

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Minimarket

Dalam definisi minimarket menurut Hendri ma'ruf (2005) Toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan permukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau warung. Sebagai minimarket yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari suasana dan keseluruhan minimarket sangat memerlukan suatu penanganan yang profesional dan khusus agar dapat menciptakan daya tarik pada minimarket.

Sementara itu, menurut Kotler dan Keller Minimarket dapat dikatakan merupakan bagian dari pengecer. Definisi dari pengecer tersebut adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bukan untuk bisnis. Sebagai minimarket yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari, suasana dan keseluruhan minimarket sangat memerlukan suatu penanganan yang profesional dan khusus agar dapat menciptakan daya tarik pada minimarket. Tata letak minimarket dapat mempengaruhi sirkulasi kembali untuk berbelanja. Kadang-kadang suasana yang nyaman bersih dan segar lebih diutamakan dari pada hanya sekedar harga rendah yang belum tentu dapat menjamin kelangsungan hidup dari minimarket tersebut. Salah satu usaha yang dilakukan

oleh pengusaha minimarket ini untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian yaitu melalui promosi.

Pengertian minimarket bisa juga toko swalayan yang hanya memiliki satu atau dua mesin register sementara supermarket adalah swalayan besar yang juga menjual barang-barang segar seperti sayur dandaging dengan jumlah mesin register. Dalam skala kecil, dengan pasar sasaran masyarakat kelas menengah-kecil di pemukiman, lalu dinamai “Minimarket”. Misinya memberikan pelayanan belanja pada masyarakat dengan kantong biaya relatif murah tapi dengan kenyamanan yang sama dengan supermarket. Minimarket biasanya luas ruangnya adalah antar 50 m² sampai 200 m² serta berada pada lokasi yang mudah dijangkau konsumen. Minimarket mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern dengan minimarket, belanja sedikit di tempat yang dekat dan nyaman terpenuhi, perilaku konsumen yang menyukai tempat belanja bersih, sejuk dan tertata rapi membuat minimarket menjadi unggul dari warung dan toko lainnya.

2.1.1.1 Kelemahan dan Kelebihan Minimarket

A. Kelebihan Minimarket

- 1) Menemukan gaya warung dengan bentuk yang menarik.
- 2) Memiliki kenyamanan dalam ruangan dan kebersihan
- 3) Pelayanan yang baik terhadap pembeli
- 4) Kualitas barang lebih terjamin di banding warung kelontong
- 5) Bisa beli eceran

- 6) Selalu memunculkan promo produk baru dapat berbelanja berbagai keperluan dalam satu tempat saja, sehingga menghemat waktu dan tenaga.

B. Kelemahan Minimarket

- 1) Harga pas dan tidak bisa tawar-menawar
- 2) Pegawai kadang tidak ramah atau tidak sopan
- 3) Pegawai berbuat curang

2.1.1.2 Karakteristik Minimarket

- a. Minimarket mempunyai beberapa komponen dalam penjualan yaitu kasir, pegawai, produk/barang, uang, toko, struk, dan brosur.
- b. Minimarket memiliki pelayanan yang baik
- c. Minimarket memiliki *environment* berupa *manager*, *supervisor*, pegawai, dan keuangan
- d. Minimarket memiliki *interface* (penghubung) yaitu pembeli, pegawai, dan kasir.

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2012) Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut bauran pemasaran (marketing mix) yang memiliki peran penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Minimarketpun menggunakan bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P, merupakan kepanjangan dari Product, Price, Promotion, dan Place sebagai berikut:

- a. *Product* (Produk) merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuas kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- b. *Price* (Harga) adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk yang ditawarkan dengan menghitung harga eceran yang disarankan oleh suatu produsen.
- c. *Place* (Tempat) merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa atau produk bagi para pelanggan potensial.
- d. *Promotion* (Promosi) berarti kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk target pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Selain dari konsep 4P diatas, para pengusaha yang kreatif akan selalu menciptakan kombinasi yang terbaik dari 7P yang menjadi komponen marketing mix. Eleman 7P ini terdiri dari 4P dan 3P sebagai tambahan untuk pemasaran jasa. Dibawah ini akan dijelaskan 3P tambahannya yaitu *People*, *Physical Evidence* dan *Process*, Menurut Nurochim dan Iwan Purwanto (2010).

- e. *People* merupakan unsur orang/manusia yang melayani terutama dalam perusahaan yang menjual jasa. Termasuk kedalamnya yaitu pimpinan sebagai pengambil keputusan dan unsur karyawan yang melayani konsumen. Karyawan ini perlu diberi pengarahan dan pelatihan agar dapat melayani dengan baik.

- f. *Physical evidence* (Bukti Fisik) Artinya bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan jasa. Pelanggan potensial tidak bisa menilai suatu jasa atau produk sebelum mengkonsumsinya. Bukti fisik ini bisa dalam berbagai bentuk, misalnya brosur.
- g. *Process* (Proses) yaitu bagaimana proses dilakukan sampai jasa yang diminta oleh konsumen diterima secara memuaskan. Apakah cukup puas menerima jasa, cepat layanannya, bersih, rapih, akurat, tepat waktu dan sebagainya.

2.1.2 Toko Kelontong

Kata toko kelontong terdiri dari dua suku yaitu toko dan kelontong. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Toko adalah bangunan permanen tempat menjual barang-barang (makanan kecil dan sebagainya), sedangkan kelontong adalah barang-barang untuk keperluan sehari-hari. Menurut Kotler (2009) Toko kelontong yaitu toko kecil di daerah perumahan, sering buka 24 jam 7 hari, lini terbatas produk kelontong dengan perputaran tinggi.

Warung kelontong yaitu warung yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang rumah tangga. Warung ini ditemukan berdampingan dengan pemilik rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, dan perumahan. Warung kelontong merupakan pertama kali yang melayani kebutuhan masyarakat sebelum minimarket.

Dalam penelitian Raharjo (2015) Toko kelontong atau yang biasa disebut dengan warung penyedia barang kebutuhan sehari-hari merupakan usaha mikro

yang kepemilikannya dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang yang bersifat melayani pelanggan atau konsumen datang untuk membeli barang tidak dengan mandiri yaitu dengan dilayani langsung oleh pelayan toko kelontong tersebut, dan pada umumnya pada toko kelontong yang skala kecil pelayan toko kelontong adalah sebagai kasir juga.

Warung Kelontong merupakan warung atau toko yang menjual kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari secara eceran. Konsumen yang berbelanja di kelontong, pada umumnya berbelanja dalam partai kecil. Akan tetapi, ada beberapa yang membeli barang dagangan untuk dijual kembali dalam toko yang lebih kecil (toko kelontong). Usaha ritel kelontong merupakan bentuk usaha yang menjual barang dagangannya secara eceran dan masih dikelola dengan sistem tradisional atau konvensional. Pengelolaan usaha ritel kelontong belum jelas, baik dari segi pengelolaan keuangan, persediaan barang dagangan, maupun strategi penjualannya.

Pelaku usaha ritel ini seringkali tidak mempertimbangkan lokasi usahanya yang strategis, mereka lebih memanfaatkan tempat yang sudah dimilikinya. Pada umumnya mereka mendirikan usaha di toko yang mereka bangun di dekat tempat tinggalnya, misalnya di depan rumah. Warung kelontong merupakan salah satu bentuk industri kecil/usaha keluarga karena jumlah pekerjanya sedikit, yaitu sekitar 1-5 orang yang biasanya merupakan anggota keluarga sendiri. Dengan modal yang relatif kecil, dari segi harga, warung hanya mempunyai sedikit kekuatan untuk mempengaruhi harga.

2.1.2.1 Kelebihan dan Kelemahan Toko Kelontong

A. Kelebihan Toko Kelontong

- 1) Bersahabat terhadap pembeli
- 2) Harga barang bisa ditawar
- 3) Bisa beli eceran
- 4) Dapat memenuhi pesan untuk pelanggan
- 5) Bisa berutang atau dibayar kemudian

B. Kelemahan Toko Kelontong

- 1) Bentuk warung kurang menarik
- 2) Tata letak barang di dalam warung tidak diatur dengan nyaman dan efisien
- 3) Tidak selalu memperhatikan dengan kenyamanan dan kebersihan
- 4) Kurangnya penerangan lampu

2.1.3 Pendapatan

Menurut Samuelson dan Nordhaus (2005:255) pendapatan dalam ilmu ekonomi didefinisikan sebagai hasil berupa uang atau materi lain yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa manusia bebas. Tujuan utama dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan, dimana dari pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja usaha dan sebagainya. Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam

bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, laba. Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu.

Pendapatan dapat artikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan (Bari dan Muljaningsing 2017). Menurut Sukirno (2003) dalam Bari (2017) mendefinisikan pendapatan adalah nilai seluruh barang jadi dan jasa-jasa yang diproduksi selama satu tahun tertentu. Artinya memperoleh pendapatan terlebih dahulu harus melakukan suatu proses kegiatan produksi.

Pendapatan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam satu periode seperti keadaan semula. Definisi tersebut menitik beratkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Menurut Suhartika (2018) secara garis besar pendapatan didefinisikan sebagai jumlah harta kekayaan awal periode ditambah perubahan penilaian yang tidak diakibatkan perubahan modal dan hutang.

2.1.3.1 Indikator Pendapatan

Menurut Anggraini (2019) terdapat Indikator pendapatan sebagai berikut:

- a. Dengan keuntungan maksimal kesejahteraan ikut meningkat.
- b. Pendapatan dapat memenuhi kebutuhan keluarga.

Faktor yang menentukan besar kecilnya pendapatan yang diterima oleh seseorang maupun badan usaha yang dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti tingkat pendidikan maka semakin banyak pengalaman dan pengetahuan, semakin tinggi pula tingkat pendapatan.

2.1.3.2 Jenis Pendapatan

Menurut Prihatminingtyas (2019), jenis pendapatan memiliki tiga golongan yaitu:

1. Gaji dan upah yang merupakan imbalan yang didapat setelah seseorang melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam jangka waktu tertentu
2. Pendapatan dari usaha sendiri, yang merupakan nilai total dari hasil produksi dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha tersebut merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dimana tenaga kerjanya berasal dari anggota keluarga sendiri.
3. Pendapatan dari usaha lain, yang merupakan perolehan seseorang dengan terlebih dulu mencurahkan tenaga kerja dan biasa disebut sebagai pendapatan sampingan, contohnya dari penyewaan aset berupa rumah, ternah, dan barang lainnya.

Menurut Tohar (2003) dalam Suhartika (2018) pendapatan perseorangan adalah jumlah pendapatan yang diterima setiap orang dalam masyarakat yang sebelum dikurangi *transfer payment*. *Transfer Payment* yaitu pendapatan yang tidak berdasarkan balas jasa dalam proses produksi dalam tahun yang bersangkutan. Pendapatan dibedakan menjadi:

- a. Pendapatan asli yaitu pendapatan yang diterima oleh setiap orang yang langsung ikut serta dalam produksi barang.
- b. Pendapatan turunan (sekunder) yaitu pendapatan dari golongan penduduk lainnya yang tidak langsung ikut serta dalam produksi barang seperti dokter, ahli hukum dan pegawai negeri.

Sedangkan pendapatan menurut perolehannya dibedakan menjadi:

- a. Pendapatan kotor yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.
- b. Pendapatan bersih yaitu pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.

Pendapatan menurut bentuknya dibedakan menjadi:

- a. Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa, sumber utamanya berupa gaji, upah, bangunan, pendapatan bersih dari usaha sendiri dan pendapatan dari penjualan seperti hasil sewa, jaminan sosial, premi asuransi.

- b. Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan biasanya tidak berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang.

2.1.4 Modal Kerja

Modal kerja atau *working capital* yaitu aktiva-aktiva jangka pendek yang digunakan untuk membiayai operasi pedagang sehari-hari, dimana uang atau dana yang dikeluarkan itu diharapkan dapat kembali lagi masuk ke dalam pedagang dalam waktu yang pendek melalui hasil penjualan produknya. Uang yang masuk dari hasil penjualan produk tersebut akan segera dikeluarkan lagi untuk membiayai operasi selanjutnya. Dengan demikian dana tersebut akan terus menerus berputar setiap periodenya selama pedagang beroperasi.

Menurut alexandri, modal kerja merupakan salah satu unsur aktiva yang sangat penting dalam pedagang karena tanpa modal kerja pedagang tidak dapat memenuhi kebutuhan untuk menjalankan aktivitasnya. Modal kerja pada dasarnya digunakan untuk membeli bahan-bahan baku dan biaya operasional lainnya yang sifatnya rutin dan berkelanjutan selain itu juga untuk membeli hasil produksi yang kemudian siap untuk dijual sehingga diharapkan dapat menghasilkan pendapatan dari usaha tersebut.

Secara teoritis modal kerja mempengaruhi peningkatan jumlah barang yang siap untuk dipasarkan. Sebagaimana modal mengandung arti sesuatu yang dihasilkan oleh alam atau buatan manusia, yang diperlukan bukan untuk memenuhi secara langsung keinginan manusia tetapi untuk membantu memproduksi barang

lain yang nantinya akan dapat memenuhi kebutuhan manusia secara langsung dan menghasilkan keuntungan (Muhammad, 2020).

2.1.4.1 Konsep Modal Kerja

Menurut Bambang Riyanto (2001) mengemukakan tiga konsep dalam kerja yaitu:

1. Konsep Kuantitatif

Menyebutkan bahwa modal kerja adalah seluruh aktiva lancar. Dalam konsep ini yang perlu mendapat perhatian adalah bagaimana mencukupi kebutuhan dana untuk membiayai operasi pedagang dalam jangka pendek. Konsep ini sering disebut dengan modal kerja kotor (*gross working capital*).

2. Konsep Kualitatif

Merupakan konsep yang menitikberatkan kepada kualitas modal kerja. Dalam konsep ini adalah melihat selisih antara jumlah aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Konsep ini disebut modal kerja bersih (*net working capital*).

3. Konsep Fungsional

Konsep ini menekankan kepada fungsi dana yang dimiliki pedagang dalam memperoleh laba. Artinya sejumlah dana yang dimiliki dan digunakan pedagang untuk meningkatkan laba pedagang.

2.1.4.2 Unsur Modal Kerja

Unsur-unsur yang terdapat dalam modal kerja, yaitu:

1. Kas

Menurut Rudianto (2009) kas merupakan alat pembayaran yang dimiliki

perusahaan dan siap digunakan didalam transaksi perusahaan, setiap saat diinginkan.

2. Piutang

Menurut Margenta (2011:10) piutang dagang yaitu tagihan kepada pihak lain, misalnya kreditor atau langganan, sebagai akibat adanya penjualan barang dagang secara kredit. Pada dasarnya piutang tidak hanya timbul karena penjualan barang dagang secara kredit, tetapi bisa disebabkan oleh hal-hal lain, misalnya piutang dari penjualan aktiva tetap secara kredit, uang muka untuk pembelian, atau kontrak kerja lainnya.

3. Persediaan

Menurut Husman dan Enny (2001:158) mengatakan bahwa masalah penentuan atau pengaturan besarnya persediaan barang merupakan hal yang penting karena mempunyai efek langsung terhadap persediaan barang dagang ditujukan agar persediaan dalam perusahaan tidak kurang atau tidak lebih.

2.1.4.3 Jenis-Jenis Modal Kerja

Menurut Riyanto (2006) modal kerja digolongkan dalam beberapa jenis yaitu:

a. Modal Kerja Permanen (*Permanent Working Capital*)

Modal kerja permanen yaitu modal kerja yang harus tetap ada pada pedagang untuk dapat menjalani fungsinya atau dengan kata lain modal kerja yang secara terus menerus diperlukan untuk kelancaran usaha. Modal kerja ini terdiri dari:

- 1) Modal kerja primer (*Primary Working Capital*) yaitu jumlah modal kerja minimum yang harus ada pada pedagang untuk menjaga kontinuitas usahanya.
 - 2) Modal kerja normal (*Normal Working Capital*) yaitu modal kerja yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan proses produksi yang normal.
- b. Modal Kerja Variabel (*Variable Working Capital*)

Modal kerja variabel adalah modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan keadaan. Modal kerja ini terdiri dari:

- 1) Modal kerja musiman (*Seasonal Working Capital*) yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah disebabkan oleh fluktuasi musim.
- 2) Modal kerja siklis (*Cyclical Working Capital*) yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah disebabkan oleh fluktuasi konjungtur.
- 3) Modal kerja darurat (*Emergency Working Capital*) yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah karena keadaan darurat yang tidak diketahui sebelumnya.

2.1.5 Jam Kerja

Analisis jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang ketersediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya ia dapatkan. Jam kerja yaitu lama waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha, yang dimulai sejak persiapan sampai usaha tutup. Alokasi waktu usaha dan jam kerja adalah total

waktu usaha atau jam kerja usaha yang digunakan seorang pedagang dalam berdagang.

Menurut Candra dan Henny (2018) jam kerja adalah jerih payah dan waktu yang dikorbankan untuk mencapai tujuan yang bersifat ekonomi, pengelolaan jam kerja juga perlu mendapat perhatian. Pemborosan dalam bekerja disebabkan oleh pengelolaan satuan jam kerja yang kurang maksimal. Setiap pengusaha atau pedagang hendaknya dapat melaksanakan ketentuan waktu kerja yang berlaku pada perusahaan tersebut.

Menurut UU No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, jam kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, yang dapat dilaksanakan siang hari atau malam hari. Waktu kerja adalah jumlah waktu yang digunakan untuk menjalankan bisnis, dari persiapan hingga akhir bisnis. Sering dapat diasumsikan bahwa “semakin banyak waktu yang digunakan, semakin produktif.” Ini berarti bahwa jam kerja yang lebih lama secara tidak langsung akan membuat pekerjaan lebih produktif dan menghasilkan pendapatan besar.

Jam kerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah waktu yang digunakan oleh para pedagang toko kelontong dalam menjual barang dagangannya setiap hari. Dimulai dari membuka tempat dagangan sampai menutup tempat dagangannya.

2.1.6 Jarak

Jarak adalah angka yang menunjukkan seberapa jauh suatu benda berubah posisi melalui suatu lintasan. Jarak kedekatan lokasi antar pedagang dapat

menimbulkan persaingan usaha dimana peluang pendapatan pedagang akan terpengaruh (Tom Handerson, dalam Wikipedia).

Apabila lokasi memberikan sisi perbedaan pada harga, maka akan dipengaruhi oleh faktor jarak. Dimana antara pedagang dengan pedagang lainnya terdapat jarak untuk mencapainya dibutuhkan waktu dan biaya maka salah satu pedagang tersebut sedikit menaikkan harga agar tidak kehilangan pembeli. Konsumen yang terjauh akan beralih pedagang lain yang tidak menaikkan harga, sedangkan konsumen yang dekat tidak akan beralih karena waktu dan biaya tersebut untuk menempuh jarak masih besar dibandingkan perbedaan harga jual antar pedagang.

Pada penelitian ini, minimarket juga yang merupakan pesaing dengan toko kelontong memberikan dampak yang negatif pada pendapatan usahanya dimana jarak yang dekat diantara keduanya. Kedekatan jarak tersebut diukur dengan satuan meter. Semakin dekat jarak toko kelontong dengan minimarket maka menimbulkan persaingan yang amat besar pengaruhnya terhadap pendapatan pedagang toko kelontong. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kedekatan lokasi antara keduanya berpengaruh negatif terhadap pendapatan usaha toko kelontong, dimana hal ini dapat dilihat dari kondisi perkembangan minimarket yang semakin pesat saat ini yang memasuki pemukiman padat penduduk. Kemungkinan bila lokasi toko kelontong dekat dengan minimarket maka pendapatan yang diperoleh akan mengalami penurunan. Sebaliknya bila lokasi toko kelontong jauh dengan minimarket maka pendapatan yang diperoleh toko kelontong tetap/meningkat.

2.1.7 Penelitian Terdahulu

Pada tabel 2.1 akan diuraikan mengenai penelitian terdahulu yang mendukung terhadap penelitian ini. Melalui penelitian terdahulu dapat diketahui pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat yang telah diuji pada penelitian sebelumnya dan dapat mendukung penelitian yang akan dilaksanakan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nomor	Peneliti, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Budi Prihatminingtyas, 2019, Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Landungsari	Meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang	Penelitian ini memiliki variabel X lainnya yaitu Lama Usaha	Hasil dari penelitian ini menunjukkan modal dan lokasi berpengaruh positif terhadap pendapatan, lama usaha dan jam kerja berpengaruh negatif terhadap pendapatan	Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi Vol.7, No.2 (2019)
2	Nursyamsu, Irfan, Ibrahim R.Mangge, Moh. Anwar Zainuddin, 2020, Pengaruh Modal Kerja dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Kaki Lima di	Meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang	Penelitian ini tidak memiliki variabel lokasi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal kerja dan jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan	Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam JIEBI Vol.2, No.1 Tahun (2020)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Kelurahan Kabonena				
3	Andri Waskita Aji, Sela Putri Listyaningrum, 2021, Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Teknologi Informasi terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul	Meneliti tentang faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang	Penelitian ini memiliki variabel lain teknologi dan informasi	Variabel modal usaha, lokasi usaha dan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul	Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia Vol.6, No.1 (2021)
4	Nanda Puji Lestari, Sugeng Widodo, 2021, Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Jam Kerja terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Manukan Kulon Surabaya	Meneliti tentang faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang	Penelitian ini memiliki variabel lain yaitu lama usaha	Variabel modal usaha berpengaruh signifikan sedangkan variabel lama usaha dan jam kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Vol. 03, No.1 (2021)
5	Andreas Syahputra Ervina, Melisa, 2022, Pengaruh Modal Usaha,	Meneliti tentang faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang	Penelitian ini memiliki variabel X lainnya yaitu lokasi pemasaran dan kualitas produk	Hasil dari penelitian ini menunjukkan lokasi usaha dan lokasi pemasaran berpengaruh terhadap	<i>Journal of Management and Business (JOMB)</i> Vol. 4, No.1 (2022)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM			pendapatan, modal usaha dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap pendapatan	
6	Jalaliah, Hilda Kumala Wulandari, Dumadi, 2022, Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja dan Bahan Baku terhadap Pendapatan UMKM Pabrik Tahu (Studi Empiris UMKM Tahu Kecamatan	Meneliti tentang faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang	Penelitian ini memiliki variabel X lainnya yaitu tenaga kerja dan bahan baku	Hasil dari penelitian ini menunjukkan modal kerja berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan, tenaga kerja dan bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan	Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia Vol. 1 No. 1 (2022)
7	Nurlisa, Suryani, Ismaulina, 2021, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Toko Kelontong di Kabupaten Aceh Utara	Meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan toko kelontong	Penelitian ini lebih berfokus pada persepsi harga, cita rasa dan kepuasan konsumen	Hasil dari penelitian ini menunjukkan modal dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan	Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol.4 No. 1 (2021)
8	Liswatin, 2022, Pengaruh	Meneliti tentang faktor-faktor yang	Penelitian ini memiliki variabel X	Hasil dari penelitian ini menunjukkan	Sibatik Journal Universitas

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Modal Awal, Lama Usaha, Jam Kerja dan Jumlah Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Pedagang Toko Pakaian di Kecamatan Unaaha	mempengaruhi pendapatan pedagang	lainnya yaitu modal awal, lama usaha dan jumlah tenaga kerja	modal awal berpengaruh positif dan signifikan, lama usaha berpengaruh negatif dan signifikan, jam kerja dan jumlah tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan	Lakidende Vol.1 No.11 (2022)
9	Pande Nyoman Handy Wiramartha, Ni Luh Karmini, 2019, Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minimarket terhadap Pendapatan Warung Tradisional di Kecamatan Petang	Meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan	Penelitian ini memiliki variabel X lainnya yaitu tenaga kerja, omset penjualan dan jumlah pembeli	Hasil dari penelitian ini menunjukkan tenaga kerja, omset tidak berpengaruh signifikan sedangkan variabel modal dan jumlah pembeli berpengaruh positif dan signifikan	Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol. 8 No. 2 (2019)
10	Falentino Junior Timbuleng, Een Novritha Walewangko, Krest D. Tolosang, 2023, Analisis Dampak	Meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan toko	Penelitian ini memiliki variabel X lainnya yaitu jumlah pembeli	Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat pendapatan dan jumlah pembeli mengalami perubahan	Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol.23 No.5 (2023)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Minimarket (Indomart) terhadap Warung Tradisional di Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat			yang signifikan	
11	Ali Murdhani Ngandoh, Muhammad Yunus, 2022, Analisis Dampak Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional di Kecamatan Manggala Kota Makassar	Meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan	Penelitian ini lebih berfokus pada perbedaan pendapatan, jumlah pelanggan dan jumlah tenaga kerja setelah adanya pasar modern	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan, jumlah pelanggan dan jumlah tenaga kerja mengalami penurunan setelah adanya pasar modern	Journal of Applied Management and Business Research Vol. 2 No. 1 (2022)
12	Ida ayu Sintha Agustina, I Nyoman Widhya Astawa, Ni Nyoman Kasih, 2023, Pengaruh Modal, Tenaga Kerja dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Warung	Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti yaitu: Modal	Penelitian ini memiliki variabel X lainnya yaitu Tenaga kerja dan lama usaha	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal, tenaga kerja dan lama usaha berpengaruh positif dan nyata terhadap pendapatan	Jurnal Satyagraha Vol. 06 No.01 (2023)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
13	Sembako di Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan	Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti yaitu: Jam kerja dan Jarak Usaha	Penelitian ini memiliki variabel X lainnya yaitu Lama usaha, budaya humanisme	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lama usaha dan budaya humanisme berpengaruh positif dan signifikan, jam kerja dan jarak usaha berpengaruh negatif dan signifikan	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Vol 12 No.04 (2023)
14	Muhammad Rizky Novriady, Nasrudin, 2021, Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomart dan Alfamart) terhadap Pendapatan Pedagang Kecil atau	Meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan toko kelontong	Penelitian ini lebih berfokus pada perbedaan pendapatan, jumlah pelanggan setelah adanya minimarket	Hasil penelitian ini menunjukkan keberadaan mini market berdampak pada pendapatan toko kelontong	Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan Vol. 4 No. 2 (2021)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Toko Kelontong di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin				
15	Veby Shafira, Nersiwad, Rini Armin, 2023, <i>The Effect of Working Capital and Financial Management on Sanrico Store MSME Income in Mojokerto Regency</i>	Meneliti faktor modal kerja yang mempengaruhi pendapatan	Penelitian ini mempunyai variabel x nya yaitu pengelolaan keuangan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, dan pengelolaan keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan	International Journal of Management and Business Economics (IJMEBE) Vol. 1, No.3 (2023)

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yaitu model konseptual mengenai teori yang berkaitan dengan berbagai faktor-faktor masalah penting. Pada penelitian ini, penulis mengambil tiga variabel independen (X) yaitu modal kerja, jam kerja, dan jarak dengan satu variabel dependen (Y) yaitu pendapatan.

2.2.1 Hubungan Modal Kerja dengan Pendapatan

Modal kerja sangat dibutuhkan untuk menjalankan suatu usaha tanpa adanya modal kerja kebutuhan operasional usaha tidak akan terpenuhi. Oleh sebab itu modal kerja digunakan untuk membiayai operasional. Modal dapat didefinisikan sebagai bentuk kekayaan yang dimiliki oleh seseorang atau

sebuah perusahaan yang dapat digunakan secara langsung maupun tidak langsung dalam suatu kegiatan produksi guna memperoleh output yaitu pendapatan. Besar kecilnya modal yang dimiliki oleh suatu pelaku usaha dapat mempengaruhi pendapatan yang diterima.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustina I, et al., (2023) yang berjudul “Pengaruh Modal, Tenaga Kerja dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Warung Sembako di Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan” menunjukkan bahwa modal secara parsial berpengaruh positif dan nyata terhadap pendapatan Usaha Warung Sembako di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan Tahun 2022. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Liswatin (2022) yang menunjukkan bahwa secara parsial modal awal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang.

2.2.2 Hubungan Jam Kerja dengan Pendapatan

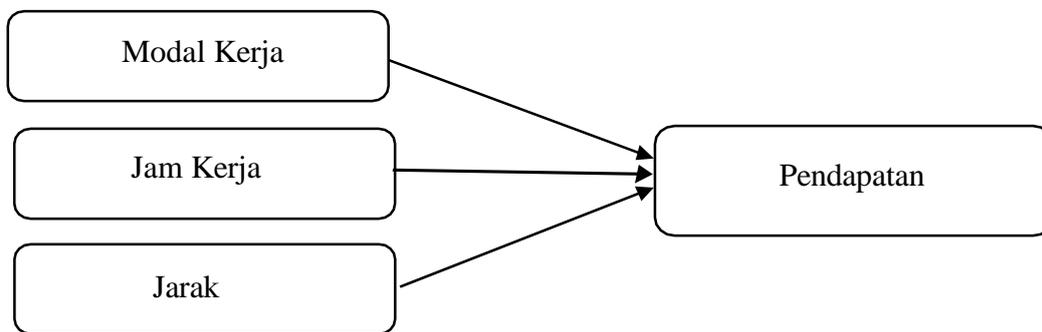
Dapat diasumsikan bahwa jam kerja merupakan hal yang penting bagi pelaku usaha, karena melalui peningkatan maupun pengurangan jam kerja akan berpengaruh terhadap banyaknya pelanggan yang akan berkunjung. Setiap ada penambahan waktu operasi akan semakin membuka peluang bagi bertambahnya pendapatan yang diterima, semakin besar jam kerja yang akan digunakan oleh para pelaku usaha memungkinkan akan lebih banyak pelanggan untuk datang yang nantinya akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh. Maka dari itu variabel jam kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel pendapatan para pedagang toko kelontong.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nursyamsu Irfan et al., (2020) yang berjudul “Pengaruh Modal Kerja dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Kaki Lima di Kelurahan Kabonena”, dimana pada hasil penelitiannya dapat diketahui bahwa variabel jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Kelurahan Kabonena.

2.2.3 Hubungan Jarak dengan Pendapatan

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2017) menyatakan bahwa variabel jarak usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kelontong di Kota Denpasar setelah munculnya minimarket. Jarak kedekatan berdirinya minimarket dengan toko kelontong berpengaruh positif terhadap keuntungan yang diperoleh pemilik toko kelontong, sehingga pendapatan yang didapat mengalami perubahan. Karena semakin dekat jarak berdirinya minimarket dengan toko kelontong, pendapatan yang diperoleh akan semakin berkurang karena adanya persaingan antara keduanya. Hal tersebut memicu beberapa pemilik warung memiliki usaha lain selain toko kelontong. Hasil penelitian tersebut juga sesuai dengan penelitian (Utami, 2018) yang menyatakan bahwa jarak usaha akan berpengaruh terhadap pendapatan dan efisiensi dari pedagang.

Berdasarkan uraian di atas maka diperoleh kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis yang dimaksud yaitu suatu pernyataan yang bersifat sementara tentang adanya suatu hubungan tertentu antara variabel-variabel yang digunakan. Berdasarkan permasalahan serta kerangka pemikiran yang ada, maka dibentuk suatu hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis Regresi Linear Berganda
 - a. Diduga secara parsial variabel modal kerja, jam kerja dan jarak berpengaruh positif terhadap variabel pendapatan pedagang toko kelontong.
 - b. Diduga secara bersama-sama variabel modal kerja, jam kerja dan jarak berpengaruh terhadap variabel pendapatan pedagang toko kelontong.

2. Hipotesis Uji Beda

Diduga setelah adanya minimarket terdapat penurunan pendapatan toko kelontong.