan modal usaha sebesar 1% maka akan mendorong menurunnya pendapatan pedagang kuliner sebesar 0,802%. Dengan asumsi faktor lain selain modal usaha dianggap tetap atau konstan. Hasil yang dibuktikan secara statistik dengan nilai sig sebesar 0.002. Tahapan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan 0.05. Dengan demikian nilai sig 0.002 jauh di bawah 0.05. Maka keputusannya adalah Ho ditolak dan H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa modal usaha berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kuliner di pasar kuliner Kota Padang Panjang. Dengan demikian hipotesis pertama diterima

**Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pengusaha Kuliner Kaki Lima di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang**

Berdasarkan persamaan regresi berganda diketahui variabel lokasi usaha memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0.668 yang dibuktikan secara statistik dengan nilai sig 0.000. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukan nilai sig 0.000 jauh di bawah 0.05. Maka keputusannya adalah Ho ditolak dan H2 diterima sehingga dapat disimpulkan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedaang kuliner kaki lima di pasar kuliner Kota Padang Panjang. Dengan demikian hipotesis kedua diterima

**Pengaruh Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pengusaha Kuliner Kaki Lima di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang**

Pada tahapan pengujian hipotesis ketiga terlihat bahwa variabel lama usaha memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0.692. Nilai koefisien menunjukan jika diasumsikan terjadi penambahan lama usaha sebesar 1 tahun akan mendorong meningkatnya pendapatan pedagang kuliner sebesar 0.692% dengan asumsi variabel selama usaha dianggap tetap dan sebaliknya. Secara statistik dengan nilai sig sebesar 0.000. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Nilai sig yang diperoleh jauh dibawah 0,05, maka keputusannya adalah Ho ditolak dan H4 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signfikan terhadap pendapatan pedaang kuliner kaki lima di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima

**Pengaruh Harga Jual Terhadap Pendapatan Pengusaha Kuliner Kaki Lima di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang**

Mengacu pada persamaan regresi berganda terlihat variabel harga jual memiliki koefisien regresi bertanda negatif sebesar -0.450. Nilai koefisien tersebut menunjukan ketika diasumsikan terjadi peningkatan harga jual sebesar 1% akan menurunkan pendapatan pedagang kuliner sebesar 0,450%, dengan asumsi faktor lain selain harga jual dianggap tetap dan sebaliknya. Hasil yang diperoleh secara statistik dibuktikan dengan nilai sig sebesar 0.000. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukan nilai sig 0,000 jaih dibawah 0,05. Maka keputusannya adalah Ho ditolak dan H4 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa harga jual berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pedaang kuliner kaki lima di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang.

**PENUTUP**

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan beberapa hasil penting yaitu 1) Modal usaha berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha kuliner kaki lima di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang. 2) Lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha kuliner kaki lima di pasar kuliner Kota Padang Panjang. 3) Lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha kuliner kaki lima di pasar kuliner Kota Padang Panjang. 4) Harga jual berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha kuliner kaki lima di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang.

Sesuai dengan uraian kesimpulan yang telah dijelaskan diatas maka diajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat bagi: 1) pengusaha kuliner diharapkan merencanakan dengan tepat dan matang ketika mereka memutuskan untuk menambah jumlah tenaga kerja, mengingat langkah tersebut akan memperbesar biaya operasional, jika tidak di iringi dengan meningkatnya pangsa pasar usaha, kebijakan tersebut akan mendorong menurunnya pendapatan usaha. 2) Bagi pengusaha kuliner kaki lima juga disarankan memilih jam operasional yang tepat, untk menciptakan efektifitas usaha, dan mengetahui berapa lama durasi usaha dengan mengamati prilaku konsumen. Hal tersebut penting karena jika jam operasional yang dilakukan terlalu panjang, maka biaya operasional akan meningkat, jika tidak diseimbangkan dengan permintaan pasar yang seimbang maka pendapatan usaha akan relatif menurun. 3) Bagi peneliti dimasa mendatang dihrapkan menggunakan metode analisis yang berbeda dengan penelitian saat ini, serta menambahkan satu atau beberapa variabel lainnya yang juga mempengaruhi pendapatan usaha kuliner yang belum digunakan dalam penelitian ini.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima Kasih banyak kepada Ibu Nurul Huda S.E, M.Si selaku pembimbing I. Beliau selalu sabar dan memberikan arahan serta saran yang sangat dibutuhkan penulis dalam penulisan ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. *Global Edition* (Vol. 15E). https://doi.org/10.1080/08911760903022556

Prayitno, B., & Yustie, R. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Saat Pandemi COVID-19 di Kota Surabaya Tahun 2020. *Media Mahardika*, *19*(2), 192–205.

Sartono, A. (2016). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. (R. Gunanawan, Ed.) (Edisi VI). Yogyakarta: BPFE.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran* (Cetakan IV). Bogor: Ghalia Indonesia.