PENGARUH RAGAM PRODUK DAN LAMA WAKTU OPERASIONAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR KULINER (STUDI KASUS KULINER STASIUN LAMBUANG DI KOTA BUKITTINGGI)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Sarjana Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

DISUSUN OLEH:

SANTI RAHMADANI

NIM. 3220132

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2025 M/1446 H

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Pengaruh Ragam Produk dan Lama Waktu Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner (Studi Kasus Kuliner Stasiun Lambuang di Kota Bukittinggi"** yang disusun oleh **Santi Rahmadani, NIM 3220132** Mahasiswa Jurusan S1 Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Ekonomi Islam (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

Latar belakang masalah penelitian ini yaitu persaingan antar pedagang kuliner yang semakin ketat dipicu oleh banyaknya pelaku usaha yang menawarkan produk serupa. Para pedagang bersaing dalam harga, kualitas produk dan pelayanan untuk menarik pelanggan untuk menarik pelanggan. Masing-masing pedagang memiliki strategi yang unik meskipun menjual produk yang sama sehingga menciptakan persaingan harga yang intens. Dengan usaha yang sejenis, pedagang kuliner harus bersaing dengan banyak pesaing lainnya yangdapat menyebabkan penurunan penjualan dan pendapatan individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ragam produk dan lama waktu operasional terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner pada kuliner stasiun lambuang di Kota Bukittinggi.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Kuliner Stasiun Lambuang yang beralamat di Jl. Sudirman, Tarok Dipo, Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Waktu penelitian dari bulan September 2024 sampai selesai. Sampel dalam penelitian ini adalah semua populasi dijadikan sampel yaitu berjumlah 79 usaha. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, kuisioner, observasi dan dokumentasi. Uji instrumen penelitian yang digunakan yaitu uji validitas. Teknik analisis data yaitu melalui uji normalitas, uji linearitas, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ragam produk memiliki nilai signifikansi 0,002 yang artinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ragam produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner dengan arah hubungan yang positif. Lama waktu operasional memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa lama waktu operasional berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner dengan arah hubungan yang positif. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansinya dibawah 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ragam produk dan lama waktu operasional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner. Hal ini juga didukung oleh hasil uji koefisien determinasi dimana nilai *Adjusted R Square* ialah sebesar 0,722 atau 72,2%. Hal ini menunjukkan bahwa 72,2% variasi besarnya pendapatan pedagang pasar kuliner dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel ragam produk dan lama waktu operasional.

Kata Kunci : Ragam Produk; Lama Waktu Operasional; Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

DAFTAR ISI

A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 8
C. Batasan Masalah 8
D. Rumusan Masalah 9
E. Tujuan Penelitian 9
F. Manfaat Penelitian 9
G. Penjelasan Judul 10
H. Kerangka Fikiran 12
I. Hipotesis 13
J. Landasan Teori 15
1. Pendapatan 15
2. UMKM 21
3. Pedagang Makan dan Minum 25
4. Ragam Produk 27
5. Lama Waktu Operasional 28
K. Kajian Terdahulu 29
L. Metode Penelitian 31
1. Jenis Penelitian 31
2. Lokasi dan Waktu Penelitian 32
3. Jenis dan Sumber Data 32
4. Populasi dan Sampel 33
5. Defenisi Operasional Variabel 33
6. Teknik Pengumpulan Data 34
7. Teknik Analisis Data 36
M. Hasil dan Pembahasan Penelitian .....
N. Kesimpulan Dan Saran .....
Daftar Pustaka .....
Lampiran .....

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia pada era globalisasi. UMKM ialah bagian yang cukup besar dalam perekonomian negara karena sangat berperan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi negara serta dapat bermanfaat dan mendistribusikan pendapatan masyarakat.[1]

Menurut Rudjito, UMKM merupakan usaha kecil yang menciptakan lapangan kerja baru sehingga membantu perekonomian Indonesia dan pendapatan devisa negara akan meningkat melalui pajak badan usaha.[2] Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan kegiatan ekonomi kecil yang memiliki dampak besar pada ekonomi suatu daerah dan potensinya menyerap tenaga kerja. Dengan ini akan menjadi basis bagi UMKM meningkatkan perekonomian suatu daerah.[3]

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diartikan UMKM sebagai suatu bentuk usaha masyarakat yang didirikan oleh seseorang memberikan

---

[1] Satriaji Vinatra, 'Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat', *Jurnal Akuntan Publik*, vol.1 no.3, (2023) hlm 2

[2] Dindin Abdurrahim*, Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*, (Yogyakara: Bintang Pustaka Madani, 2020), hlm 16

[3] Yuli Rawon dan Oswad Tumilaar, 'Penerapan Standar Akuntansi Keuangan UMKM Dalam Penyusunan Laporan Keuangan UMKM (Studi Kasus UMKM Pesisir Di Kecamatan Malalayang Manado) ', *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis,* no.1, 2019, hlm 57, https://doi.org/10.35143/jakb.v12i1.2472

lapangan pekerjaan baru sehingga dapat menurunkan tingkat pengangguran dan meningkatkan perekonomian di Indonesia. Sektor kuliner menjadi bisnis yang banyak digeluti para pelaku bisnis UMKM karena usaha kuliner dianggap sebagai industri yang tidak pernah mati tetapi akan berkembang menjadi lebih kreatif. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun.

UMKM memiliki peran strategis dalam meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan, dan memperluas lapangan kerja di Indonesia. Mereka berperan penting dalam membantu meningkatkan perekonomian masyarakat di tingkat kota dan kabupaten untuk pengembangan ekonomi lokal. Kota Bukittinggi yang terkenal dengan beragam jenis kuliner yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. UMKM berperan penting dalam mengembangkan industri kuliner ini, sehingga meningkatkan pendapatan daerah dan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat setempat.[4]

Menurut Badan Pusat Statistik, usaha menengah dibagi dalam beberapa usaha yaitu: a). Rumah Tangga yang memiliki tenaga kerja sekitar 1-5 orang, b). Kecil menengah memiliki tenaga kerja sekitar 6-10 orang, c).

[4] Vewi Julita, Hesi Eka Puteri,dkk, 'Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Sektor Mikro di Kota Bukittinggi dengan Peran Pemerintah Sebagai Variabel Moderasi Perspektif Ekonomi Syariah', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol.9, no.1, (2023) , hlm 1345-1354, http://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8011

Menengah memiliki tenaga kerja sekitar 20-29 orang, d). Besar memiliki tenaga kerja lebih dari 100 orang tenaga kerja.[5]

Akan tetapi, di era modern UMKM menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat pertumbuhan dan kelangsungan mereka. Tantangan tersebut berupa keterbatasan literasi digital dimana UMKM kesulitan memanfaatkan teknologi digital secara optimal karena kurangnya literasi digital. Hal ini dapat membuat UMKM kesulitan memasarkan produk secara online, mengelola keuangan dan terhubung dengan pelanggan. Selain itu juga keterbatsan sumber daya manusia, UMKM menghadapi tantangan terbatasnya sumber daya manusia secara kuantitas dan kualitas. UMKM belum memiliki sumber daya manusia professional seperti manager, akuntan, pemasar dan peneliti.

Era modern menghadirkan sejumlah tantangan bagi UMKM di Indonesia, khususnya bagi Pedagang makan dan minum dalam diversifikasi produk, baik untuk bisnis mereka sendiri maupun untuk industri kuliner secara keseluruhan. Diversifikasi produk berarti menawarkan berbagai pilihan produk untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen yang beragam.

Tantangan utama dalam usaha bagi pedagang adalah pesaing. Adapun strategi yang dilakukan untuk menghadapi persaingan adalah dalam hal produk, para pelaku usaha atau pedagang selalu berupaya ntuk mempertahankan kualitas produk seperti memilih bahan baku yang bermutu. Dengan begitu diharapkan konsumen akan merasa puas dan loyal terhadap

[5] Andi Prasetyo Wati, dkk, *Digital Marketing*,(Malang: PT Literindo Berkah Karya, 2020), hlm 6

produk yang dibuat. Menurut penelitian Astiwara, dalam menentukan strategi, pelaku usaha atau pedagang harus melakukan inovasi pada produk, menetapkan harga yang sesuai dengan segmentasi, memilih media promosi yang tepat.

Pedagang makan dan minum dalam mengembangkan usahanya perlu sumber daya manusia yang terampil dan medi pemasaran yang tepat, meningkatkan skill dan pengatahuan agar mampu menciptakan produk-produk yang bervasiasi dan inovatif, mengikuti tren perkembangan pasar dan memanfaatkan media online untuk penjualan dan promosi produk. Promosi juga dapat dilakukan dengan menggunakan layanan *delivery order* seperti layanan *Grab-Food, Go-Food,* atau *Shopee-Food* dan layanan lainnya sehingga dapat mempermudah konsumen tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan. Promosi produk juga dapat dilakukan di sosial media sehingga akan lebih banyak lagi menarik minat konsumen.[6]

Diversifikasi produk sangat penting bagi pedagang makan dan minum unuk meningkatkan pendapatan, menyesuaikan dengan tren pasar, meningkatkan ketahanan bisnis dan mendukung perekonomian lokal. Dengan melakukan diversifikasi produk dengan strategi yang tepat, cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibanding hanya menjual satu jenis produk. Dengan demikian, strategi divverifikasi produk menjadi kunci penting untuk menngkatkan pendapatan dalam bisnis kuliner.

---

[6] Lola Malihah, Aji Nur Sari dan Zaitun, 'Peluang dan Tantangan Pada Industri Rumah Tangga Kuliner: Tinjauan Litertur', *Jurnal Bisnis Ekonomi Islam,* vol.9, no.1, (2024), hlm 30-40, https://doi.org/10.33752/bisei.v9i1.5845

Pedagang makaman dan minuman atau usaha kuliner dalah usaha yang menyediakan makanan dan minuman serta perlengapan utnuk membuatnya, menyimpannya dan menyajikannya. Bisnis kuliner juga disebut dengan istilah bisnis F&B (Food and Baverages). Pedagang makanan dan minuman mencakup semua usaha yang terlibat dalam produksi, pengolahan, distribusi dan penjualan makanan serta minuman kepada konsumen.

Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Erick Thohir meresmikan Stasiun Lambuang Bukitiinggi pada tanggal 6 Maret 2024. Stasiun ini di bangun di bekas Stasiun Kereta Api Bukittinggi. Tempat ini kini menjadi pusat kuliner modern dengn 116 gerai pelaku umkm yang menawarkan beragam. Pembangunan ini merupakan bentuk kolaborasi dari Pemko Bukitttinggi dengan BUMN seperti PT KAI, BNI dan PT PLN.

Stasiun Lambuang Bukitinggi tidak hanya menjadi destinasi wisata kuliner, tetapi juga berfungsi untuk menata pedagang yang sebelumnya berjualan di tepi jalan. Dengan luas 20.000 meter persegi, diharapkan Stasiun Lambuang Bukitiinggi dapat meningkatkan perekonomian lokal dan memberikan pengalaman kuliner yang menarik bagi pengunjung, terutama malam hari dengan suasana yang romantis. Tempat ini dikenal sebagai food court terbesar di Sumatera Barat. Berikut merupakan jumlah pedagang makanan dan minuman di Stasiun Lambuang Kota Bukittinggi:

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Makanan dan Minuman

No	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1	Pedagang Makanan	33 Orang
2	Pedagang Minuman	23 Orang

3	Pedagang Makanan dan Minuman	23 Orang
Jumlah		79 Orang

Sumber: Data Olahan

Seiring berjalannya waktu, semakin disadari sistem pembayaran mempunyai peran instrumental sebagai infrastruktur pendukung pendapatan usaha. Stasiun Lambuang menyediakan sistem pembayaran yang akan dilakukan dalam pendapatan usaha menggunakan produk atau jasa. Berikut jenis usaha yang menggunakan pembayaran non tunai (QRIS):

Tabel 1.2 Jenis Usaha Berdasarkan Penggunaan Pembayaran QRIS

Jenis usaha	Jumlah Pakai QRIS	Jumlah Tidak Pakai QRIS
Jual Makanan	9	24
Jual Minuman	7	16
Jual Makanan Dan Minuman	4	19
Total	20	59

Sumber: Data Olahan

Banyaknya pesaing dalam suatu industri termasuk industri kuliner adalah fenomena yang umum terjadi. Persaingan antar pedagang kuliner semakin ketat dipicu oleh banyaknya pelaku usaha yang menawarkan produk serupa. Para pedagang bersaing dalam harga, kualitas produk dan pelayanan untuk menarik pelanggan untuk menarik pelanggan. Masing-masing pedagang memiliki strategi yang unik meskipun menjual produk yang sama sehingga menciptakan persaingan harga yang intens. Dengan usaha yang sejenis, pedagang kuliner harus bersaing dengan banyak pesaing lainnya yang

dapat menyebabkan penurunan penjualan dan pendapatan individu. Selain itu, untuk menarik pelanggan, pedagang menurunkan harga yang dapat mengurangi margin dan berpotensi merugikan bisnis.

Namun permasalahan sama yang dihadapi oleh pelaku pedagang yaitu kurangnya ilmu pengetahuan teknologi dan kemampuan dalam menguasai media sosial saat ini sangat disayangkan sehingga usaha mikro kecil dan menengah. Oleh karena itu harus memahami betul kebutuhan konsumen sekarang, Persaingan yang datang bukan hanya dari usaha mikro kecil dan menengah namun dari pelaku usaha besar. Perkembangan teknologi informasi pada dasarnya memudahkan usaha mikro kecil menengah untuk mempromosikan usaha dengan biaya yang lebih sedikit dan peluang usahanya jauh lebih besar maka dalam hal ini starategi pemasaran online merupakan keputusan yang tepat dalam persaingan digital.

Dengan perkembangan teknologi informasi harus diiringi dengan perubahan strategi dalam melakukan pemasaran produk dan atau jasa yaitu dengan pemasaran online. Dalam pemasaran digital, untuk berpromosi di media sosial meskipun dapat meningkatkan visibilitas. Selain itu, biaya promosi yang tinggi menyebabkan pedagang perlu mengeluarkan biaya lebih dalam promosi atau memasarkannya.

Ragam produk memegang peranan penting dalam meningkatkan pendapatan pedagang kuliner. Dengan menyediakan berbagai pilihan menu yang bervariasi dapat menarik minat pelanggan yang lebih luas. Variasi produk atau ragam produk merupakan hal yang harus diperhatikan oleh

pedagang untuk meningkatkan kinerja produk, jika produk tersebut tidak beragam maka produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk yang lain. Semakin bervariasi produk yang ditawarkan ke konsumen maka akan semakin tinggi pendapatan pedagang.[7]

Lama waktu operasional merupakan waktu yang sudah dijadwalkan untuk dioperasikan bagi pedagang. Lama waktu operasional meliputi lamanya seseorang mampu bekerja dengan baik dan jam kerja sehari dalam berdagang. Semakin lama menekuni bidang usaha maka semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera maupun perilaku konsumen dan semakin banyak relasi dengan pelanggan yang dijaring maka akan semakin menambah pendapatan dan akhirnya laba yang didapatkan meningkatkan pendapatan.[8]

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Ragam Produk Dan Lama Waktu Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Kuliner (Studi Kasus Kuliner Stasiun Lambuang Di Kota Bukittinggi).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya pesaingan yang ketat

---

[7] Mulyadi, 'Pengaruh Variasi produk Dan Sistem Pembayaran Terhadap Pendapatan Usaha Panglong Kayu Di Kecamatan Muaradua'*, Jurnal Universitas Baturaja*, vol 3 no 2, (2022), hlm 203-204, http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v9i1.13701

[8] Erni Erdita, dkk. 'Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Operasional dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Yamuri Kecamatan Mulyorejo', *Jurnal Suistainable,* vol.1, no.1, (2021), hlm 140, https://doi.org/10.54895/jmbu.v3i2.1926

2. Banyaknya pedagang yang sejenis
3. Belum semua pedagang memiliki QRIS untuk transaksi pembayaran

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada bagaimana pengaruh ragam produk dan lama waktu operasional terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner di Stasiun Lambuang di Kota Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ragam produk terhadap pendapatan pedagang kuliner Stasiun Lambuang Bukittinggi?
2. Bagaimana pengaruh lama waktu operasional terhadap pendapatan pedagang kuliner di Stasiun Lambuang Bukittinggi?
3. Bagaimana pengaruh ragam produk dan lama waktu operasional terhadap pendapatan pedagang kuliner di Stasiun Lambuang Bukittinggi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh ragam produk terhadap pendapatan pedagang kuliner di Stasiun Lambung Bukittinggi
2. Untuk mengetahui pengaruh lama waktu operasional terhadap pendapatan pedagang kuliner di Stasiun Lambung Bukittinggi

3. Untuk mengetahui pengaruh ragam produk dan lama waktu operasional terhadap pendapatan pedagang kuliner di Stasiun Lambuang Bukittinggi

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

a) Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan, pengalaman dan implementasi bagi akademis dengan mengacu pada sumber teori-teori yang ada terutama pada ilmu ekonomi Islam pada umumnya dan khususnya dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian pada masa yang akan datang.

b) Secara praktis

Bagi penulis, merupakan sarana untuk mempraktikkan teori-teori yang didapatkan juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittiggi.

G. Penjelasan Judul

Adapun judul dari penelitian ini yaitu Pengaruh Ragam Produk dan Lama Waktu Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner (Studi Kasus Kuliner Stasiun Lambuang Di Kota Bukittinggi). Berikut akan dijelaskan beberapa istilah yang berhubungan dengan judul penelitian:

1. Pengaruh :Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik

itu orang atau benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya.[9]

2. Ragam Produk :Ragam produk atau variasi produk merupakan strategi perusahaan dengan menganekaragamkan produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan.[10]

3. Lama Waktu Operasional :Durasi yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu proses atau aktivitas dalam konteks produksi atau pelayanan yang mencakup waktu yang digunakan untuk setiap langkah dalam proses kerja, dari awal hingga selesai dan penting untuk efisiensi dan produktivitas.[11]

---

[9] Yusnita Ulfah Munthe, 'Pengaruh dan Evektifitas Media Sosial Pada Pengumpulan Zakat,Infak dan Sedekah', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, vol 2, no 2, (2022), hlm 2.540, https://doi.org/10.30651/stb.v1i1.9760

[10] Lola Vitaloka, dkk, 'Pengaruh Digital Marketing Dan Ragam Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Juragan Mode Kota Bengkulu'*, Journal of Businnes and Innovation Management,* vol.2, no.1, (2021),hlm 52-67

[11] Sigma Asarela dan Rianita Puspa Sari, 'Analisis Pengukuran Kerja Menentukan Waktu Baku Menggunakan Metode Jam Henti Terhadap Operator Persiapan Komponen (Studi Kasus: PT. XYZ)', *Jurnal Serambi Engineering,* vol.8, no.3, (2023)

4. Pendapatan : Hasil yang didapatkan melalui kegiatan suatu usaha yaitu kegiatan jual beli dengan melakukan transaksi antara penjual dan pembeli dengan adanya kesepakatan bersama.[12]

5. Pedagang :ialah orang yang memperjual belikan barang dagangannyakepada konsumen sehingga konsumen bisa memperoleh barang yang dibutuhkan. Begitu juga bagi pedagang, bisa memperoleh laba atau keuntungan.[13]

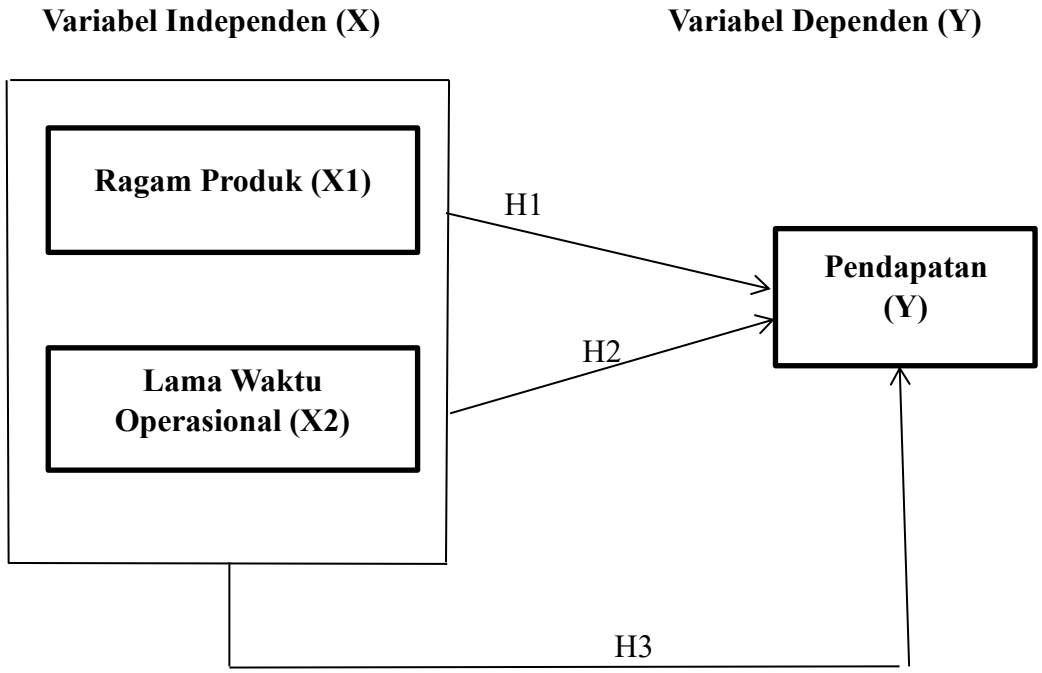
H. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan modal konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang teridentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir juga merupakan penalaran yang bersifat edukatif dari konsep setiap variabel, yang mengarah ke hubungan sebab akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kerangka ini dijadikan sebagai dasar dalam mengarahkan penyusunan hipotesis penelitian, ragam produk, lama waktu operasional, promosi online yang dapat

[12] Khasan Satiaji dan Ana Listia Fatuniah, 'Pengaruh Modal Lama Usaha dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Beras Pasca Relokasi', *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB),* no.1, (2018), https://doi.org/10.21009/JPEB.006.1.1

[13] Rein Glen Singgano, dkk. 'Usaha pedagang Pasar Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Di Kelurahan Bulagi I Kecamatan Bulagi Kabupaten Banggai Kepulauan', *Jurnal Ilmiah Society*, vol.1, no.1, (2021), hlm 3

mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

I. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.[14]

[14] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2014), hlm 96

J. Pengaruh Ragam Produk Terhadap Pendapatan

Ragam Produk merujuk pada keragaman dan kelengkapan produk yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen. Menurut Astini dan Amrita, keragaman produk adalah jmlah total dari semua barang yang tersedia, mencakp berbagai merek, jenis, warna, ukuran yang membantu konsumen dalam memilih produk sesuai kebutuhan mereka. Imawan ,menambahkan bahwa keragaman produk mencakup banyaknya item pilihan dalam kategori tertentu. Selain itu, Fitrianingsih dkk, menyatakan bahwa keragaman produk meliputi kualita, kedalaman, luas dan ketersediaan produk di pasar.

H1: Diduga Ragam Produk berpengaruh signifikan terhadap pendapatan

K. Pengaruh Lama Waktu Operasional Terhadap pendapatan

Lama waktu operasional mengacu pada durasi waktu yang digunakan dalam menjalankan usaha yang dapat mempengaruhi pendapatan. Menurut Adhi Rohman Prasetyo, jam operasional adalah waktu yang digunakan prdagang dengan rata-rata berkisar antara 6-12 jam. Menurut Wike Angraini Lama Waktu Operasional Berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

H2: Diduga Lama Waktu Operasional berpengaruh signifikan terhadap pendapatan

L. Pengaruh Ragam Produk Dan Lama Waktu Operasional Terhadap Pendapatan

H3: Diduga terdapat pengaruh simultan dari ragam produk dan lama waktu operasional terhadap pendapatan pedagang kuliner stasiun Lambuang Bukittinggi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pendapatan

1. Pengertian pendapatan

Secara umum pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang dilakukannya, dan kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk atau penjualan jasa kepada konsumen. Kata pendapatan dalam dunia bisnis atau dalam perhitungan akuntansi tidaklah asing, dalam perhitungan akuntansi pendapatan yang sudah dikurangi hutang, pengeluaran biaya-biaya lain dan pajak adalah suatu keuntungan atau laba bersih yang diterima.

Berikut adalah rumus pendapatan:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR : *Total Revenue* (total penerimaan)

P : *Price* (harga barang)

Q : *Quantity* (jumlah barang)

Swasta dan Irawan mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan antara lain:

a. Kondisi dan kemampuan pedagang.
b. Kondisi pasar.[15]
c. Modal.
d. Kondisi organisasi penjualan.
e. Transaksi jual beli yaitu mampu meyakinkan para pembeli untuk membeli dagangannya dan sekalipun memperoleh pendapatan yang diinginkan.
f. Faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan.

Pendapatan bagi sejumlah pelaku ekonomi merupakan uang yang telah diterima oleh pelanggan dari perusahaan sebagai hasil penjualan barang dan jasa. Menurut Tohar, pendapatan juga di artikan sebagai jumlah penghasilan, baik dari perorangan maupun keluarga dalam bentuk uang yang diperolehnya dari jasa setiap bulan, atau dapat juga diartikan sebagai suatu keberhasilan usaha.[16]

2. Sumber dan jenis pendapatan

Pendapatan dapat timbul dari penjualan, proses produksi, pemberian jasa termasuk pengangkutan dan proses penyimpanan (earning proces). Dalam perusahaan dagang, pendapatan timbul dari penjualan barang dagang. Pada perusahaan manufaktur, pendapatan diperoleh dari

[15] Khasan Setiaji dan Fatuniah, 'Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pasar Pasca Relokasi', *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis,* vol6, no 1, (2018), hlm 4, https://doi.org/10.21009/JPEB.006.1.1

[16] Arifini dan Mustika, 'Analisis Pendapatan Pengrajin Perak Di Desa Kamasan Kabupaten Klungkung' *,Jurnal Ekonomi Pembangunan,* vol 2 no 6, (2013), hlm 297

penjualan poduk selesai. Sedangkan untuk perusahaan jasa, pendapatan diperoleh dari penyerahan jasa kepada pihak lain.

Adapun jenis-jenis pendapatan dari satu kegiatan perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan operasional menurut Dyckman, Dukes dan Davis pada dasarnya pendapatan operasional timbul dari berbagai cara yaitu:
2. Pendapatan non operasional (pendapatan lain-lain), Pendapatan yang diperoleh dari sumber lain diluar kegiatan utama perusahaan digolongkan sebagai pendapatan non operasional yang sering juga disebut sebagai pendapatan lain-lain. Pendapatan ini diterima perusahaan tidak kontinu namun menunjang pendapatan operasional perusahaan. Dari timbulnya pendapatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sumber pendapatan meliputi semua hasil yang diperoleh dari bisnis dan investasi.[17]

3. Faktor yang mempengaruhi pendapatan

a. Modal

Modal Menurut Tambunan, modal adalah salah satu faktor paling penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah, maupun besar. Maka dari itu modal merupakan salah satu elemen penting yang harus mendapat perhatian oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya karena perannya dalam menunjang kegiatan usaha. Menurut Sukirno, modal dibedakan menjadi 2 macam, yaitu :

[17] Valen A. Lumingkewas, 'Pengakuan Pendapatan Dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada PT. Bank Sulut', *Journal of Chemical Information and Modelling ,* no.3, (2013), hlm 199-206, https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.1647

a) Modal tetap, merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis dalam satu proses produksi tersebut.
b) Modal tidak tetap, merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali proses produksi tersebut.[18]

b. Pengalaman

Ada beberapa hal juga untuk menentukan berpengalaman tidaknya seorang karyawan yang sekaligus sebagai indikator pengalaman kerja yaitu:

a) Lama waktu atau masa kerja ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas– tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakan dengan baik.
b) Tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Pengetahuan merujuk pada konsep, prinsip, prosedur, kebijakan atau informasi lain yang dibutuhkan oleh karyawan. Pengetahuan juga mencakup kemampuan untuk memahami dan menerapkan informasi pada tanggung jawab pekerjaan. Sedangkan keterampilan merujuk pada kemampuan fisik yang dibutuhkan untuk mencapai atau menjalankan suatu tugas atau pekerjaan.

[18] Yuniarum Fatin Laili dan Achma Hendra Setiawan, 'Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sentra Batik Di Kota Pekalongan', *Journal Of Economics,* no.4, (2020), hlm 1-10, https://doi.org/10.14710/djoe.29052

c) Penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan tingkat penguasaan seseorang dalam pelaksanaan aspek–aspek teknik peralatan dan teknik pekerjaan.

c. Pendidikan

Pendidikan berkenaan dengan pengembangan pengetahuan serta keahlian dan ketrampilan dari manusia maupun tenaga kerja dalam proses pembangunan. Berhubung dengan kontribusinya yang sangat besar dalam pembangunan ekonomi, maka pendidikan dikatakan sebagai modal manusia (human capital), dan pengeluaran terhadap pendidikan penduduk disebut sebagai investasi dalam modal manusia (investment on human capital).

d. Keberlanjutan Usaha

Pertumbuhan bisnis dan cara mengukurnya biasanya didefinisikan dan diukur dengan menggunakan absolut atau relatif perubahan dalam penjualan aset, kerja, produktivitas, keuntungan. Tahap ini sangat penting untuk kelangsungan pertumbuhan perusahaan dan kesuksesan umk. Perubahan tingkat bisnis dapat diukur dari tiga hal yakni segi keuangan, pertumbuhan strategis, dan struktural. Pemilik harus mempertimbangkan semua dari ketiga strategi tersebut ketika akan merencanakan pertumbuhan dari bisnisnya.

e. Lokasi Usaha

Pemilihan letak lokasi perdagangan harus strategis agar mudah dijangkau dan dikenali oleh konsumen. Jika lokasi bisnis berdekatan dengan para pesaing yang menjual produk sejenis, maka pengusaha harus mempunyai strategi memenangkan kompetisi yaitu memilih lokasi yang strategis sebab pedagang dengan lokasi strategis, pendapatan yang diperoleh cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan lokasi yang tidak strategis.

f. Tenaga kerja

Berdasarkan Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat. Pengertian lain dari tenaga kerja menurut Sumarsono mengungkapkan bahwa tenaga kerja adalah kelompok penduduk dalam usia kerja (15-64 tahun).

g. Teknologi

Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah e-commerce bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi. Hal ini memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas. Pemanfaatan internet memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar

global, sehingga peluang menembus ekspor terbuka luas. Di samping itu biaya transaksi juga bisa diturunkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan TIK bagi UMKM menjadi penting dalam rangka peningkatan daya saing di pasar global.[19]

B. UMKM

1. Pengertian Konsep UMKM

Menurut UU Nomor 99 Tahun 1998 Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) adalah Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan yang tidak sehat.[20]

2. Kriteria Konsep UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

a. Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini:
    1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

[19] Mizan Asnawi dan Anggraini, 'Faktor Pengaruh Usaha Bidang Kuliner Terhadap UMKM di Kota Pekanbaru', *Jurnal Al-Amwal,* no.2, (2019), hlm 111-25

[20] Rawis, Panelewen, dan Mirah, 'Analisis Keuntungan Usaha Kecil Dalam Upaya Pengembangan UMKM di Kota Manado (Studi Kasus Usaha Katering Miracle Ranotana Weru', *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, vol.4, no 2, (2016), hlm 001-120, https://doi.org/10.35794/emba.4.2.2016.12527

2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Kriteria Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini:

1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).[21]

c. Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha

[21] Helmalia dan Afrinawati, 'Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam,* vol 3 no 2, (2018), hlm 242, https://doi.org/10.15548/jebi.v33i2.182

besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini:

1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), atau
2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

3. Peranan Konsep UMKM

Peran UMKM dalam pembangunan dapat di lihat dari beberapa indikator sebagai berikut:

1. Keterlibatan UMKM terhadap pembentukan pendapatan per kapita
2. Keterlibatan UMKM dalam pembentukan PDRB
3. Keterlibatan UMKM dalam pembentukan pertumbuhan ekonomi daerah (growth). Dalam kaitan ini dari sisi permintaan (demandside effect) peningkatan pendapatan per kapita, PDRB, dan pertumbuhan ekonomi dapat memunculkan dampak positif dan negatif (positive-negative demand-side effect) terhadap perkembangan UMKM.

4. Kekuatan dan kelemahan konsep UMKM

a. Kekuatan UMKM

UMKM memiliki kekuatan diantaranya :

1. Mengembangkan kreativitas usaha baru dan sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat tumbuh kembangnya wirausaha baru.
2. Melakukan inovasi.
3. Ketergantungan usaha besar terhadap usaha kecil.
4. Daya tahan usaha

b. Kelemahan UMKM

Kelemahan UMKM sebagai berikut :

1. Bidang manajemen.
2. Organisasi.
3. Teknologi.
4. Permodalan.
5. Operasional dan teknis di lapangan.

5. Jenis-jenis UMKM

1. Usaha Kuliner

Salah satu bisnis UMKM yang paling banyak digandrungi bahkan hinga kalangan muda sekalipun, berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar, bisnis ini cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan.

2. Usaha Fashion

   Selain makanan, UMKM di bidang fashion ini juga sering diminati. Setiap tahun mode tren fashion baru selalu hadir yang tentunya meningkatkan pendapatan pelaku bisnis fashion.

3. Usaha Agribisnis

   Agrobisnis adalah usaha yang bergerak di bidang pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, baik di sektor hulu maupun hilir.

6. Ragam Produk

a. Pengertian Ragam Produk

Menurut Asep dan Anggreini, ragam produk adalah suatu keadaan ketersediaaan barang dalam jumlah dan jenis yang sanat berbeda sehingga menimbulkan banyak pilihan dalam proses pembelian konsumen.. Tersedianya keberagaman produk baik dari segi ukuran maupun kualitas. Pengembangan produk yang bervariasi dengan jaminan mutu kualitasnya., akan membuat harapan terhadap minat konsumen untuk mengkonsumsinya dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup dari para konsumen.

b. Tujuan Ragam Produk

Tujuan konsumen ketika mencari variasi produk dan keberagaman produk adalah untuk mencapai sikap merek yang nyaman. Tujuan lain ketika mencari produk yang berbeda adalah mereka hanya mencoba sesuatu yang baru atau mencari kebaruan

dalam produk. Terciptanya dari ragam produk yang dihasilkan oleh pedagang sebagai berikut:

1. Pelanggan mempunyai minat serta kemauan yang berbeda dengan yang lainnya jika pedagang mampu mampu menyediakan opsi atau tipe produk yang berbagai macam sehingga konsumen memiliki daya tarik tersendiri untuk melakukan pembelian

2. Penyediaan ragam produk dalam sebuah store yang dilakukan oleh pedagang dalam suatu produk akan mempermudah konsumen dalam memilih sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

3. Indikator Ragam produk

Menurut Kotler dan keller dalam Candra & Kristiani, Indikator ragam produk adalah sebagai berikut:

1. Ukuran

   Bentuk, pola dan struktur fisik suatu produk yang terlihat lebih jelas dan terukur.

2. Harga

   Sejumlah uang yang memiliki nilai tukar untuk kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa.

3. Desain produk yan beragam

   Desain produk merupakan desain atau model dari produk yang disediakan, aneka model yang beragam akan memberikan pilihan kepada konsumen.

4. Ketersediaan Produk

   Beragamnya barang atau produk yang tersedia dapat membuat konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian.

7. Lama Waktu Operasional

Lama waktu operasional merupakan lama waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha, yang dimulai sejak persiapan sampai usaha tutup. Alokasi waktu usaha dan jam kerja dalah total waktu usaha atau jam kerja usaha yang digunakan seorang pedagang dalam berdagang. Jam kerja bagi seseorang sangat menentukan efisiensi dan produktivitas kerja.[22]

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ike Wahyu Nurfiana terdapat 3 indikator, yaitu:

a. Waktu kerja

   Pengaturan waktu yang diperlukan untuk menjamin keselamatan dan kesehatan ketika melakukan pekerjaan, waktu istirahat yang cukup antara pergantian waktu kerja dan keseimbangan tanggung jawab pekerja untuk keluarga dan pekerjaan.

[22] Komang Gede Candra Adi Putra dan Made Henny Urmila Dewi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Di Pasar Bandung Kota Denpasar (Studi Kasus Sebelum Dan Sesudah Direlokasi)', *Jurnal Ekonomi Pembangunan,* vol.7, no.6 (2018), hlm 16

b. Lama kerja

Lama kerja merupakan waktu yang digunakan untuk menyelesaikan pekerjaannyadalam beberapa jam selama satu hari.

c. Hari kerja selama satu minggu

d. Hari kerja yang digunakan pedagang pasar kuliner yaitu setiap hari selama satu minggu, mereka akan tetap bekerja selama mereka tidak menginginkan untuk libur, dan mereka akan berlibur di hari tertentu dengan alasan tertentu.[23]

8. Pedagang Makan Dan Minum

Pedagang merupakan proses kegiatan yang dilakukan orang dalam perniagaan atau berjualan. Pedagang adalah siapa saja yang pekerjaannya berdagang dengan baik menjual kebutuhan pokok (utama) maupun kebutuhan lainnya guna mendapatkan keuntungan atau laba.[24]

Makan dan minum merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang berfugsi sebagai sumber energi untuk melakukan segala aktivitas. Sedangkan pedagang kuliner adalah orang yang menjalankan usahanya di bidang makanan dan minuman, mulai dari pembuatan, penyajian, hingga penjualan produk kepada pelanggan.

[23] Ike Wahyu Nurfiana, 'Analisis Pengaruh Modal, Jam Kerja, dan Lokasi Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Mraggen, Semarang', (2018)

[24] Nova Yanti Maleha, dkk, 'Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Desa Sugih Waras, Kec. Teluk Gelam', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,* vol.7, no.3, (2021), hlm 1442, http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3476

Bisnis kuliner pangsa pasarnya adalah semua kalangan, karena manusia membutuhkan makan untuk hidup. Dalam mengembangkan usaha yang sudah ada para pedagang kuliner harus dapat melakukan daya pembeda dari produk kuliner yang dipasarkan Suryana, menyatakan bahwa usaha harus mempunyai:

1. Keunikan usaha yang dimiliki
2. Bagaimana keunikan itu menciptakan nilai
3. Faktor factor utama yang mempengartuhi keberhasilan (seperti harga persaingan, kualitas, keandalan, ketahanan, sifat sifat teknik dan sebagainya) Dengan adanya salah satu pembeda yang dapat dijadikan ciri produk kita maka pelanggan akan lebih cepat mengenal produk kita.

C. Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini, maka terlebih dahulu mengamati dan mencermati penelitian terdahulu yang lebih relevan yaitu:

1. Nandita Friska Septiana (2023), yang berjudul "Analisis Dampak Persaingan Usaha Kuliner (Burjo) di sekitar Universitas Negeri Semarang Terhadap Pendapatan". Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha yang ketat dapat mempengaruhi pendapatan pada usaha Burjo di sekitar Universitas Semarang. Selanjutnya dalam mengatasi persaingan tersebut pemilik harus

mencari keunikan dan keunggulan sendiri untuk dapat mempertahankan usahanya dan dapat bersaing secara efektif.[25]

2. Anum Indraswari dan Hendra Kusuma (2018), "Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang". Dari penelitian, variabel Lama Waktu Opersional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pemilik usaha rumah makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang, dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan tingkat pendapatan pemilik usaha rumah makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang sebelum dan sesudah penggunaan Go-Food.[26]
3. Suripto dan Ahmad Sodikin (2019),"Determinan Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) Kuliner Malam di Kecamatan Umbulharjo". Berdasarkan analisis penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Kecamatan Umbulharjo.[27]
4. Andi Rahman Prasetyo (2024), Pengaruh On Delivery dan Jam Kerja Operasional terhadap omzet Penjualan Usaha kuliner Di Dolopo Madiun". Berdasarkan peneltian tersebut maka dapat diambil kesimpulan yaitu jam kerja operasional berpengaruh terhadap pendapatan karena semakin banyak jam kerja yang dipersembahkan

[25] Nandhita Friska Septiana, 'Analisis Dampak Persaingan Usaha Kuliner (Burjo) di Sekitar Universitas Semarang Terhadap pendapatan', *Jurnal Ilmiah,* vol.2, no.3, (2023), hlm 349-356

[26] Arum Ibdraswari dan Hendra kusuma, Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang, *"Jurnal Ilmu Ekonomi",* vol 2, (2018)

[27] Suripto dan Ahmad Sodikin, DetermiananPendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) kuliner Malam di Kecamatan Umbulharjo,*" Jurnal Manajemen",* vol.6, no.1, (2019)

untuk berdagang maka semakin besar pula kemungkinan mendapatkan omzet penjualan yang lebih tinggi.

5. Mutia Fatma dan Ruzikna (2024),"Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada Umkm Sektor Kuliner Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)". Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan e-commerce dan digital payment memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di Kecamatan Tuah Madani. E-commerce memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan visibilitas merek, dan memfasilitasi transaksi elektronik. Sementara digital payment mempercepat proses pembayaran, meningkatkan efisiensi, dan memberikan pengalaman pembayaran yang lebih modern. Dengan mengimplementasikan e-commerce dan digital payment, UMKM dapat memaksimalkan potensi pendapatan mereka dan tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.[28]

[28] Mutia Fatma dan Ruzikna, 'Pengaruh Penggunaan E-commerce Dan Digital Payment Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Sektor Kuliner Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)', Journal *Management Studies and Entrepreneurship,* vol. 5, no.2,(2024),hlm 3518-3535

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuantitatif, yang dimaksud dengan metode kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan angka-angka atau data statistik yang diolah. Menurut Sinambela, penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan angka-angka dalam memproses data untuk menghasilkan informasi yang terstruktur. Karakteristik kuantitatif bertujuan untuk mendapatkan data yang menggambarkan karakteristik objek, peristiwa, atau situasi.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kuliner Stasiun Lambuang yang beralamat di Jl. Sudirman, Tarok Dipo, Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Dengan waktu penelitian dari bulan September 2024 sampai selesai.

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner. Data primer adalah sumber data penelitian yang berasal secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara.

Data primer tersebut tidak tersedia dalam bentuk file-file atau dalam bentuk terkomplikasi yang harus dicari melalui narasumber atau responden. Narasumber atau responden merupakan orang yang dijadikan

sebagai sarana untuk mendapatkan informasi atau data-data yang diperlukan. [29] Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari wawancara dengan pedagang usaha kuliner di Stasiun Lambung Bukittinggi untuk data awal.

2. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini yaitu berbagai sumber lain sebagai tambahan informasi seperti jurnal, buku, dan skripsi di perpustakaan.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjuek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang makan dan minum di Stasiun Lambung Kota Bukitinggi. Menurut data Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Stasiun Lambung Kota Bukittinggi berjumlah 79 usaha.[30]

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah semua populasi dijadikan sampel yaitu berjumlah 79 usaha.

E. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana batasan dan cara mengukur variabel yang akan diteliti. Definisi operasional variabel tersebut disusun dalam bentuk

---

[29] Nuning Indah Pratiwi,' Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi', *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial,* vol. 1, no.2, (2017), hlm 211-212, https;//doi.org/10.38043/jids.v1i2.219

[30] *Wawancara Langsung Dengan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bukittinggi, Tanggal 11 Juni 2024 Jam 13.00 WIB*

matrik yang berisi: nama variabel, deskripsi variabel, alat ukur, hasil ukur dan skala ukur yang digunakan (nominal, ordinal, interval, dan rasio).

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden kemudian responden menjawab secara bebas. Dalam hal ini wawancara dilakukan kepada pelaku usaha kuliner stasiun lambung di Kota Bukittinggi.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan terbuka atau tertutup.[31] Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Survei dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden pedagang kuliner. Kuesioner ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

---

[31] Sugiono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D* , cetakan ke 15, hal 142

Dalam penelitian ini fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian, dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkanmenjadi indikator variabel dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrumen item-item yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap objek tertentu. Artinya, pertanyaan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif.[32]

Pertanyaan-pertanyaan yang disajikan di dalam kuesioner akan disertai dengan alternatif jawaban yang dipilih responden dan diukur dengan menggunakan skala likert, untuk keperluan penelitian ini jawaban kuesioner akan diberikan nilai yang disajikan sebagai berikut:

Tabel Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Observasi

Observasi atau pengamatan proses sistematis yang merekam pola perilaku aktual orang, benda, dan peristiwa yang terjadi. Dalam melakukan observasi, peneliti mengamati situasi peneliti dengan cermat dan mencatat

[32] Kasmadi dan Nia Siti Sunariah *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif, (*Bandung: Alfabeth), hlm 74

serta merekam semua hal yang ada di seputar objek penelitian yang berkaitan dengan informasi yang diperoleh dari objek amatan. Observasi yang penulis lakukan, yaitu dengan melihat keadaan pelaku usaha kuliner stasiun lambung di Kota Bukittinggi.

4. Dokumentasi

Dokumen merupakan peristiwa yang telah lalu dicatat ke dalam buku catatan. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data berupa foto-foto sebagai pendukung penelitian yang dilakukan dalam pelaksanaan penelitian, keadaan lingkungan penelitian dan foto pendukung lainnya. Penulis menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data pada Dinas Koperasi dan Pedagang Kota Bukittinggi serta foto-foto dengan pelaku UMKM kuliner.

G. Uji Coba Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Instrument penelitian dibuat sesuai dengan tujuan pengukuran dan teori yang digunakan sebagai dasar. Dengan adanya instrument penelitian, maka akan memudahkan penulis dalam mengumpulkan dan mengukur data yang akan diolah.

1. Uji validitas item instrumen

Validitas adalah seberapa jauh instrument itu benar- benar mengukur apa yang telah diukur. Analisis terhadap butir-butir pernyataan penelitian memanfaatkan teknik analisis product moment correlation

dengan memperhatiakan korelasi antar skor butir dan skor total. Adapun rumus product moment correlation yang digunakan adalah:

$$r_{hitung} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2 (n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{hitung} : Koefisien *product moment pearson* (korelasi antara X & Y)

n : Jumlah Responden

X : Skor mentah variabel X

Y : Skor mentah variabel Y

$\sum XY$: Jumlah hasil penelitian setiap skor asli dari variabel X & Y

$\sum X$: Jumlah variabel X

$\sum Y$: Jumlah variabel Y

Setelah diperoleh harga rxy selanjutnya dikonsultasikan dengan nilai apabila:

Jika r hitung lebih besar dari pada r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka instrument dikatakan valid. Sebaliknya jila r hitung lebih kecil dari r tabel ($r_{hitung} < r_{tabel}$) maka instrument dikatakan tidak valid.

Dengan demikian item yang dinyatakan valid dapat dijadikan item instrument penelitian dan item yang dinyatakan tidak valid tidak digunakan sebagai instrument penelitian karena tidak memenuhi syarat.

Penulis melakukan uji coba instrumen kepada 79 orang responden, yaitu penulis melakukan uji coba di stssiun lambuang

setelah data terkumpul maka dilakukan perhitungan dengan melakukan SPSS 20.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 20, dengan jumlah pernyataan 5 butir soal. Dari 5 butir pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Uji Validitas Variabel X

Item	Nilai Person Correlation (r hitung)	Nilai r tabel (N= 79)	Keterangan
X1	0,498	0,220	Valid
X1	0,507	0,220	Valid
X1	0,453	0,220	Valid
X1	0,643	0,220	Valid
X1	0,357	0,220	Valid
X2	0,557	0,220	Valid
X2	0,555	0,220	Valid
X2	0,581	0,220	Valid
X2	0,389	0,220	Valid
X2	0,389	0,220	Valid

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik (Uji Prasyarat Analisis)

Uji prasyarat analisis data digunakan sebagai uji hipotesis. Terdapat dua jenis prasyarat yaitu uji normalitas untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak, dan uji homogenitas untuk mengetahui data tersebut homogen atau tidak.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang norma atau tidaknya distribusi data. Penggunaan uji normalitas karena ada analisis statistik asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus terdistribusi secara normal. alat uji yang digunakan adalah uji one sampling kolmogrov-smirnov. Data terdistribusi secara normal apabila signifikansinya lebih besar dari 0,05.

b. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu metode analisis untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan melakukan pengujian nilai Durbin Watson (DW test). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka disini peneliti menggunakan uji D-W (Durbin Watson). Keputusan ada atau tidaknya autokorelasi didasari pada ketentuan berikut :

1) Angka D-W antara dU dan 4-dU atau dU < d < 4-dU, menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi
2) Angka D-W < dL, maka menunjukkan adanya autokorelasi positif
3) Angka D-W > 4dL, maka menunjukkan adanya autokorelasi negatif
4) Angka D-W antara 4-dU dan 4-dL, maka menunjukkan tidak ada kesimpulan.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen Ghozali. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam regresi adalah dengan cara melihat besaran dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan juga nilai tolerance.

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah :

a) Nilai Tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10,00

b) Nilai Tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10,00

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu observasi ke observasi lainnya. Jika varians dari residual satu observasi ke observasi lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji yang digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah uji *glejser.* Kriteria uji *glejser* yaitu apabila nilai signifikansi diatas α = 5% atau 0,05 maka artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah model linear dengan melibatkan lebih dari satu variable bebas atau prediktor. Analisis yang memiliki variable bebas lebih dari 1. Teknik regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan dua atau lebih variable (X) terhadap variable terikat (Y). Metode regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta 1\ X1 + \beta 2X2 + e.$$

Keterangan:

Y= Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

α = Konstanta

β1X1 = Koefisien regresi dari Ragam Produk

β2X2 = Koefisien regresi dari Lama Waktu Operasional

5. Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang dilakukan tujuan memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis nol. Penulis pada penelitian ini, menggunakan rumus korelasi product moment. Tujuannya untuk menguji ada tidaknya hubungan yangsignifikan antara variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent).

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji signifikasi secara parsial digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Dalam regresi linier berganda, hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda dalam model. Hipotesis nol menunjukkan bahwa variabel independen yang diuji tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independennya. Hipotesis alternatif menunjukkan bahwa variabel yang diuji berpengaruh secara dignifikan. Keputusan yang diambil dapat diperoleh dari perbandingan nilai *t-hitung* dengan nilai *t-tabel* atau bisa juga dilakukan dengan melihat nilai signifikannya.

Apabila dilakukan dengan melihat nilai signifikansinya, maka ketika nilai signifikansi t < 0,05 artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Ketika nilai signifikansi t > 0,05 artinya tidak terdapat

pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan adalah uji semua variabel bebas secara keseluruhan dan bersamaan di dalam suatu model. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Bila hasil uji simultannya adalah signifikan, maka dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.[33]

Kriteria pengambilan keputusan apabila dilakukan dengan melihat nilai signifikansinya, maka ketika nilai signifikansi < 0,05 artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simulta. Ketika nilai signifikansi > 0,05 artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara secara simultan.

c. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi dengan nilai *Adjusted R Square* dari model regresi digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X), sehingga dapat dihitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai

[33] Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R,* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm 97.

koefisien determinasi maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Kuliner Stasiun Lambuang di Kota Bukittinggi

1. Sejarah singkat Pasar Kuliner Stasiun Lambuang di Kota Bukittinggi

Pasar Kuliner Stasiun Lambuang adalah salah satu tempat wisata kuliner yang terkenal di Bukittinggi, Sumatera Barat. Terletak di kawasan yang dulunya merupakan area stasiun kereta api, pasar ini berkembang menjadi pusat kuliner yang menawarkan beragam makanan khas Minangkabau.

Pada awalnya, kawasan ini berfungsi sebagai stasiun yang melayani perjalanan kereta api, namun seiring dengan berjalannya waktu dan menurunnya aktivitas perkeretaapian, area tersebut beralih fungsi menjadi pasar kuliner. Pasar ini kini menjadi destinasi populer baik untuk wisatawan lokal maupun mancanegara yang ingin menikmati beragam makanan khas seperti rendang, sate padang, nasi kapau, hingga berbagai jenis jajanan tradisional Minang lainnya

Proses transformasi kawasan ini menjadi pasar kuliner dimulai pada tahun 2010 an, dengan tujuan untuk melestarikan makanan tradisional Minangkabau sambil memberikan ruang bagi pedagang lokal untuk berkembang. Pasar Kuliner Stasiun Lambuang kini tidak

hanya menawarkan makanan yang lezat tetapi juga memberikan pengalaman budaya yang khas bagi para pengunjung.[34]

2. Visi dan Misi Pasar Kuliner Stasiun Lambuang di Kota Bukittinggi

1) Visi Pasar Kuliner Stasiun Lambuang di Kota Bukittinggi

Menjadi pusat kuliner terkemuka yang mempromosikan keanekaragaman kuliner lokal Bukittinggi dan Sumatera Barat, serta mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat.[35]

2) Misi Pasar Kuliner Stasiun Lambuang di Kota Bukittinggi

a) Menyediakan tempat yang nyaman dan strategis bagi para pedagang kuliner untuk berjualan.
b) Meningkatkan daya tarik wisatawan lokal dan mancanegara untuk mencicipi kuliner khas Bukittinggi.
c) Mendukung pengembangan kuliner lokal dengan mempromosikan produk-produk unik dan khas.
d) Membangun kerjasama dengan pemerintah dan pihak terkait untuk mengoptimalkan operasional pasar.

3. Tujuan Pasar Kuliner Stasiun Lambuang di Kota Bukittinggi

Pasar kuliner Stasiun Lambuang di Kota Bukittinggi memiliki beberapa tujuan utama, yang mencakup aspek sosial, ekonomi, dan budaya. Berikut adalah tujuan-tujuan tersebut:

[34] Ibrahim, N. *Stasiun Lambuang dan Sejarah Perkeretaapian di Sumatera Barat.* (Padang: Penerbit Andalas, 2018), hlm. 129

[35] Ardiansyah, R. *Pengembangan Wisata Kuliner di Kota Bukittinggi.* (Bukittinggi: Penerbit Mandiri 2019), hlm. 190

1) Meningkatkan Ekonomi Lokal
2) Mendorong Pariwisata
3) Melestarikan Budaya Kuliner Tradisional
4) Memfasilitasi Interaksi Sosial
5) Pengembangan Infrastruktur dan Ruang Publik.[36]

B. Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan lima hal yang berhubungan dengan hasil penelitian yaitu, 1. Deskripsi data penelitian, 2. Hasil uji coba instrument, 3. Hasil analisis uji prasyarat, 4. Hasil pengujian hipotesis, 5. Pembahasan. Analisis data yang dilakukan sesuai dengan langkah- langkah analisis data pada bab III, dimana peneliti langsung kelapangan guna untuk mengumpulkan data menggunakan kuesioner, pembahasan dilakukan berdasarkan hasil analisis data yang relevan dengan acuan pada teori yang ada pada bab II.

1. Analisis Data Deskripsi

Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu peneliti membuat instrument penelitian. Instrument penelitian dalam bentuk kuesioner (angket) ragam produk, lama waktu operasional terdiri dari 5 item pernyataan dan pendapatan pedagang pasar kuliner yang diperoleh dari hasil pendapatan pedagang pasar kuliner

[36] Prasetyo, I. *Pembangunan Ekonomi Lokal melalui Pengembangan Pariwisata Kuliner.* (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2018), hlm. 54

1) Ragam Produk dan Lama Waktu Operasional

Dalam penelitian tentang ragam produk dan lama waktu operasional ini dikumpulkan melalui angket dari ragam produk dan lama waktu operasional dengan sampel 79 orang/pedagang.

Tabel 4.1
Analisis Data Deskriptif Variabel (X)
Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Ragam Produk	79	10	5	15	748	9.47	.230	2.043	4.175
Lama Waktu Operasional	79	10	5	15	767	9.71	.195	1.733	3.004
Valid N (listwise)	79								

Sumber: Pengelolaan SPSS 20

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 pedagang (responden) didapatkan nilai rata- rata (mean) sebasar 9,47 dan 9,71 range 10, nilai minimum 5, nilai maximum 15, standar deviasi 2,043 dan 1,733 varians 4, 175 dan 3,004 dan jumlah keseluruhan (sum) nilai yaitu 748 dan 767.

2) Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Pendapatan pedagang pasar kuliner yang diperoleh dari hasil pendapatan pedagang pasar kuliner

Berikut hasil uji deskriptif data Pendapatan pedagang pasar kuliner dengan menggunakan bantuan SPSS 20:

Tabel 4.2
Hasil Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner	79	8	6	14	845	10.70	.163	1.453	2.112
Valid N (listwise)	79								

Sumber: Pengelolaan SPSS 20

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 pedagang (responden) didapatkan nilai rata- rata (mean) sebesar 10.70, range 8, nilai minimum 6, nilai maximum 14, standar deviasi 1.453, varians 2.112, dan jumlah keseluruhan (sum) nilai yaitu 845.

2. Hasil Analisis Data

a. Uji Normalitas

Uji normalitas klomogrof smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji noemalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Cara membacanya:

Ho: Populasi berdistribusi normal

Ha: Tidak Berdistribusi normal

Adapun dasar pengambilan keputusan jika nilai sig lebih besar 0,05 pada ($p>0,05$), maka distribusi data dilakukan normal dan jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 pada ($p<0,05$), maka distribusi data tidak normal.

Tabel 4.3
Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.87908938
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.054
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Pengelolaan SPSS 20

Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa nilai sig sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogrov smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau pernyataan normalitas dalam mode regresi sudah terpenuhi.

b. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu metode analisis untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan melakukan pengujian nilai Durbin Watson (DW test).

Tabel 4.4

Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.854[a]	.729	.722	1.904	1.689

a. Predictors: (Constant), Lama Waktu Operasional, Ragam Produk

b. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Berdasarkan tabel 4.4 diatas terlihat bahwa nilai Durbin-Watson (d) adalah 1,689. Dalam tabel Durbin-Watson untuk nilai α = 5%, k (jumlah variabel bebas) = 2, dan n = 79. Nilai dL = 1,5830 dan dU = 1,6867. Nilai 4-dU = 2.417. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin-Watson (d) terletak antara nilai dU dan 4-dU atau dU < d < 4-dU yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam regresi adalah dengan cara melihat besaran dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan juga nilai tolerance. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah :

1) Nilai Tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10,00
2) Nilai Tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10,00

Tabel 4.5

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ragam Produk	.266	3.755
	Lama Waktu Operasional	.266	3.755

a. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* > 0,10 yaitu nilai *tolerance* kedua variabel bebas memiliki nilai 0,266 > 0,10 dan nilai VIF < 10, yaitu nilai VIF kedua variabel bebas memiliki nilai 3,755 < 0,10 hal ini berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu observasi ke observasi lainnya. Jika varians dari residual satu observasi ke observasi lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji yang digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah uji *glejser.* Kriteria uji *glejser* yaitu apabila nilai signifikansi diatas α = 5% atau 0,05 maka artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.6

Uji Hesterokedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.385	.398		3.482	.001
	Ragam Produk	.028	.056	.111	.501	.618
	Lama Waktu Operasional	-.018	.062	-.065	-.294	.770

a. Dependent Variable: Abs_RES

Dari tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas signifikansi semua variabel bebas diatas α = 5% atau > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

e. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.7

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.839	.684		4.149	.000
	Ragam Produk	.311	.097	.373	3.220	.002

	Lama Waktu Operasional	.475	.107	.513	4.433	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Sumber: Pengelolaan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.7 persamaan regresi linear berganda dari variabel independen dan dependen ialah sebagai berikut :

Y = 2,839 + 0,311 X1 – 0,475 X2 + e

Persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut :

1) Nilai konstanta sebesar 2,839 menyatakan bahwa jika variabel independen ragam produk (X1) dan lama waktu operasional (X2) dianggap nol, maka variabel dependen pendapatan pedagang pasar kuliner (Y) adalah sebesar 2,389.
2) Ragam produk memiliki nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,311. Hal ini berarti setiap ada peningkatan ragam produk sebesar 1 satuan maka akan menaikkan pendapatan pedagang kuliner sebesar 0,311 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.
3) Lama waktu operasional memiliki nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,475. Hal ini berarti setiap ada peningkatan lama waktu operasional sebesar 1 satuan maka akan menaikkan pendapatan pedagang kuliner sebesar 0,475 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

f. Uji Hipotesis

1) Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau uji signifikasi secara parsial digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen yaitu ragam produk dan lama waktu operasional secara individu terhadap variabel dependennya yaitu pendapatan pedagang pasar kuliner. Apabila dilakukan dengan melihat nilai signifikansinya, maka ketika nilai signifikansi t < 0,05 artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Ketika nilai signifikansi t > 0,05 artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Tabel 4.8

Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.839	.684		4.149	.000
	Ragam Produk	.311	.097	.373	3.220	.002
	Lama Waktu Operasional	.475	.107	.513	4.433	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Sumber: Pengelolaan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.8 di atas maka dapat disimpulkan bahwa :

a) Ragam produk memiliki nilai signifikansi 0,002 yang artinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ragam produk

berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner dengan arah hubungan yang positif.

b) Lama waktu operasional memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa lama waktu operasional berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner dengan arah hubungan yang positif.

2) Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji simultan adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat di dalam suatu model. apabila nilai signifikansinya < 0,05 maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.9

Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	741.318	2	370.659	102.282	.000[b]
	Residual	275.416	76	3.624		
	Total	1016.734	78			

a. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

b. Predictors: (Constant), Lama Waktu Operasional, Ragam Produk

Sumber: Pengelolaan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ragam produk dan lama waktu operasional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner.

g. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui presentasi besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dirumuskan: R2= Adjuested R Square 100%.

Tabel 4.10
Model Summary Hipotesis

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854[a]	.729	.722	1.904

a. Predictors: (Constant), Lama Waktu Operasional, Ragam Produk

b. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Sumber: Pengelolaan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,729 atau 72,9%. Sedangkan *Adjusted R Square* ialah sebesar 0,722 atau 72,2%. Hal ini menunjukkan bahwa 72,2% variasi besarnya pendapatan pedagang pasar kuliner dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel ragam produk dan lama waktu operasional. Sisanya 27,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi yang dianalisis.

C. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di Stasiun Lambuang, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara ragam produk (X1) lama waktu operasional (X2) terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner (Y).

Setelah melakukan beberapa pengujian umum yang didahului oleh uji normalitas hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa data variabel X dan Y berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai sig sebesar (0,200 > 0,05) maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogrov-smirnov diatas, hal ini berarti bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

1. Pengaruh Ragam Produk Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan dengan SPSS versi 20 maka hasil pengujian menunjukkan bahwa ragam produk memiliki nilai signifikansi 0,002 yang artinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ragam produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner dengan arah hubungan yang positif. Koefisien regresi bernilai positif artinya semakin meningkat ragam produk maka akan semakin meningkat pula pendapatan pedagang pasar kuliner.

2. Pengaruh Lama Waktu Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan dengan SPSS versi 20 maka hasil pengujian menunjukkan bahwa lama waktu operasional memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa lama waktu operasional berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner dengan arah hubungan yang positif. Arah hubungan positif artinya semakin meningkat lama waktu operasional maka akan semakin meningkat pula pendapatan pedagang pasar kuliner.

3. Pengaruh Ragam Produk dan Lama Waktu Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan dengan SPSS versi 20 maka hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansinya dibawah 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ragam produk dan lama waktu operasional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner. Hal ini juga didukung oleh hasil uji koefisien determinasi dimana nilai *Adjusted R Square* ialah sebesar 0,722 atau 72,2%. Hal ini menunjukkan bahwa 72,2% variasi besarnya pendapatan pedagang pasar kuliner dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel ragam produk dan lama waktu operasional. Sisanya 27,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi yang dianalisis.

BAB V

PENUTUP

H. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan:

1. Pengaruh Ragam Produk Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

   Hasil pengujian SPSS menunjukkan bahwa ragam produk memiliki nilai signifikansi 0,002 yang artinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ragam produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner dengan arah hubungan yang positif. Koefisien regresi bernilai positif artinya semakin meningkat ragam produk maka akan semakin meningkat pula pendapatan pedagang pasar kuliner.

2. Pengaruh Lama Waktu Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

   Hasil pengujian SPSS menunjukkan bahwa Berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan dengan SPSS versi 20 maka hasil pengujian menunjukkan bahwa lama waktu operasional memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan

bahwa lama waktu operasional berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner dengan arah hubungan yang positif. Arah hubungan positif artinya semakin meningkat lama waktu operasional maka akan semakin meningkat pula pendapatan pedagang pasar kuliner.

3. Pengaruh Ragam Produk dan Lama Waktu Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

Hasil pengujian SPSS menunjukkan bahwa nilai signifikansinya dibawah 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ragam produk dan lama waktu operasional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar kuliner. Hal ini juga didukung oleh hasil uji koefisien determinasi dimana nilai *Adjusted R Square* ialah sebesar 0,722 atau 72,2%. Hal ini menunjukkan bahwa 72,2% variasi besarnya pendapatan pedagang pasar kuliner dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel ragam produk dan lama waktu operasional. Sisanya 27,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi yang dianalisis.

I. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a. Untuk Pasar Kuliner Stasiun Lambuang Bukittinggi

Hasil penelitian ini hendaknya dapat dipergunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam meningkatkan pendapatan

pedagang pasar kuliner stasiun lambuang bukittinggi dengan menjalin kerja sama yang lebih baik dengan warga setempat.

b. Untuk Pedagang

Pedagang hendaknya lebih memperhatikan makanan terutama dalam harga dan rasanya mengingat pembeli mempunyai latar belakang keluarga yang berbeda-beda.

c. Untuk Penulis

Hendaknya penulis lebih banyak menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman agar dapat dapat menimalisir terjadinya kesalahan yang dilakukan selama penelitian dan agar dapat membuat penelitian lain yang lebih mendalam dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahim, Dindin. 2020. *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM.* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani).

Asarela, Sigma dan Ria Nita Puspa Sari. 2023. Analisis Pengukuran Kerja Menentukan Waktu Baku Menggunakan Metode Jam Henti Terhadap Operator Persiapan Komponen (Studi Kasus PT XYZ). *Jurnal Serambi Engeineering.* (Vol. 8 No.3).

Asnawi, Mizan dan Anggraini. 2019. Faktor Pengaruh Usaha Bidang Kuliner Terhadap UMKM di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Anwal*. (No. 2).

Erdita, Erni, dkk. 2021. Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Operasional dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Yamuri Kecamatan Mulyorejo. *Jurnal Suistainable*. (Vol.1 No.1).

Fatma, Mutia dan Ruzikna. 2024. Pengaruh Penggunaan Ecomerse dan Digital Paiment Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Sektor Kuliner Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru*). Journal Management Studies Entrepreneurship.* (Vol.5 No. 2)

Febriyanto, Mohamad Trio dan Debby Arisandi. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Manajemen Dewantara.* (No. 2).

Helmalia dan Afrinawati. 2018. Pengaruh Ecomerse Terhadap Peniingkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam.* (Vol.3 No. 2).

Ipdaswari, Arum dan Hendra Kusuma. 2018. Analisa Pemamfaatan Aplikasi Goofod Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*.(Vol. 2)

Jasri, dkk. 2022. Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Journal of Syariah Economic Research*. (Vol.6 No.2).

Julita,Vewi,dkk. 2023. Pengaruh Pandemi Covid19 Terhadap Pendapatan Sektor Mikro di Kota Bukittinggi Dengan Peran Pemerintah Sebagai Variabel Moderasi Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. (Vol. 9 No.1).

Kuspiono, Taat. 2017. Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sari Ayu Martha Tilaar. *Jurnal Perspektif.* (Vol. 15 No. 2).

Laili, Yuniarum Fatin dan Achma Hendra Setiawan. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sentra Batik Di Kota Pekalongan. *Journal of Economics.* (No. 4)

Malihah, Lola, dkk. 2024. Peluang dan Tantangan Pada Industri Rumah Tangga Kuliner: Tinjauan Literatur. *Jurnal Bisnis Ekonomi Islam*. (Vol.9 No.1).

Melaha, Novayanti, dkk. 2021. Dampak Covid19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil di Desa Sugih Waras, Kecamatan Teluk Gelam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.* (Vol.7 No. 3).

Mulyadi. 2022. Pengaruh Variasi Produk dan Sistem Pembayaran Terhadap Pendapatan Usaha Panglong Kayu Di Kecamatan Muaradua.*Jurnal Universitas Batu Raja.* (Vol.3 No. 2).

Munthe, Yusnita Ulfah. 2022. Pengaruh dan Efektivitas Media Sosial Pada Pengumpulan Zakat, Infak dan Sedekah. *Jurnal Ilmu Komputer Ekonomi dan Manajemen*. (Vol.2 No.2).

Pratiwi, Nuning Indah. 2017. Penggunaan Media Vidio Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial.* (Vol. 1 No. 2).

Rawon, Yuli dan Oswat Tumilaar. 2019. Penerapan Standar Akuntansi Keuangan UMKM Dalam Penusunan Laporan Keuangan UMKM (Studi Kasus UMKM Pesisir di Kecamatan Malala Manado). *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis.* (Vol. 3 No. 1).

Rawis, Pane Lewen dan Mirah. 2016. Analisis Keuntungan Usaha Kecil Dalam Upaya Pengembangan UMKM di Kota Manado (Studi Kasus Usaha Catering Miracle Ranutana Weru). *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*. (Vol.4 No. 2)

Satiaji, Khasan dan Ana Listia Fatuniah. 2018. Pengaruh Modal Lama Usaha Dn Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Beras Pasca Relokasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis.* (No.1)

Septiana, Nandhita Friska. 2023. Analisis Dampak Persaingan Usaha Kuliner (Burjo) Di Sekitar Universitas Semarang Terhadap Pendapatan. *Jurnal Ilmiah.* (Vol. 2 No. 3)

Singgano, Rein Glen. 2021. Usaha Pedagang Pasar Tradiosional Dalam Mengatasi Dampak Covid19 Di Kelurahan Bulagi I Kecmatan Bulagi Kabupateng Banggai Kepulauan. *Jurnal Ilmiah Society*. (Vol. 1 No. 1).

Sjahruddin, Herman. 2022. Pengaruh Promosi Online dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengembilan Keputusan Pembelian Ayam Pedagang. Jurnal Ilmu Manajemen. (Vol. 10 No. 4)

Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*(Bandung: Alfabeta).

Suripto dan Ahmad Sodikin. 2019. Determinan Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) Kuliner Malam Di Kecamatan Umbulharjo Sakato.*Jurnal Manajemen.* (Vol. 6. No. 1).

Vinatra, Satriaji. 2023.Peran Usaha UMKM Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*. (Vol.1 No. 3).

Vitaloka, Lola,dkk. 2021. Pengaruh Digital Marketing Dan Ragam Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Juragan Mode Kota Bengkulu. *Journal of Business and Innovation Management.* (Vol.2 No.1).

Wati, Andi Prasetyo,dkk. 2020. *Digital Marketing*. (Malang: PT Literindo Berkah Karya).

Supandi, Agus dan Ria Susanti Johan. 2022. Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak. *Journal of Applied Business and Economic.* (Vol.9 No.1).

Ibrahim, N. 2018**.** *Stasiun Lambuang dan Sejarah Perkeretaapian di Sumatera Barat.* Padang: Penerbit Andalas.

Ardiansyah, R. 2019. *Pengembangan Wisata Kuliner di Kota Bukittinggi.* Bukittinggi: Penerbit Mandiri.

Prasetyo, I. 2018. *Pembangunan Ekonomi Lokal melalui Pengembangan Pariwisata Kuliner.* Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

Lampiran 1: SK Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 153.1/Un.26.3/HK.00.5/05/2024

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN TRAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Santi Rahmadani** NIM. **3220132** tanggal 02 Mei 2024;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM (Studi Kasus Pasar Kuliner Padang Panjang)"**

Kedua : Menunjuk saudara:

Nama	:	**Muhammad Rais, SE, ME**
NIP	:	198902142022031002
Pangkat/Gol.Ruang/Jabatan	:	Penata Muda Tk. I /(III/b) / Asisten Ahli
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Ekonomi
Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Makro
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 02 Mei 2024
Dekan,

HESI ERA PUTERI

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 2: Surat Izin Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-0265/Un.26.3/PP.07/01/2025 30 Januari 2025
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Kepala Kantor Badan Kesbangpol
Kota Bukittinggi

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

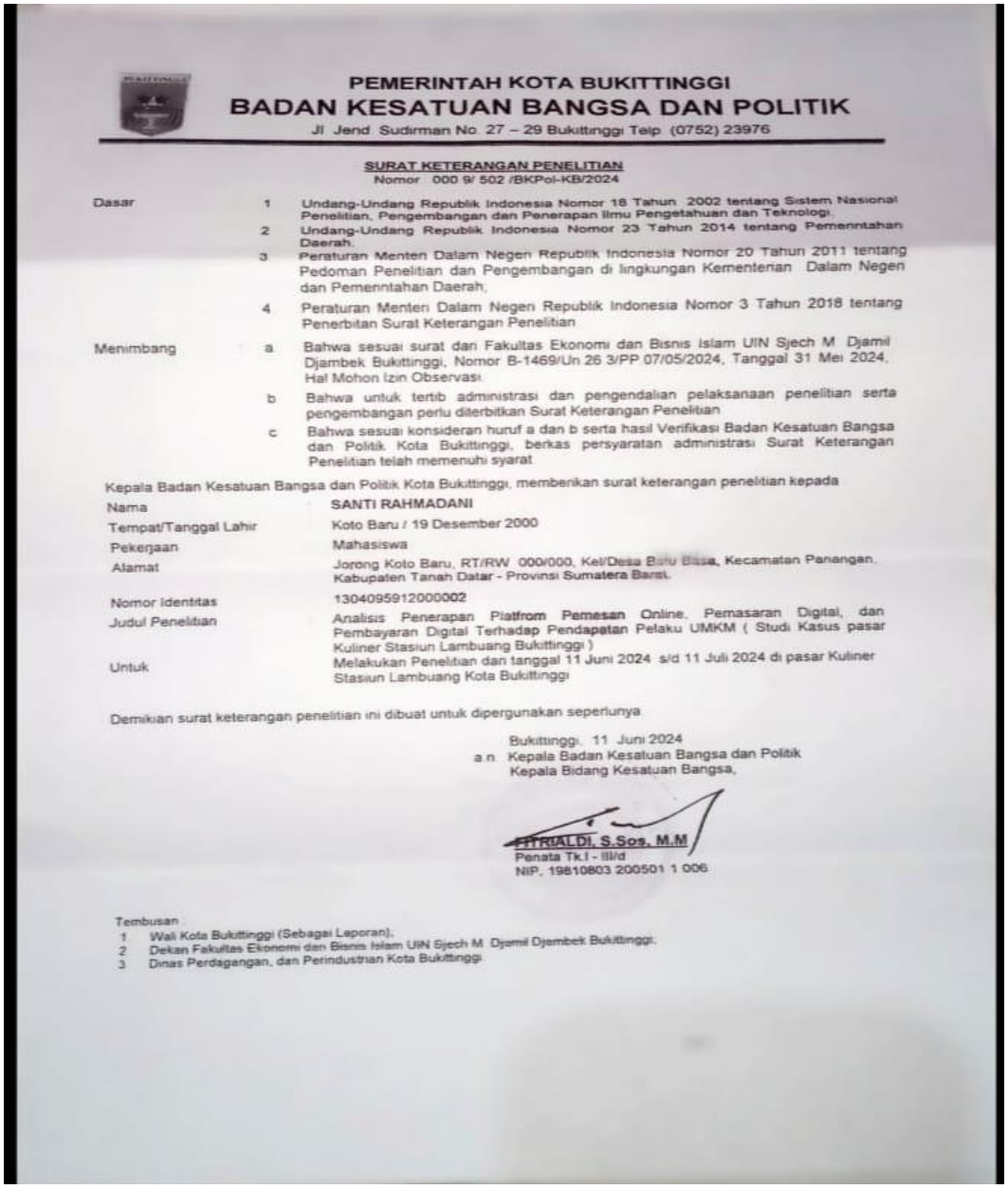
Nama	: **Santi Rahmadani**
NIM	: 3220132
Semester	: IX (Sembilan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Ekonomi Islam S1
Judul Skripsi	: ***"Pengaruh Ragam Produk Dan Lama Waktu Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner (Studi Kasus Pasar Kuliner Stasiun Lambuang Bukittinggi)"***
Lokasi Penelitian	: Pasar Kuliner Stasiun Lambuang Kota Bukittinggi
Waktu	: 30 Januari s.d 28 Februari 2025

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

Dr. H. Aidil Alfin, M.Ag
NIP. 197205201999031007

Lampiran 3: Surat Balasan Telah Melakukan Penelitian



PEMERINTAH KOTA BUKITTINGGI
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Jend. Sudirman No. 27 – 29 Bukittinggi Telp. (0752) 23976

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 000.9/ 502 /BKPol-KB/2024

Dasar
1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah;
4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian

Menimbang
a. Bahwa sesuai surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Nomor B-1469/Un.26.3/PP.07/05/2024, Tanggal 31 Mei 2024, Hal Mohon Izin Observasi.
b. Bahwa untuk tertib administrasi dan pengendalian pelaksanaan penelitian serta pengembangan perlu diterbitkan Surat Keterangan Penelitian
c. Bahwa sesuai konsideran huruf a dan b serta hasil Verifikasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bukittinggi, berkas persyaratan administrasi Surat Keterangan Penelitian telah memenuhi syarat

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bukittinggi, memberikan surat keterangan penelitian kepada

Nama	**SANTI RAHMADANI**
Tempat/Tanggal Lahir	Koto Baru / 19 Desember 2000
Pekerjaan	Mahasiswa
Alamat	Jorong Koto Baru, RT/RW 000/000, Kel/Desa Batu Basa, Kecamatan Panangan, Kabupaten Tanah Datar - Provinsi Sumatera Barat.
Nomor Identitas	1304095912000002
Judul Penelitian	Analisis Penerapan Platfrom Pemesan Online, Pemasaran Digital, dan Pembayaran Digital Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM (Studi Kasus pasar Kuliner Stasiun Lambuang Bukittinggi)
Untuk	Melakukan Penelitian dari tanggal 11 Juni 2024 s/d 11 Juli 2024 di pasar Kuliner Stasiun Lambuang Kota Bukittinggi

Demikian surat keterangan penelitian ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya

Bukittinggi, 11 Juni 2024
a.n. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kepala Bidang Kesatuan Bangsa,

FITRIALDI, S.Sos, M.M
Penata Tk.I - III/d
NIP. 19810803 200501 1 006

Tembusan :
1. Wali Kota Bukittinggi (Sebagai Laporan);
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi;
3. Dinas Perdagangan, dan Perindustrian Kota Bukittinggi

LEMBAR DISPOSISI
DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN

Indeks	Kode :	No. Urut	Tgl. Penyelesaian
		477	19 / Juni 2024

Perihal / Isi Ringkas : Surat keterangan penelitian.

Asal Surat	Tgl.	Nomor	Lampiran
Badan kesatuan Bangsa dan Politik.	11 / Juni 2024	000.9/504/BKBPP KB/2024	Surat keterangan penelitian

Diajukan / Diteruskan	Instruksi / Informasi
Yth. Bapak Sekretaris Surat Ket. Penelitian a/n. Santi Rahmadani 19/6-24	Yth. Kasubag umpeg partikan 19/6 Ttm: Bpk Kabid Perdagangan. mohon ditindaklanjuti 7/8 24.

Lampiran 4:r tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	**0.361**	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lapiran 5: F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Lampiran 6: Uji Coba Validitas Instrumen

Item	Nilai Person Correlation (r hitung)	Nilai r tabel (N= 79)	Keterangan
X1	0,498	0,220	Valid
X1	0,507	0,220	Valid
X1	0,453	0,220	Valid
X1	0,643	0,220	Valid
X1	0,357	0,220	Valid
X2	0,557	0,220	Valid
X2	0,555	0,220	Valid
X2	0,581	0,220	Valid
X2	0,389	0,220	Valid
X2	0,389	0,220	Valid

Lampiran 7: Angket Variabel X

KUESIONER PENGARUH RAGAM PRODUK DAN LAMA WAKTU OPERASIONAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR KULINER (STASIUN LAMBUANG KOTA BUKITTINGGI)

Angket ini bertujuan untuk penelitian Skripsi mengetahui pengaruh ragam produk dan lama waktu operasional terhadap pendapatan pedagang kuliner (Stasiun Lambuang Kota Kukittinggi). Peneliti sangat mengharapkan kerjasama Bapak dan Ibu untuk mengisi atau menjawab setiap pertanyaan yang diajukan dalam angket. Atas perhatian dan kerjasamanya, peneliti mengucapkan terimakasih.

1. Data Umum

Peneliti : Santi Rahmadani
Kampus : UIN SMDD Bkt
Prodi : Ekonomi Islam
No. Hp : 0812-6611-9132

Nama Pedagang : .....
Jenis Kelamin : P / L
Usia : (< 20 thn) (20-30 thn) (31-40 thn) (>40 thn)
Lama Usaha : (<1 thn) (1-3 thn) (4-7 thn) (>7 thn)
No. Hp : .....

2. Keterangan Cara Pengisian

1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju

No.	PERTANYAAN	PENILAIAN				
		1	2	3	4	5
A	**Ragam Produk**					
1.	Usaha saya memiliki berbagai macam produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan.					
2.	Usaha saya memiliki produk yang unik dan berbeda dari pesaing .					
3.	Produk yang beragam membantu meningkatkan kunjungan konsumen.					
4.	Menu yang saya jual memiliki variasi rasa.					
5.	Produk yang beragam membantu meningkatkan pendapatan.					
	TOTAL					
B	**Lama Waktu Operasional**					
1.	Waktu operasional usaha saya saat ini sudah cukup ideal.					
2.	Waktu operasional saya saat ini sudah sesuai dengan target pasar saya.					
3.	Waktu operational saya saat ini sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.					
4.	Saya yakin memperpanjang waktu operasional akan meningkatkan pendapatan usaha saya.					
5.	Saya yakin waktu operasional puncak akan meningkatkan jumlah pelanggan.					
	TOTAL					
C	**Pendapatan**					
1.	Pendapatan saya stabil setiap bulan.					
2.	Pendapatan saya berfluktuasi tergantung pada hari dalam seminggu.					
3.	Pendapatan saya meningkat selama periode tertentu dalam setahun.					
4.	Pendapatan rata-rata bulanan : (...) < 1 juta (...) 1 – 3 juta (...) 3 – 5 juta (...) 5 – 8 juta (...) > 8 juta					
	TOTAL					
D.	**Perspektif Ekonomi Islam**					
1.	Saya menjalankan bisnis kuliner dengan prinsip kejujuran.					
2.	Saya memastikan bahwa semua bahan makanan yang saya gunakan halal.					
3.	Harga jual produk kuliner sudah adil meskipun jam operasional diperpanjang.					
4.	Saya merasa keuntungan yang diperoleh sudah halal selama waktu operasional.					
5.	Saya memberikan porsi yang sama ukurannya setiap konsumen.					
	TOTAL					
1.	Produk dagangan saya diproduksi sesuai dengan standar halal di negara saya.					
2.	Saya memberikan informasi yang jelas dan jujur kepada konsumen tentang produk saya.					
3.	Jenis dagangan saya memiliki manfaat besar bagi masyarakat.					
	TOTAL					

Lampiran 8: Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.87908938
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.054
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 9: Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner * Ragam Produk	Between Groups	(Combined)	13.090	9	1.454	.662	.740
		Linearity	.862	1	.862	.392	.533
		Deviation from Linearity	12.227	8	1.528	.696	.694
	Within Groups		151.619	69	2.197		
	Total		164.709	78			

Lampiran 10: Uji Hipotesis

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Lama Waktu Operasional, Ragam Produk[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.137[a]	.019	-.007	1.458

a. Predictors: (Constant), Lama Waktu Operasional, Ragam Produk

Correlations

		Ragam Produk	Lama Waktu Operasional	Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner
Ragam Produk	Pearson Correlation	1	.274*	.720
	Sig. (2-tailed)		.014	.526
	N	79	79	79
Lama Waktu Operasional	Pearson Correlation	.274*	1	.092
	Sig. (2-tailed)	.014		.422
	N	79	79	79
Pendapatan Pedagang Pasar Kuliner	Pearson Correlation	.720	.092	1
	Sig. (2-tailed)	.526	.422	
	N	79	79	79

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 11: Dokumentasi

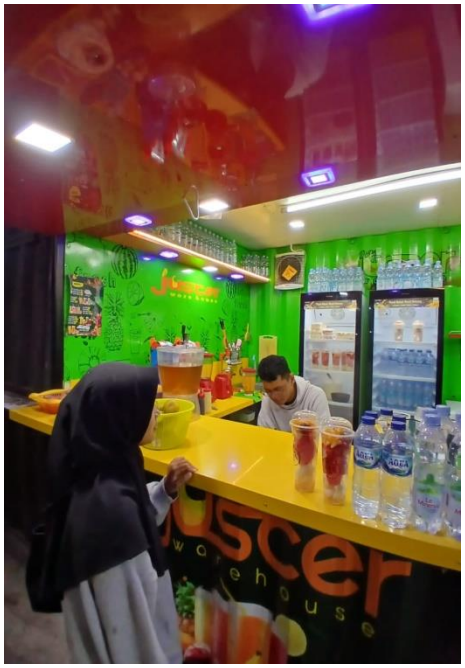













Minuman
Burger
Kebab
Bubble Tea
MINUMAN


ES GMOY