

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument penulis menggunakan analisa dengan SPSS 21.0. Untuk tingkat validitas dilakukan dengan uji jika rhitung < kriteria validitas maka pernyataan tersebut dinilai tidak valid. Sebaliknya jika nilai rhitung \geq kriteria validitas maka pernyataan tersebut di nilai Valid. Berikut ini ialah hasil dari uji validitas.

Tabel 5. 1
Hasil Uji Validitas dari item-item Variabel Penelitian

Variabel	Item	Rhitung	Kriteria Validitas	Keterangan
Modal	X1.1	0,765	0,6-1	Valid
	X1.2	0,836	0,6-1	Valid
	X1.3	0,902	0,6-1	Valid
	X1.4	0,818	0,6-1	Valid
Lokasi	X2.1	0,798	0,6-1	Valid
	X2.2	0,807	0,6-1	Valid
	X2.3	0,757	0,6-1	Valid
	X2.4	0,743	0,6-1	Valid
Promosi	X3.1	0,703	0,6-1	Valid
	X3.2	0,822	0,6-1	Valid
	X3.3	0,876	0,6-1	Valid
	X3.4	0,726	0,6-1	Valid
Lama Usaha	X4.1	0,869	0,6-1	Valid
	X4.2	0,834	0,6-1	Valid
	X4.3	0,832	0,6-1	Valid
	X4.4	0,835	0,6-1	Valid
Pendapatan	Y1	0,881	0,6-1	Valid
	Y2	0,842	0,6-1	Valid
	Y3	0,760	0,6-1	Valid
	Y4	0, 829	0,6-1	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan dari hasil Validitas dengan banyak 100 responden dapat diketahui bahwa keseluruhan pernyataan mengenai modal, lokasi, promosi, dan lama usaha yang diajukan untuk responden pada pedagang di Sunmor UGM ialah Valid karena bisa dilihat dari nilai r hitung yaitu $>$ kriteria Validitas sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat di katakan layak menjadi instrumen untuk mengukur data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas yang di gunakan untuk melihat apakah hasil instrument tersebut konsisten dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas di gunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner ialah indikator dari variabel. Suatu instrument di katakan reliabel dilihat dari nilai *Cronchbach Alpha*.

Tabel 5. 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronchbach Alpha	Reliabilitas	Keterangan
Modal	0,848	0,70	Reliabel
Lokasi	0,779	0,70	Reliabel
Promosi	0,788	0,70	Reliabel
Lama Usaha	0,860	0,70	Reliabel
Pendapatan	0,844	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Cronchbach Alpha $>$ 0,70 yang artinya Reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) hal ini menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dinyatakan lolos dalam uji Reliabilitas.

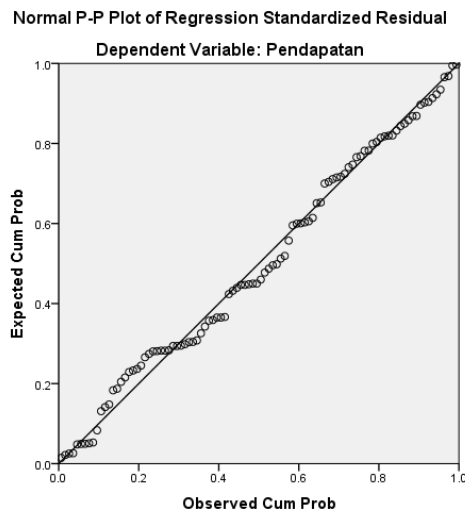
B. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas ialah guna menguji apakah model regresi, nilai residual memiliki distribusi normal maupun tidak normal. Model yang baik ialah model yang memberikan nilai residualnya memenuhi asumsi normalitas ialah $\text{sig} > 0,05$.

1) Analisis Grafik

Salah satu cara yang gampang untuk melihat normalitas residual yaitu dengan cara melihat grafik normalprobability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi kumulatif dari distribusi normal. Maka dari itu garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal.



Gambar 5. 1 Hasil Uji Normalitas melalui Grafik Normal Plot

Dari Gambar grafik diatas bisa di simpulkan bahwa grafik titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebaran

mengikuti arah garis diagonal nya sehingga model regresi layak untuk digunakan.

2) Analisis Statistik

Uji statistic dapat digunakan untuk menguji normalitas residual ialah uji Non- Parametrik Kolmogrov- Smornov (K-Z). Uji statistik ini dilakukan dengan melihat nilai Asyim. Sig (2tailed) $> 0,05$. Maka dari itu data berikut dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya data distribusi dinyatakan tidak normal apabila $< 0,05$.

Tabel 5. 3
Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
Kolmogrov – Smirnov Z	.562
Asymp. Sig (2-tailed)	.910

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel di atas bisa di lihat hasil uji spss di ketahui bahwa hasil dari Kolomogorov Smornov sebesar 0,562 dengan tingkat signifikansi $1 > 0,05$ sehingga bisa dikatakan bahwa residual terdistribusi normal.

C. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model penelitian ini. Model yang dinyatakan baik ialah model yang tidak terdapat korelasi antara variabel bebas guna mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi yaitu dengan melihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) apabila nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 maka ditarik

kesimpulan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antara variabel bebas maupun model regresi.

Tabel 5. 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Modal	0,654	1,529	Tidak terjadi multikolinearitas
Lokasi	0,598	1,671	Tidak terjadi multikolinearitas
Promosi	0,580	1,725	Tidak terjadi multikolinearitas
Lama usaha	0,693	1,444	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Hasil Olah data

Dari tabel berikut bahwa pada variabel modal nilai VIF < 10 ialah $1,529 < 10$. Pada variabel lokasi nilai VIF < 10 ialah $1,671 < 10$, pada variabel promosi nilai VIF < 10 ialah $1,725 < 10$. Dan pada variabel lama usaha ialah nilai VIF < 10 ialah $1,444 < 10$. Maka dari itu bisa dikatakan tidak mengalami multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah di dalam regresi ada atau tidak nya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, ialah dengan ketidaksamaan varian dari residual untuk seluruh pengamatan pada model regresi. Berikut ini ialah tabel hasil dari uji heteroskedastisitas:

Tabel 5. 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Modal	0,669	Lolos Uji
Lokasi	0,204	Lolos Uji
Promosi	0,174	Lolos Uji
Lama Usaha	0,448	Lolos Uji

Sumber : Hasil Olah Data

Dari tabel berikut menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas dari modal (0,669), lokasi (0,204), promosi (0,174), dan lama usaha (0,448). Dari keempat variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi masing-masing variabel > 0,05 (5%)

4) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ialah studi dengan tujuan menguji pengaruh variabel dependen dengan variabel independen dengan tujuan analisisnya untuk memprediksi nilai rata-rata variabel independen yang sudah diketahui (Ghozali, 2011)

Tabel 5. 6
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.640	1.086		1.510	.134
1 Modal	.300	.083	.310	3.602	.001
Lokasi	.270	.086	.282	3.126	.002
Promosi	.144	.100	.133	1.450	.150
Lama Usaha	.209	.085	.205	2.452	.016

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber : Hasil Olah data

Model persamaan hasil analisis regresi linear berganda dengan model persamaan antara lain:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 1,640 + 0,310 X_1 + 0,282 X_2 + 0,133 X_3 + 0,205 X_4 + e$$

$$Y = \text{Pendapatan}$$

$$X_1 = \text{Modal}$$

$$X_2 = \text{Lokasi}$$

X3 = Promosi

X4 = Lama usaha

E = Variabel Pengganggu

Berdasarkan hasil analisis menggunakan regresi linear berganda hal ini bisa dilihat dari nilai koefisien beta yaitu:

β_0 : 1,640 artinya bahwa jika variabel modal, lokasi, promosi, dan lama usaha diasumsikan *ceteris paribus* (variabel independent dianggap konstan atau nol) maka nilai dari pendapatan ialah sebesar 1,640

β_1 : Koefisien Beta variabel modal sebesar 0,310 dan berpengaruh positif terhadap pendapatan jika modal (X1) naik sebesar 1 unit maka pendapatan (Y) naik sebesar 0,310 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 yang artinya $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

β_2 : Koefisien Beta variabel lokasi sebesar 0,282 dan berpengaruh positif terhadap pendapatan jika lokasi (X2) naik sebesar 1 unit maka pendapatan (Y) naik sebesar 0,282 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 yang artinya $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

β_3 : Koefisien Beta variabel promosi sebesar 0,133 dan berpengaruh positif terhadap pendapatan jika promosi (X3) naik sebesar 1 unit maka pendapatan (Y) naik sebesar 0,133 dengan nilai signifikan sebesar 0,150 yang artinya $> 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

β_4 : Koefisien Beta variabel lama usaha sebesar 0,205 dan berpengaruh positif terhadap pendapatan jika lama usaha (X4) naik sebesar 1 unit maka pendapatan (Y) naik sebesar 0,205 dengan nilai signifikan sebesar 0,016 yang artinya $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan

D. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Uji T

Uji T dilakukan dengan tujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Ialah seberapa besar pengaruh variabel modal (X1), lokasi (X2), promosi (X3), dan variabel lama usaha (X4) terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM (Y). pengambilan keputusan uji t ialah pada tingkat sig $< 0,05$ maka hipotesis alternatif yang diterima menyatakan bahwa satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen begitupun sebaliknya. Hasil dari uji T dari pengujian statistik regresi linier berganda antara lain:

Tabel 5. 7
Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.640	1.086		1.510	.134
1 Modal	.300	.083	.310	3.602	.001
Lokasi	.270	.086	.282	3.126	.002
Promosi	.144	.100	.133	1.450	.150
Lama Usaha	.209	.085	.205	2.452	.016

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber : Hasil Olah Data

Berdasarkan dari tabel di atas maka bisa di simpulkan bahwa:

- a. Variabel Modal dengan nilai tingkat Sig $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM dinyatakan terbukti yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Variabel Lokasi dengan nilai tingkat Sig $0,002 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM dan dinyatakan terbukti yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
- c. Variabel Promosi dengan nilai tingkat Sig $0,150 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel secara parsial tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM di tolak yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
- d. Variabel Lama Usaha dengan nilai tingkat Sig $0,016 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Lama Usaha berpengaruh positif

dan signifikan terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM dinyatakan terbukti yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Uji F

Menggunakan uji F dengan tujuan untuk mengukur dan mengetahui seberapa pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 ($< 0,05$), maka variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Hipotesis untuk uji simultan F antara lain:

H_a : modal, lokasi, promosi, dan lama usaha secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada pedagang Sunmor UGM

H_0 : modal, lokasi, promosi, dan lama usaha secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM. Hasil dari Uji F dari pengujian statistic regresi linier berganda dalam tabel antara lain:

Tabel 5. 8
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	366.918	4	91.730	27.718	.000 ^b
1 Residual	314.392	95	3.309		
Total	681.310	99			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Lama Usaha, Lokasi, Modal, Promosi

Sumber : Hasil Olah Data

Berdasarkan tabel berikut menunjukkan bahwa diperoleh nilai F sebesar 27,718 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha=5\%$) atau 0,05, maka nilai $\text{sig} < \alpha = 0,000 < 0,05$ karena $\text{sig} < \alpha$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya variabel-variabel independen yaitu modal, lokasi, promosi dan lama usaha secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

3. Uji Koefisien Determinasi

Tujuan dari koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui seberapa kemampuan variabel independen yang secara keseluruhan dalam menjelaskan Y atau variabel dependen. Dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (R Square).

Tabel 5.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.539	.519	1.819

a. Predictors: (Constant), Lama Usaha, Lokasi, Modal, Promosi
Sumber : Hasil Olah Data

Berdasarkan model Summary dan menunjukkan bahwa besarnya Adjusted R Square ialah sebesar 0,519 atau 51,9 %. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa pendapatan (Y) dipengaruhi oleh variabel modal, lokasi, promosi, dan lama usaha sebesar 0,519 atau 51,9% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yaitu sebesar 0,481 atau 48,1% di luar model.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh modal terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM

Dalam penelitian ini peneliti telah mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa faktor dari variabel modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM. Hal ini bisa dilihat berdasarkan hasil regresi yang telah diperoleh peneliti ialah T hitung $3,602 > T$ tabel $1,983$ dengan tingkat signifikansi $0,001$ yang artinya lebih kecil dari $0,05$.

Faktor modal yang dimaksud dalam hal ini ialah modal yang digunakan modal awal dalam bentuk uang yang dipergunakan untuk membeli barang-barang dagangan kemudian dijual kembali (Utami dan Wibowo, 2013). Dalam pengertian ekonomi, modal ialah uang ataupun barang yang faktornya berupa produksi tanah dan tenaga kerja memperoleh barang dan jasa yang baru. Modal ataupun biaya ialah salah satu faktor yang sangat penting untuk setiap usaha baik itu usaha skala kecil, skala menengah, ataupun skala besar (Tambunan, 2002). Hal tersebut mempengaruhi pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM untuk memulai suatu usaha mereka.

Selain itu modal merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh terhadap banyaknya pendapatan. Modal kerja juga

berpengaruh terhadap peningkatan jumlah suatu barang ataupun produk yang telah dihasilkan. Sehingga akan meningkatkan suatu pendapatan (Agyapong,2010). Pendapatan yang di peroleh oleh setiap individu ataupun setiap kelompok masyarakat sangat bergantung dari kepemilikan faktor produksi. Semakin besar modal atau semakin besar faktor produksi yang dimiliki, maka probabilitas pendapatan yang telah diterima akan semakin meningkat (Aris Artaman,2015).

Menurut Atun (2016) menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada pedagang pasar Prambanan kabupaten Sleman. Selain itu menurut Sasmitha dan Ayuningsasi (2017) bahwa variabel modal kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengrajin pada industri kerajinan bambu di Desa Belega Kabupaten Gianyar. Dan menurut Putra (2015) bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hasil penelitian ini membuktikan baik secara parsial maupun secara simultan modal berpengaruh positif terhadap pendapatan dan lama usaha ialah variabel moderating yang telah memperkuat pengaruh variabel modal dan tenaga kerja terhadap pendapatan. Artinya ketika terjadi peningkatan modal maka pendapatan perusahaan tersebut akan meningkat. Hasil dari penelitian berikut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Supriadi (2012) yang dimana modal kerja diperlukan demi untuk meningkatkan produksi, karena dengan adanya pertumbuhan produksi, produsen harus mempunyai dana untuk membiayai aktiva lancar atau operasional sehari-harinya.

Manurung (2008) juga menjelaskan bahwa dalam membangun sebuah bisnis maka dibutuhkan suatu dana yang dikenal dengan modal. Bisnis yang dibangun tidak akan bisa berkembang tanpa didukung oleh modal, sehingga modal dapat dikatakan jadi jantungnya saat ingin memulai suatu usaha (Yuniartini, 2013).

2. Pengaruh lokasi terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM

Dalam penelitian ini peneliti telah mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa faktor dari variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM. Hal ini bisa dilihat berdasarkan hasil regresi yang telah diperoleh peneliti ialah T hitung $3,126 > T$ tabel $1,983$ dengan tingkat signifikansi $0,002$ yang artinya lebih kecil dari $0,05$.

Untuk memilih lokasi untuk berdagang ialah suatu keputusan yang sangat penting untuk memulai bisnis karena untuk membujuk pelanggan untuk mampir ke lokasi berdagang dalam hal memenuhi kebutuhannya. Memilih suatu lokasi memiliki fungsi yang sangat strategis karena hal itu dapat menentukan tercapai atau tidaknya badan usaha (Wulan dkk, 2013). Banyaknya konsumen yang membeli barang dagangannya tentu akan meningkatkan pendapatan dan keuntungan pedagang dalam pemilihan lokasi perlu diperhatikan (Tjiptono, 2008).

Hasil penelitian di dukung oleh Setiaji dan Fatuniah (2018) bahwa lokasi ialah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada

pedagang di pasar Johor Semarang Selain itu menurut Atun (2016) variabel lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan pada pedagang di pasar prambanan kabupaten sleman. Dan menurut Wirawan dkk (2015) bahwa Secara langsung lokasi pemasaran menunjukkan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar.

Lokasi menjadi satu hal yang sangat penting apabila ingin memulai sebuah usaha ataupun bisnis. Mempunyai lokasi yang strategis dan terjangkau sering menjadi pilihan utama karena memudahkan mobilitas konsumen. Jika lokasi pemasaran berada di suatu tempat yang strategis maka pendapatan pelaku UMKM akan meningkat. Hal ini disebabkan karena pemilihan lokasi yang strategis dalam memasarkan suatu produk merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan penjualan barang sehingga dapat meningkatkan suatu pendapatan.

Pemilihan lokasi pemasaran tidak sekedar hanya menentukan tempat berjualan namun harus melihat perkembangan wilayah dari lokasi pemasaran tersebut karena keberadaan usaha UMKM dapat menjadikan suatu jaminan untuk keberlanjutan ekonomi dari UMKM itu sendiri. Tingkat perkembangan suatu wilayah dinyatakan tinggi dan lebih cenderung mempunyai fasilitas dan infrastruktur yang menjadi pendukung yang lebih lengkap dan lebih menunjang suatu kebutuhan hidup masyarakat, dan memiliki kepadatan penduduk yang tinggi juga. Sebaliknya, wilayah tingkat perkembangan dengan tingkat rendah

mempunyai suatu kualitas dan kuantitas fasilitas dan infrastruktur jauh di bawah wilayah dengan perkembangan tinggi dan relatif memiliki kepadatan penduduk yang rendah. Selain itu juga harus melihat keberadaan pesaing atau kompetitor lainnya dengan usaha yang sejenis atau sama yang berada di wilayah tersebut, untuk menghindari persaingan secara tidak sehat dalam usaha bisnis perdagang (Wirawan dkk, 2015).

3. Pengaruh promosi terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM

Dalam penelitian ini peneliti telah mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa faktor dari variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM. Hal ini bisa dilihat berdasarkan hasil regresi yang telah diperoleh peneliti ialah T hitung $1,450 < T$ tabel $1,983$ dengan tingkat signifikansi $0,150$ yang artinya lebih besar dari $0,05$.

Yang di maksud dengan promosi ialah sama jenis nya dengan komunikasi yang artinya memberikan suatu penjelasan tentang barang dagangan pada konsumen dan meyakinkan nya tentang barang dan jasa tersebut. Tujuan dari promosi ialah mendapatkan perhatian mengingatkan, dan meyakinkan konsumen. Strategi promosi sangat penting dilakukan dalam menunjang kegiatan usaha dalam tujuan meningkatkan omzet penjualan dan paling tidak dapat mempertahankan tingkat penjualan yang sudah berhasil dilakukan, karena dalam perusahaan strategi promosi dianggap penting karena banyak mendorong permintaan ataupun tingkat

penjualan dengan mengarahkan serta komunikasi secara langsung dengan pembeli (Goenadhi, 2011).

Berdasarkan hasil survey di lapangan (wawancara) menunjukkan bahwa rata-rata para pedagang tidak memaksimalkan strategi promosi dan lebih banyak dari mereka hanya mengandalkan pendapatan mereka di “Sunmor UGM”. Menurut asumsi bahwa Sunmor UGM ialah tempat berbelanja baik perlengkapan rumah, kos-kosan, pakaian maupun makanan, tempat olahraga, atau sekedar jalan-jalan pagi. Jadi, Sunmor meskipun dengan tidak mempromosikan barang dagangan mereka, karena tempat Sunmor sudah dikenal oleh masyarakat jogja dan pengunjung lainnya. Selain dikenal dengan berbagai macam barang dagangan Sunmor juga dikenal dengan harga yang relatif murah. Sehingga menurut para pedagang bahwa faktor yang paling berpengaruh ialah faktor letak dagangan atau lokasi tempat mereka berdagang. Dan hasil survey sudah membuktikan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM.

4. Pengaruh Lama usaha terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM

Dalam penelitian ini peneliti telah mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa faktor dari variabel lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada pedagang di Sunmor UGM. Hal ini bisa dilihat berdasarkan hasil regresi yang telah diperoleh peneliti ialah

T hitung 2,452 > T tabel 1,983 dengan tingkat signifikansi 0,016 yang artinya lebih kecil dari 0,05.

Faktor dari Lama usaha yang dimaksud merupakan suatu hal yang penting dalam berdagang dan dapat memengaruhi pendapatan, karena semakin lama seseorang melakukan usahanya maka akan mempunyai strategi yang lebih bagus dan sudah benar dalam mengelola suatu usaha, memproduksi dan memasarkan produknya, karena sudah pasti pedagang yang lama usaha mempunyai pengalaman yang banyak untuk berbisnis, baik itu pengetahuan dan mampu mengambil suatu keputusan yang baik dalam kondisi dan keadaan apapun. Selain itu, seseorang yang telah melakukan lama usaha akan semakin mempunyai relasi atau pelanggan dengan jumlah yang cukup banyak. Faktor lama usaha juga merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi pendapatan, semakin lama seseorang melakukan usahanya maka akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi dan memasarkan produknya, karena pengusaha atau pedagang tersebut memiliki pengalaman, pengetahuan serta mampu mengambil keputusan dalam kondisi dan keadaan apapun. Selain itu seseorang yang lebih lama melakukan usahanya akan semakin memiliki relasi atau pelanggan yang lebih banyak (Setiaji dan Fatuniah, 2018).

Penelitian ini di dukung oleh Adhitama (2015) bahwa variabel lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Selain itu menurut Setiaji dan Fatuniah (2018) menyatakan bahwa variabel lama

usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Dan menurut Antara dan Aswitari (2016) bahwa variabel lama usaha (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Kecamatan Denpasar Barat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Sukirno (2006), yang menyatakan lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak laku. Semakin lama seseorang menekuni bidang usaha maka seseorang tersebut akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya/keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Teori menurut Sudarman (1990) bahwa besarnya pendapatan seseorang tergantung dari sedikit atau banyaknya waktu yang digunakan untuk bekerja, semakin lama ia bekerja maka semakin besar juga pendapatannya. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa lama usahanya seseorang akan mendapatkan pendapatan yang tinggi juga. Dalam penelitian ini bahwa variabel lama usaha menggunakan indikator teori menurut Foster (2001) yaitu bahwa terdapat beberapa hal untuk menentukan pengalaman seseorang ialah masa kerja, tingkat pengetahuan, penguasaan dan keterampilan terhadap pekerjaan maupun peralatannya.

