

PENGARUH MODAL USAHA, LOKASI USAHA, DAN HARGA JUAL PRODUK TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG KAKI LIMA DI TAMAN TAJAMARA SUMENEP

Triana Ayu Safitri¹

Laurentia Maria Husada²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja Madura

[triana040203@gmail.com](mailto: triana040203@gmail.com)¹; [lorentia@wiraraja.ac.id](mailto: lorentia@wiraraja.ac.id)²

ABSTRACT

Pendapatan pedagang kaki lima adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan usaha atau jual beli yang dilakukan secara mandiri dalam bentuk omset penjualan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal usaha, lokasi usaha, dan harga jual produk terhadap pendapatan pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep. Penelitian ini dilakukan terhadap pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kasual. Dengan prosedur pengumpulan data yang penulis lakukan adalah melakukan observasi, wawancara, dan penyebaran angket yang disebarkan kepada 50 responden pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep. Pengolahan data menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan metode Partial Least Squares (PLS) yang diolah dengan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial modal usaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep. Secara parsial, lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep. Serta secara parsial harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep.

Keywords : *Modal Usaha, Lokasi Usaha, Harga Jual Produk, Pendapatan, Pedagang Kaki Lima*

PENDAHULUAN

Pedagang kaki lima merupakan bagian dari sektor ekonomi informal dan merupakan bentuk usaha informasi yang umum ditemui di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Pedagang kaki lima merupakan jenis usaha sektor ekonomi informal yang mudah dimulai karena modal usahanya kecil, pengelolaannya sederhana, tidak memerlukan izin usaha yang rumit, dan bisa berjualan dimana saja. Namun, karena skala usaha mereka kecil, pendapatan pedagang kaki lima sering kali tidak menentu setiap harinya dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal.

Berdasarkan hasil wawancara pada Bapak Hari Santoso sebagai ketua Paguyuban Pedagang kaki lima Taman Tajamara Sumenep pada bulan februari tahun 2024 dari area luar taman

direlokasi di dalam area Taman. Hasil relokasi selama beberapa bulan kedepan menjadi ramai pengunjung, sehingga para pedagang memerlukan modal usaha yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan usahanya. Proses perpindahan tidak hanya menuntut dana tambahan untuk penyesuaian tempat baru atau perbaikan fasilitas dagang, tetapi juga menimbulkan biaya tak terduga lainnya yang berpotensi menguras modal usaha yang sudah ada.

Menurut Bapak Hari Santoso sebelumnya para pedagang menempati di sekitar area Taman Tajamara Sumenep tepatnya di pinggir jalan raya yang menyebabkan kemacetan lalu lintas bahkan kesannya kotor sehingga tidak terlihat seperti taman. Oleh karena itu dilakukan penertiban dilarang untuk melakukan aktifitas jual beli di pinggir jalan. Menurut bapak Chainur Rasyid

hal tersebut telah diatur dalam Perda Nomor 11 Tahun 2018 tentang Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima.

Terjadinya relokasi pedagang kaki lima di Taman Tajamara Sumenep tidak menutup kemungkinan akan menaikkan harga jual produk karena banyaknya biaya yang dikeluarkan dalam proses relokasi. Namun juga jika pedagang kaki lima menaikkan harga jual setelah relokasi menjadi suatu kesempatan karena banyaknya akan terjadi banyaknya permintaan. Terutama pada masyarakat Sumenep yang dimana kebanyakan masyarakat Sumenep cenderung mencari produk dengan kualitas yang baik, kuantitas yang banyak, namun tetap memiliki harga yang ekonomis. Jika para pedagang di Taman Tajamara Sumenep menaikkan harga dengan menjaga keualitas namun tidak memerhatikan porsi atau salah satunya tidak di perhatikan maka mereka akan melakukan transaksi jual beli di tempat lain dan juga akan selalu membandingkannya sehingga menyebabkan pendapatan pedagang kaki lima tersebut tidak stabil.

Berdasarkan latar belakang tersebut untuk menguji dan menganalisis apakah modal usaha, lokasi usaha, dan harga jual produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang kaki lima. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menyusun penelitian berjudul “Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Harga Jual Produk Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Taman Tajamara Sumenep”. Dengan tujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang cara mengoptimalkan pendapatan.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kasual. Dilaksanakan di taman Tajamara Sumenep yang berlokasi di Labengseng, Kolor, Sumenep dengan waktu penelitian dilaksanakan dari bulan November 2024 sampai pada bulan Juni 2025. Populasi dalam penelitian ini yaitu

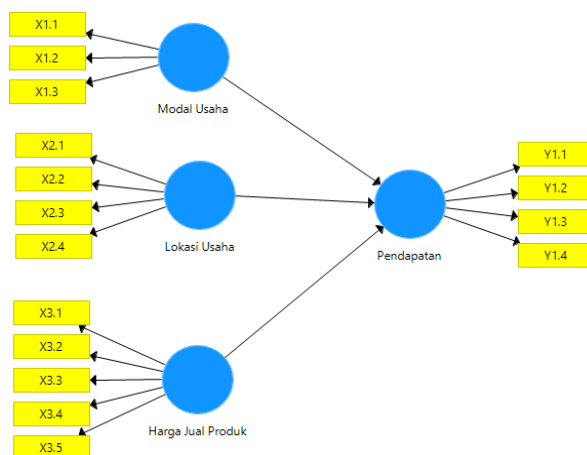
seluruh pedang kaki lima yang berjualan di dalam area taman Tajamara Sumenep dengan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Maka sampel dalam penelitian ini yaitu seluruh pedagang kaki lima yang terdaftar pada paguyuban pedagang kaki lima taman Tajamara Sumenep sebanyak 50 pedagang.

Jenis data yang digunakan yaitu data subjek dan sumber data yang digunakan yaitu data primer. Peneliti menggunakan beberapa metode instrument pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak yaitu SmartPLS untuk mengukur data dengan penggunaan Structural Equation Modeling (SEM), dengan metode pendekatan Partial Least Square (SEM-PLS).

HASIL PENELITIAN

Model Pengukuran (Outer Model)

Penelitian ini menggunakan program aplikasi software SmartPLS 3.0 untuk pengujian, dengan metode statistik Structural Equation Modelling (SEM) dan metode pendekatan Partial Least Square (PLS). Berikut adalah model penelitian yang dirancang dan disajikan menggunakan aplikasi software SmartPLS 3.0 :



Sumber : Outer smartpls 3.0, 2025

Gambar 1. Model Penelitian

Pengujian model pengukuran bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel laten dengan indikator, untuk mengukur outer model dilakukan

dengan pengujian validitas dan realibilitas. Sehingga, hasil analisis selanjutnya dapat

dipertanggungjawabkan keabsahannya.

Uji Validitas

Uji Validitas Konvergen (Convergent validity)

Menurut Hair dkk., (2019) validitas konstruk diuji dengan menggunakan uji validitas konvergen indikator dapat dikatakan valid jika nilai loading factor (LF) sebesar $> 0,70$ dan indikator dikatakan tidak valid jika nilai loading factor (LF) sebesar $< 0,70$, sedangkan variabel indikator menunjukkan konsisten jika nilai average variance extracted (AVE) $> 0,5$ begitupun sebaliknya variabel indikator menunjukkan tidak konsisten jika nilai average variance extracted (AVE) $< 0,5$. Berikut merupakan hasil yang telah diperoleh dari serangkaian pengujian yang dilaksanakan dengan memanfaatkan perangkat lunak SmartPLS 3.0 :

Tabel 1. Nilai Outer Loading

Indikator	Outer Loading Value	Syarat	Ket
X1.1	0,809	$> 0,708$	VALID
X1.2	0,867	$> 0,708$	VALID
X1.3	0,912	$> 0,708$	VALID
X2.1	0,838	$> 0,708$	VALID
X2.2	0,850	$> 0,708$	VALID
X2.3	0,830	$> 0,708$	VALID
X2.4	0,863	$> 0,708$	VALID
X3.1	0,899	$> 0,708$	VALID
X3.2	0,865	$> 0,708$	VALID
X3.3	0,894	$> 0,708$	VALID
X3.4	0,850	$> 0,708$	VALID
X3.5	0,835	$> 0,708$	VALID
Y1.1	0,742	$> 0,708$	VALID
Y1.2	0,776	$> 0,708$	VALID
Y1.3	0,717	$> 0,708$	VALID
Y1.4	0,778	$> 0,708$	VALID

Sumber : data analisis menggunakan smartpls 3.0, 2025

Tabel 1 tersebut diperlihatkan nilai outer loading semua indikator di dalam variabel bernilai lebih besar dari 0,708. Sehingga menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan memiliki validitas yang sangat kuat dan dapat diandalkan dalam

merepresentasikan serta menjelaskan variabel laten yang relevan. Sehingga, indikator tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 2. Nilai AVE

Variabel	AVE Value	Standar AVE
X1 Modal Usaha	0,746	0,5
X2 Lokasi Usaha	0,715	0,5
X3 Harga Jual Produk	0,755	0,5
Y Pendapatan	0,568	0,5

Sumber : data analisis menggunakan smartpls 3.0, 2025

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai AVE modal usaha sebagai X1 sebesar 0,746, lokasi usaha sebagai X2 sebesar 0,715, harga jual produk sebagai X3 sebesar 0,755, dan pendapatan sebagai Y sebesar 0,568 lebih besar dari nilai standar AVE yaitu $> 0,5$. Oleh karena itu, uji validitas konvergen telah terpenuhi, yang memungkinkan kita dapat menyimpulkan bahwa model penelitian ini valid.

Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Uji validitas diskriminan dapat terlihat dengan kriteria jika nilai Heterotrait Monotrait (HTMT) $< 0,85$ (Hair dkk., 2019). Selain itu nilai cross loading menyatakan bahwa dibandingkan loading factor indikator terhadap variabel latennya, loading factor tersebut terhadap variabel laten lain yang seharusnya diukur jauh lebih besar.

Tabel 3. Nilai HTMT

	X1 Modal Usaha	X2 Lokasi Usaha	X3 Harga Jual Produk	Y Pendapatan
X1 Modal Usaha				
X2 Lokasi Usaha	0,330			
X3 Harga Jual Produk	0,627	0,475		
Y Pendapatan	0,333	0,566	0,541	

Sumber : data analisis menggunakan smartpls 3.0, 2025

Hasil dari tabel 3 tersebut memperlihatkan nilai HTMT (Heterotrait Monotrait) dari seluruh hubungan antar variabel model membuktikan bahwa nilai yang kurang dari 0,85 untuk semua variabel. Sehingga, model memenuhi kriteria validitas diskriminan disimpulkan valid.

Tabel 4. Nilai Fornell-Larcker

Criterion	X1 Modal Usaha	X2 Lokasi Usaha	X3 Harga Jual Produk	Y Pendapatan
X1 Modal Usaha	0,864			
X2 Lokasi Usaha	0,294	0,845		
X3 Harga Jual Produk	0,536	0,444	0,869	
Y Pendapatan	0,287	0,484	0,470	0,754

Sumber : data analisis menggunakan smartpls 3.0, 2025

Hasil dari tabel 4 menyajikan hasil uji fornell-lareker criterion. Akar kuadrat AVE untuk masing-masing variabel, yaitu modal usaha (0,864), lokasi usaha (0,845), harga jual produk (0,869) dan pendapatan (0,754). Terlihat pada tabel 4.13 bahwa setiap variabel, nilai pada diagonal (akar kuadrat AVE) lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi di baris dan kolom yang sesuai.

Tabel 5. Nilai Cross Loading

Indikator	X1 Modal Usaha	X2 Lokasi Usaha	X3 Harga Jual Produk	Y Pendapatan
X1.1	0,809	0,217	0,533	0,155
X1.2	0,867	0,222	0,409	0,233
X1.3	0,912	0,304	0,482	0,312
X2.1	0,180	0,838	0,343	0,259
X2.2	0,258	0,850	0,420	0,490
X2.3	0,356	0,830	0,268	0,362
X2.4	0,193	0,863	0,436	0,448
X3.1	0,507	0,350	0,899	0,438
X3.2	0,427	0,384	0,865	0,395
X3.3	0,428	0,432	0,894	0,453
X3.4	0,481	0,461	0,850	0,428
X3.5	0,504	0,275	0,835	0,297
Y1.1	0,298	0,379	0,407	0,742
Y1.2	0,200	0,331	0,348	0,776
Y1.3	0,105	0,349	0,218	0,717
Y1.4	0,230	0,393	0,408	0,778

Sumber : data analisis menggunakan smartpls 3.0, 2025

Nilai cross loading pada tabel 5 menyatakan bahwa dibandingkan loading factor indikator terhadap variabel latennya, loading factor tersebut terhadap variabel laten lain yang seharusnya diukur jauh lebih besar. Dengan demikian, dapat disimpulkan model penelitian ini secara keseluruhan dinyatakan valid. Ini menegaskan kecukupan diskriminan antar variabel laten.

Uji Realibilitas

Nilai Cronbach's Alpha, Composite Reliability dan rho_A lebih besar dari nilai 0,7 (> 0,7) memenuhi

kriteria yang seharusnya, sebaliknya jika kurang dari nilai 0,7 (,0,7) maka tidak memenuhi kriteria digunakan dalam uji realibilitas pada metode pendekatan PLS (Hair dkk., 2019).

Tabel 6. Nilai Cronbach's Alpha, rho_A, Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
X1 Modal Usaha	0,836	0,917	0,898
X2 Lokasi Usaha	0,870	0,896	0,909
X3 Harga Jual Produk	0,919	0,929	0,939
Y Pendapatan	0,748	0,755	0,840

Sumber : data analisis menggunakan smartpls 3.0, 2025

Berdasarkan tabel 6 diatas nilai Cronbach's Alpha pada modal usaha (0,836), lokasi usaha (0,870), harga jual produk (0,919), dan pendapatan (0,748) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar lebih dari 0,7. Selanjutnya nilai rho_A pada modal usaha (0,917), lokasi usaha (0,896), harga jual produk (0,929), dan pendapatan (0,755) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar lebih dari 0,7. Selanjutnya pada Composite Reliability modal usaha (0,898), lokasi usaha (0,909), harga jual produk (0,939), dan pendapatan (0,840) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar lebih dari 0,7. Dengan demikian, dapat disimpulkan model penelitian ini secara keseluruhan dinyatakan reliabel.

Model Struktut (Inner Model)

Uji kolinearitas

Menrut Hair dkk., (2019) dengan kriteria nilai Variance Inflation Factor (VIF) bernilai kurang dari atau sama dengan 4.

Tabel 7. Nilai VIF

	X1 Modal Usaha	X2 Lokasi Usaha	X3 Harga Jual Produk	Y Pendapatan
X1 Modal Usaha				1,411
X2 Lokasi Usaha				1,253
X3 Harga Jual Produk				1,606
Y Pendapatan				

Sumber : data analisis menggunakan smartpls 3.0, 2025

Berdasarkan tabel 7 nilai VIF menunjukkan modal usaha terhadap

pendapatan (1,411), lokasi usaha terhadap pendapatan (1,253), dan harga jual produk terhadap pendapatan (1,606). Menunjukkan bahwa nilai VIF diterima karena berada kurang dari 4.

Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Menurut (Hair dkk., 2019) kriteria pada nilai R-Square yaitu 0,25, 0,50 dan 0,75 dapat disimpulkan bahwa model lemah, moderate dan kuat.

Tabel 8. Nilai R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Pendapatan	0,316	0,271

Sumber : data analisis menggunakan smartpls 3.0, 2025

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat adjusted R Square dalam penelitian mempunyai nilai sebesar 0,271, artinya kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan Y sebesar 27,1% (moderate) sehingga dapat diartikan bahwa dalam menjelaskan modal usaha, lokasi usaha, dan harga jual produk moderate yaitu 27,1%, sedangkan sisanya 72,9% merupakan pengaruh variabel independen lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Uji Kesesuaian Model (Goodness of Fit)

Uji kesesuaian model dapat terlihat menggunakan nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR), menurut Garson (dalam Sayyida, 2023;8) nilai SRMR dibawah 0,08 menunjukkan model fit (cocok) serta dalam (Karin, dkk, 2003) nilai SRMR antara 0,08-0,10 menyatakan model dapat diterima.

Tabel 9. Nilai SRMR

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,088	0,088

Sumber : data analisis menggunakan smartpls 3.0, 2025

Berdasarkan tabel 9 nilai SRMR sebesar 0,088 yang menunjukkan bahwa model dapat diterima karena ada diantara 0,08 – 0,10. Sehingga menjelaskan bahwa model pengukuran dapat diterima dengan baik.

Uji Hipotesis

Keputusan pengujian dapat dikatakan diterima apabila hasil sesuai dengan Rule of Thumb, jika t-hitung dengan nilai t sebesar 1,96 pada taraf signifikan (α) sebesar 0,05.

Tabel 10. Nilai Path Coefficients

Hubungan Antar Konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Modal Usaha -> Pendapatan	0.022	0.045	0.179	0.124	0.902
Lokasi Usaha -> Pendapatan	0.341	0.368	0.139	2.453	0.014
Harga Jual Produk -> Pendapatan	0.307	0.298	0.136	2.258	0.024

Sumber : data analisis menggunakan smartpls 3.0, 2025

Berdasarkan tabel 10 diketahui dengan pengujian bootstrap bertujuan untuk mengurangi masalah terhadap ketidaknormalan pada data dalam penelitian ini. Hasil pengujian dengan menggunakan SmartPLS metode bootstrapping menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima, sehingga hipotesis H1 ditolak. Sebaliknya, lokasi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima, sehingga hipotesis H2 diterima. Demikian pula, harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima, sehingga hipotesis H3 diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima

Setelah dilaksanakan analisis dengan jelas menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep. Meskipun pengaruhnya tidak signifikan secara statistik, namun dengan adanya korelasi positif menunjukkan bahwa modal usaha tetap menjadi elemen pendukung. Terdapat faktor-faktor lain yang lebih dominan terutama dengan pengelolaan modal usaha yang baik, pedagang dapat memastikan ketersediaan persediaan yang optimal, menghindari kelebihan

atau kekurangan stok. Pada pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep yang menempati lokasi yang strategis, yaitu di area yang ramai dikunjungi masyarakat, terletak di tengah kota dan tidak jauh dari pasar. Faktor lainnya yaitu meskipun dengan modal usaha yang besar, tanpa pengelolaan keuangan yang tepat para pedagang akan kesulitan memisahkan keuangan pribadi dan usahanya.

Meskipun modal usaha yang memadai berpotensi memperkuat posisi kompetitif sekaligus menarik minat konsumen lebih banyak, namun tanpa pengelolaan modal yang cermat dapat menyebabkan kekurangan atau penumpukan stok barang yang menyebabkan pelanggan beralih ke pesaing karena ketidakmampuan memenuhi permintaan. Menurut Ernawati dkk., (2020:139) masalah yang sering kali terjadi pada modal usaha yaitu saat dagangan PKL tidak habis terjual, yang berarti modal mereka belum bisa memutar kembali seluruhnya. Kondisi ini mengharuskan pedagang mencari solusi agar modal usaha dapat berputar kembali, agar dapat membeli bahan baku atau memproduksi yang akan dijual keesokan harinya.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Alkumairoh & Warsitasari (2022) lakukan yang mengungkapkan bahwa modal usaha tidak berpengaruh positif pada pendapatan UMKM pedagang pasar Gambar. Menurut Alkumairoh & Warsitasari (2022:213) besarnya modal tidak serta-merta menjamin peningkatan pendapatan disebabkan oleh kelebihan persediaan barang yang tidak diimbangi dengan minat beli konsumen yang bisa berujung pada penurunan kualitas produk dan pada akhirnya memengaruhi harga jual. Di samping itu, risiko kerusakan barang juga turut meningkat, berpotensi menyebabkan kerugian bagi pedagang dan mengurangi pendapatan mereka. Oleh karena itu, pengelolaan persediaan yang efektif didasari oleh perkiraan permintaan yang akurat dan strategi perputaran barang yang efisien

dapat memaksimalkan pendapatan pedagang.

Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima

Setelah dilaksanakan analisis dengan jelas menunjukkan bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep. Hasil penelitian ini diperkuat dengan lokasi taman Tajamara Sumenep termasuk lokasi yang cukup strategis yang memberikan keuntungan tersendiri bagi pedagang kaki lima yang berdagang di area tersebut. Lokasi yang mudah diakses dan berada di area keramaian secara efektif menarik lebih banyak pelanggan tetap.

Menurut Ayuningtyas dkk., (2024:145) kepercayaan pelanggan terhadap usaha dan citra perusahaan dapat dipengaruhi oleh lokasi usaha sehingga dapat mempengaruhi jumlah pelanggan dan pendapatan. Lokasi usaha yang mudah dijangkau, aman, dan terletak di tengah pusat aktivitas menjadi salah satu strategi penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan dapat memaksimalkan pendapatan. Dengan mempertimbangkan aksesibilitas dan visibilitas di area tersebut, lokasi usaha menjadi aset yang penting untuk memaksimalkan pendapatan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Astutik dkk., (2021) yang membuktikan bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Boyolali. Menurut Astutik dkk., (2021:44) semakin strategisnya suatu lokasi usaha, maka pendapatan yang diterima akan makin meningkat. Oleh karena itu, dalam mengembangkan usaha pedagang kaki lima perlu mempertimbangkan faktor lokasi usaha sejak awal merupakan langkah penting dalam menyusun strategi usaha jangka panjang yang dapat membuka akses yang lebih luas kepada konsumen. Sehingga, usaha memiliki peluang besar untuk berkembang dan dapat memaksimalkan pendapatan. Selain itu,

pemilihan lokasi yang strategis juga berpotensi meningkatkan visibilitas dan memudahkan konsumen menemukan produk atau layanan yang ditawarkan.

Pengaruh Harga Jual Produk Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima

Setelah dilaksanakan analisis dengan jelas menunjukkan bahwa harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep. Jika harga jual produk terlalu rendah pedagang akan kehilangan mendapatkan keuntungan, sementara jika harga jual produk terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik produk. Pedagang perlu mempertimbangkan nilai tambah produk seperti kualitas dan kemasan untuk menentukan harga yang tepat. Strategi penetapan harga yang cerdas mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk biaya produksi, nilai produk di mata konsumen, dan harga pesaing. Terutama pada sebagian besar masyarakat Sumenep cenderung mencari produk dengan kualitas yang baik, kuantitas yang banyak, namun tetap dengan harga yang terjangkau.

Menurut Daro dkk., (2021:283) harga jual memegang peranan penting dalam perolehan pendapatan suatu entitas bisnis, sebab penetapan nilai moneter pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan secara langsung menentukan besaran pemasukan dan keuntungan finansial yang akan diterima oleh perusahaan. Harga jual produk bukan hanya soal angka nominal, tetapi juga mencerminkan nilai produk untuk mencapai keberlanjutan usaha. Pedagang harus cermat dalam penetapan harga jual produk agar sesuai dengan kondisi pasar dan mampu menetapkan harga jual produk yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa & Suprayitno (2020) menunjukkan harga jual secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Menurut Nisa & Suprayitno (2020:14) biaya yang dikeluarkan oleh petani

jagung juga mempengaruhi kualitas dan kuantitas jagung yang dihasilkan, hal tersebut akan mempengaruhi harga jagung dan pendapatan yang diterima oleh petani jagung. Oleh karena itu penetapan harga yang tepat bukan hanya sekedar menentukan nilai suatu barang, tetapi juga merupakan instrumen kunci dalam memperoleh pendapatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji data dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Modal usaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep.
2. Lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep.
3. Harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di taman Tajamara Sumenep.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfrida Sekar Ayuningtyas, Arif Farida, & Era Trianita Saputra. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lama Usaha dan Teknologi Informasi terhadap Pendapatan Thrift Shop di Kota Surakarta. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 128–147. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2268>
- Alkumairoh, A. F., & Warsitasari, W. D. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Pedagang Pasar Gambar Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. *Sosebi*, 2(2), 202–219.
- Daro, M. K. S., Banda, Y. M., & Ma, S. G. (2021). Biaya Pemeliharaan Dan Harga Jual Terhadap

- Pendapatan Petani Cengkeh Di Desa Selalejo Timur. *Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora*, 1(2), 275–286.
- Ernawati, F. Y., Rochmah, S., & Apriliyani, D. (2020). Analisis Pengaruh Modal, Jam Kerja, Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus PKL di Halaman PT Mercindo Global Manufaktur Bawen). *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS*, 3(1), 137–149.
- Ernida, E., Fahmi, E., & Desi, G. (2021). Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Operasional Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Yamuri Kecamatan Mulyorejo. *Jurnal Sustainable*, 01(1). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/sustainable/index>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. Dalam *European Business Review* (Vol. 31, Nomor 1, hlm. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Rahmanda, E., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Modal Pribadi, Harga dan Sosial Media terhadap Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(10).
- Salim, A., & Nurdin, H. (2020). Lokasi, Kebergaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Raya Amahami (Kota Bima). *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 132–140. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.740>
- Sayyida. (2023). Structural Equation Modeling (Sem) Dengan Smartpls Dalam Menyelesaikan Permasalahan Di Bidang Ekonomi Sayyida. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 4.
- Sugiyono, T. (2018). Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi). *Bandung: Alfabeta*.
- Wulan Widia Astutik, Suhesti Ningsih, & Sri Laksmi Pardanawati. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Teknologi Informasi, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1(4), 33–47. <https://doi.org/10.69714/17v18797>
- Zykiene, I., Snieska, V., Bruneckiene, J., & Burksaitiene, D. (2021). Assessment of regions using an index for a location's attractiveness for business development. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 34(1), 1366–1384. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1825106>