

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Keberadaan usaha kecil menengah mempunyai peran yang cukup besar terhadap perekonomian. Hal ini memberikan dampak positif terhadap perekonomian suatu daerah khususnya dan negara pada umumnya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 2 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia tentang Standar Pelayanan Minimal untuk Ritel. Regulasi-regulasi ini memastikan bahwa toko buah harus menjual produk yang aman dan berkualitas, serta memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai harga dan asal usul produk. Kepatuhan terhadap regulasi ini tidak hanya melindungi konsumen tetapi juga berpotensi meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya dapat berdampak positif pada pendapatan toko.

Negara Indonesia adalah negara yang sedang berkembang dan saat ini sedang melaksanakan pembangunan di segala bidang, baik dibidang ekonomi, sosial kebudayaan, politik maupun bidang lainnya. Keberhasilan pembangunan tidak terlepas dari partisipasi seluruh rakyat dan sikap mental, tekad dan semangat serta disiplin para penyelenggara negara. Semakin pesatnya perkembangan perekonomian di Indonesia khususnya di usaha mikro sektor jasa perlu menjadi perhatian khusus bagi pemerintah karena banyak bermunculan perusahaan mikro dengan berbagai bentuk dan jenis usaha (Hadiyanto, 2016).

Salah satu sektor usaha yang sedang berkembang adalah usaha penjualan buah yang cukup terkenal di kalangan masyarakat pecinta buah kota Parepare, Buah merupakan salah satu produk hortikultura yang kaya akan vitamin, mineral, serat dan lemak nabati. Setiap jenis buah memiliki keunikan dan daya tariknya tersendiri baik dari segi rasa, aroma, warna dan bentuk yang mengandung nilai-nilai estetika. Buah-buahan dapat dikonsumsi dalam bentuk segar maupun olahan. Buah sangat kaya dengan kandungan vitamin C yang merupakan antioksidan kuat dan pengikat radikal bebas juga meningkatkan kerja sistem imunitas sehingga mampu mencegah berbagai penyakit infeksi.(Aphrodita 2013)

Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil

industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Pendapatan terdiri atas upah, gaji, sewa, deviden, keuntungan dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu misalnya: seminggu, sebulan, setahun atau jangka waktu yang lama. Arus pendapatan tersebut muncul sebagai akibat dari adanya jasa produktif (*Productive service*) yang mengalir ke arah yang berlawanan dengan aliran pendapatan yaitu jasa produktif yang mengalir dari masyarakat ke pihak bisnis yang berarti bahwa pendapatan harus didapatkan dari aktivitas produktif. (Saragih, M.Sc, 2017)

Toko buah merupakan bagian integral dari industri pangan, menyediakan produk segar kepada konsumen. Namun, keberhasilan toko buah tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan produk, tetapi juga oleh berbagai faktor yang memengaruhi pendapatan dan profitabilitasnya. Studi-studi sebelumnya telah menyoroti beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan toko buah, seperti modal usaha, harga jual, dan lokasi toko. Toko buah merupakan salah satu jenis usaha mikro dan kecil yang memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal. Sebagai bagian dari sektor perdagangan dan pertanian, toko buah tidak

hanya menyediakan produk-produk segar bagi konsumen, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pendapatan pedagang dan petani lokal. (Smith, J. et al. 2020)

Setiap usaha berdagang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan. Pendapatan yang dihasilkan oleh toko buah akan digunakan untuk menambah modal usaha dan memenuhi kebutuhan. Kesejahteraan penjualan dapat diukur dari pendapatannya. Oleh karena itu untuk mengetahui besarnya pendapatan pada toko buah harus memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pendapatan yang diperoleh toko buah tersebut.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan pada toko buah guna meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha tersebut. (Artin, N. R. et al 2019)

Salah satu faktor yang sangat penting dalam memulai usaha adalah modal. Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Bagi orang yang baru memulai usaha, modal digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha. Sedangkan bagi pedagang yang sudah menjalankan usaha dengan waktu yang lama, modal digunakan untuk mengembangkan usaha dan memperluas pangsa pasar. (Rusmusi IMP 2018)

Modal merupakan dana yang diperlukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan sehari-hari, seperti pembelian bahan baku, pembayaran upah pegawai, membayar hutang dan pembayaran lainnya. Modal merupakan faktor penting dalam kegiatan usaha. Semakin besar modal yang digunakan, maka semakin besar pendapatan yang akan diperoleh (Tambunan, 2009).

Secara teoritis, modal usaha mempengaruhi peningkatan jumlah barang atau produk yang diperdagangkan sehingga akan meningkatkan pendapatan. Pendapatan yang diterima oleh masing-masing individu atau kelompok masyarakat sangat bergantung dari kepemilikan faktor produksi. Semakin besar modal atau faktor produksi yang dimiliki, maka probabilitas pendapatan yang diterima akan semakin tinggi. Modal berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Dimana semakin besar modal yang dikeluarkan dalam berdagang, maka akan semakin meningkatkan pendapatan yang diterima oleh pedagang. (Khasan Setiaji & Husaini 2017)

Faktor berikut adalah harga, strategi harga yang efektif dapat menciptakan persepsi nilai yang tinggi di kalangan pelanggan. Harga yang sesuai dengan kualitas produk buah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membantu dalam membangun loyalitas. penggunaan diskon dan promosi harga secara cerdas dapat meningkatkan daya tarik pelanggan dan merangsang pembelian

impulsif. Strategi harga ini dapat memiliki dampak langsung terhadap pendapatan toko buah. (Gupta, S. & Patel, R. 2019).

Penetapan harga yang tepat adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam menjalankan usaha yang bertujuan untuk memperoleh laba. Harga jual yang tinggi akan meningkatkan pendapatan pedagang, tentunya didasari dengan perhitungan harga pokok. Penetapan harga juga harus bisa bersaing dipasaran dan sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen.

Lokasi sebagai pengaruh pendapatan. Studi oleh (Johnson, et al. 2018), menemukan bahwa toko buah yang berlokasi lebih dekat dengan pusat kota cenderung memiliki volume penjualan yang lebih tinggi. Faktor ini dapat dikaitkan dengan tingginya aktivitas ekonomi di pusat kota dan aksesibilitas yang lebih baik bagi konsumen. Kepadatan populasi di sekitar toko buah juga dapat menjadi indikator penting. Penelitian oleh (Brown and Smith 2019) menunjukkan bahwa toko buah yang berlokasi di daerah dengan kepadatan populasi yang tinggi memiliki peluang lebih besar untuk menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

Adapun keterampilan layanan pelayanan yang baik termasuk kemampuan berkomunikasi dan bersikap ramah, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung kembali dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Dan mungkin pelanggan juga cenderung percaya pada

toko buah yang telah beroperasi lama, yang dapat berdampak positif pada keputusan pembelian.

Menurut Artaman (2016), 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.

Salah satu aspek penting yang menjadi fokus dalam upaya meningkatkan daya saing adalah kualitas toko. Kualitas toko mencakup berbagai elemen, mulai dari tata letak, kebersihan, keramahan staf, hingga ketersediaan produk yang beragam dan berkualitas. Kualitas toko memainkan peran vital dalam membentuk persepsi konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Toko yang memiliki kualitas tinggi tidak hanya mampu menarik perhatian konsumen, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini, kualitas toko tidak hanya berkaitan dengan aspek fisik, tetapi juga dengan pelayanan yang diberikan, pengalaman berbelanja yang menyenangkan, serta kemampuan toko dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen. (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

Persaingan di industri ritel buah di berbagai daerah sangat ketat. Banyaknya pemain di pasar ini menuntut setiap toko untuk memiliki strategi yang efektif agar dapat bersaing dan menarik pelanggan. Beberapa toko buah berhasil meningkatkan pendapatan dengan menawarkan produk organik dan eksotis, serta memberikan pelayanan tambahan seperti pengantaran ke rumah dan layanan purna jual. Di sisi lain, ada juga toko yang mengalami penurunan pendapatan akibat kurangnya inovasi dan ketidakmampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan preferensi konsumen.

Objek penelitian ini memiliki pasar pangsa yang cukup bagus, banyak pedagang dan salah satunya pedagang buah lokal maupun non lokal, ada pedagang buah yang berjualan di pinggir jalan, pedagang buah keliling, pedagang buah musiman dan pedagang yang memiliki toko.

Tabel 1. 1 Pedagang buah yang ada di kota Parepare dan kabupaten Pinrang

No.	Pedagang buah di kota Parepare	Pedangan buah di kabupaten Pinrang
1.	Toko buah chaska fruit	Toko buah chaska fruit
2.	Toko buah segar manis	Toko buah sehat segar
3.	Toko buah segar sehat	Aneirah buah
4.	Toko azlinda	My fruit id

5.	Toko buah rifki	UD buah palelang
6.	Rasya buah	Surya buah
7.	Inayah buah	Fruits food
8.	Warung buah RJ	
9.	Raja buah segar	
10.	Buah segar istiqamah	
11.	Toko ratu raja buah	
12.	Toko alfatih fruits	
13.	Toko buah anugrah	

Sumber : Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil observasi table 1.1 diketahui bahwa pedagang buah di kota Parepare lebih banyak di banding pedagang buah di kabupaten Pinrang.

Persaingan pedagang buah di kota Parepare dan kabupaten Pinrang cukup ketat namun kebanyakan pedagang hanya menjual *pure* buah impor maupun lokal, berbeda dengan Chaska fruit yang menjual buah impor dan lokal yang jarang pedagang buah lain menjualnya seperti blueberry, brokoli dan masih banyak lagi. Chaska fruit juga menyediakan berbagai olahan buah seperti salad buah, asinan buah, rujak buah, ubi cilembu pangang dan juga *pressed juice*.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan membahas bagaimana pendapatan usaha toko buah dengan melihat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha. Ada beberapa

faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan pada suatu usaha seperti modal usaha, harga, lokasi dan mungkin masih banyak lagi.

Adapun objek yang penulis teliti adalah toko buah Chaska fruit Pare-pare dan chaska fruit cabang Pinrang yang merupakan toko buah yang cukup populer di kalangan pecinta buah , Chaska fruit adalah toko buah yang menyediakan buah lokal maupun impor (dominan) dan juga menyediakan produk olahan buah. Maka dari itu peneliti akan meneliti tentang faktor-faktor pendapatan antara ke-2(dua) toko tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pada toko buah Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang”**

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan di angkat dan menjadi focus penelitian adalah:

1. Berapa besar pendapatan yang diperoleh Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan toko buah Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui Berapa besar pendapatan yang diperoleh Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang
2. Untuk Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan toko buah Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya :

1. Penelitian ini diharapkan dapat di jadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan bagi peneliti sebagai hasil pengamatan langsung dalam pengembangan suatu bisnis usaha
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi bagi masyarakat terkait dengan pendapatan suatu usaha
3. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi bagi masyarakat terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan toko buah
4. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian teori

1. Pendapatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Pendapatan juga diartikan sebagai pencarian atau penemuan (tentang sesuatu yang tidak ada sebelumnya). Pengertian tersebut menitik beratkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya dikonsumsi.

Menurut (Tohar dalam Arifini, 2013), mengatakan bahwa pendapatan bagi sejumlah pelaku usaha merupakan uang yang telah diterima oleh pelanggan dari perusahaan sebagai hasil penjualan barang dan jasa. Pendapatan juga diartikan 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.

Menurut (Sadono Sukirno dalam Arifini, 2013) mengatakan dalam teori ekonomi mikro bahwa pendapatan adalah perolehan yang berasal dari biaya-biaya faktor produksi atau jasa-jasa produktif. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pendapatan adalah seluruh perolehan baik yang berasal dari biaya faktor

produkst maupun total output yang dihasilkan untuk seluruh produksi dalam suatu perekonomian dalam jangka waktu tertentu.

Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas barang dan jasa yang dijual, dan merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah perusahaan, karena pendapatan akan dapat menentukan maju-mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkannya. Pendapatan pada dasarnya diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa yang diberikan.

Menurut Ilmu Ekonomi, pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Defenisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan badan usaha pada awal periode dan menekankan pada jumlah nilai statis pada akhir periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah kenaikan harta kekayaan karena perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.

Menurut (Maheswara, 2016) pendapatan adalah aliran masuk harta yang timbul dari penyerahan barang atau jasa yang di

lakukan oleh suatu unit usaha selama satu periode tertentu. Pendapatan juga dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

Definisi lain dari pendapatan adalah sejumlah dana yang diperoleh dari pemanfaatan faktor produksi yang dimiliki (Anggraini, 2019). Sumber pendapatan tersebut meliputi:

- a. Sewa kekayaan yang digunakan oleh orang lain, misalnya menyewakan rumah dan tanah.
- b. Upah atau gaji karena bekerja kepada orang lain ataupun menjadi pegawai negeri.
- c. Bunga karena menanamkan modal di bank ataupun perusahaan, misalnya mendepositokan uang di bank dan membeli saham.
- d. Hasil dari usaha wiraswasta, misalnya berdagang, berternak, mendirikan perusahaan, ataupun bertani.

Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Definisi lain dari pendapatan adalah jumlah

penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan dan biasanya pendapatan seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan. Dengan demikian pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat. Pendapatan keluarga berupa jumlah keseluruhan pendapatan dan kekayaan keluarga, dipakai untuk membagi keluarga dalam tiga kelompok pendapatan, yaitu pendapatan rendah, pendapatan menengah dan pendapatan tinggi (Artaman,2016).

Pendapatan adalah merupakan hasil yang didapatkan dari usaha seseorang sebagai ganti jerih payah atas usaha yang dikerjakan, sedangkan pendapatan industri adalah pendapatan yang diperoleh karena telah mengorganisasikan seluruh faktor produksi yang dikelolanya, pendapatan yaitu pendapatan yang diperoleh dari jumlah produk fisik yang dihasilkan dikalikan dengan harga juanya atau dalam matematik dapat dinyatakan :

$$TR = Q \cdot P$$

Keterangan:

TR : Total revenue (pendapatan kotor total)

P : Price / harga (produk)

Q : Quantity / Jumlah barang (total penjualan)

Adapun macam-macam pendapatan menurut siti aminah(2019) adalah :

a. Pendapatan Pribadi

Pendapatan pribadi adalah semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima penduduk suatu negara.

b. Pendapatan Disposibel

Pendapatan disposibel adalah pendapatan pribadi dikurangi pajak yang harus dibayarkan oleh para penerima pendapatan, sisa pendapatan yang siap dibelanjakan inilah yang dinamakan pendapatan disposibel.

c. Pendapatan nasional

Pendapatan nasional adalah nilai seluruh barang-barang jadi dan jasa-jasa yang diproduksi oleh suatu negara dalam satu tahun.

Didalam pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua, yaitu pendapatan permanen (permanen income) dan pendapatan sementara (absolute income). Pendapatan permanen dapat diartikan:

- 1) Pendapatan yang selalu diterima pada periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, sebagai contoh adalah pendapatan upah dan gaji.
- 2) Pendapatan yang diperoleh dari hasil semua faktor yang menentukan kekayaan seseorang.

Pendapatan secara umum bisa dikelompokkan ke

dalam tiga kelompok (Boediono, 2013) yakni:

- a. Gaji dan upah ialah kompensasi yang didapat ketika seseorang sudah menyelesaikan suatu pekerjaan, yang diberikan dalam satu hari, satu minggu ataupun satu bulan.
- b. Pendapatan dari usaha sendiri merupakan pendapatan dari bisnis milik individu atau rumah tangga.
- c. Pendapatan dari usaha lain merupakan pendapatan yang didapat dari usahasampingan misalnya hasil penyewaan aset yang dimiliki, tunjangan pensiunan, dan sumbangan dari orang lain.

Menurut Sundari (2017) pendapatan dapat dibedakan menjadi:

- a. Pendapatan kotor yaitu total pendapatan yang dikurangi hasil pokokpenjualan.
- b. Pendapatan bersih yaitu pendapatan kotor yang dikurangi pengeluaran danbiaya-biaya.

Dan menurut bentuknya pendapatan dibedakan menjadi:

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

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

Jenis pendapatan yang dimiliki perusahaan akan sangat ditentukan oleh bidang usaha yang digeluti perusahaan tersebut. Karena itu, sebuah perusahaan mungkin hanya memiliki satu jenis pendapatan, sementara perusahaan yang lain bisa memiliki lebih dari satu jenis pendapatan.

Menurut Sundari (2017) untuk keperluan manajerial, pendapata dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

- a. Pendapatan total, yaitu jumlah seluruh pendapatan dari penjualan. Pendapatan total (*total revenue*) adalah hasil perkalian dari jumlah unit terjual dengan harga jual per unit.
- b. Pendapatan rata-rata atau pendapatan per unit barang dan jasa (*average revenue*), yaitu pendapatan rata-rata dari setiap unit penjualan. Oleh karena itu maka pendapatan rata-rata dapat juga dirumuskan sebagai hasil bagi dari pendapatan total dengan jumlah unit yang terjual.
- c. Pendapatan tambahan atau penerimaan marginal (*marginal revenue*), yaitu tambahan pendapatan yang didapat untuk setiap tambahan satu unit penjualan atau produksi.

Menurut (Juspiana 2019:12) ada 2 jenis pendapatan yaitu:

a. Pendapatan permanen (permanent income)

Pendapatan permanen adalah pendapatan rata-rata yang di sepakati dan di harapkan dalam jangka panjang. Sumber pendapatan ini berasal dari pendapatan upah/gaji (expected labour income) dan non upah/ non gaji (expected income from assets).

b. Pendapatan relative (relatif income)

Teori ini adalah pendapatan relatif (relative income hypothesis, disingkat RIH) yang dikembangkan oleh James Duessenberry. Kendatipun mengakui pengaruh dominan pendapatan terhadap konsumsi, teori ini lebih memperhatikan aspek psikologis rumah tangga dalam menghadapi perubahan pendapatan disposibel dalam jangka pendek akan berbeda dibanding dalam jangka panjang. Perbedaan ini pun dipengaruhi oleh jenis perubahan pendapatan yang dialami.

Aspek peningkatan pendapatan memerlukan dua faktor penunjang utama yaitu tersedianya lapangan pekerjaan dan stabilitas nilai tukar (internal maupun eksternal), atau dalam istilah sehari-hari lebih dikenal dengan stabilitas makroekonomi. (Juspiana 2019)

a. Lapangan pekerjaan

Lapangan pekerjaan adalah sumber nafkah utama

bagi setiap orang dewasa. Sangatlah tidak mungkin seorang tanpa bekerja mendapat nafkah atau pendapatan. Negara atau pemerintah sangatlah tidak mungkin menciptakan lapangan pekerjaan bagi seluruh masyarakatnya, karena berbagai keterbatasan yang dihadapi. Oleh karena itu, agar masyarakat memiliki sumber pendapatan, tidak mungkin pemerintah menjadikan seluruh rakyatnya menjadi pegawai negeri sehingga mempunyai lapangan pekerjaan dan sumber pendapatan. Yang dapat dilakukan pemerintah adalah mendorong aktivitas ekonomi di masyarakat, melalui pengembangan investasi, sehingga akan tercipta aneka ragam lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

b. Stabilitas nilai tukar

Stabilitas nilai tukar baik internal (harga barang dan jasa yang dikonsumsi setiap hari) maupun eksternal (kurs), juga berpengaruh pada peningkatan pendapatan, khususnya daya beli seseorang. Bila pendapatan naik 10%, sementara harga barang dan jasa naik lebih tinggi dari 10%, maka daya beli dari pendapatan orang tersebut justru menurun. Dalam hal ini, pemerintah sebagai penyelenggara negara, sangat tidak mungkin mendiktekan harga dan kurs kepada seluruh masyarakatnya, yang dapat dilakukan pemerintah adalah mendorong aktivitas ekonomi di masyarakat, melalui

pengembangan investasi, sehingga akan mendorong terciptanya keseimbangan antara penawaran dan permintaan barang dan jasa di masyarakat yang akan membantu terbangunnya stabilitas harga (nilai tukar), baik untuk harga barang dan jasa domestik maupun nilai tukar uang domestik dengan uang asing.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2015:23.1)) Pendapatan merupakan penghasilan timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas normal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa.

Pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima atau dihasilkan dari penjualan dari pada suatu periode yang telah dikurangi HPP dan biaya. Pendapatan bisnis merupakan tujuan utama perusahaan. Bahkan perusahaan yang sudah mendapatkan pendapatan akan tetap mencari cara untuk meningkatkannya terus menerus.

Indikator pendapatan yaitu peningkatan pendapatan, Peningkatan pendapatan adalah kemampuan pelaku usaha untuk menghasilkan laba selama waktu tertentu dengan menggunakan semua modal kerjanya.

Berikut ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan yaitu:

- a. Menambah produk atau layanan
- b. Tingkatkan nilai jual kepada pelanggan
- c. Perluas bidang industry
- d. Mencari target konsumen baru
- e. Jual produk atau layanan dalam ukuran lebih besar
- f. Hindari kompetisi harga
- g. Proses bisnis sederhana dan kurangi biaya operasional

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan yaitu:

a. Modal

Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan harta benda yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan. Persoalan di sini bukanlah penting tidaknya modal, karena keberadaannya memang sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola modal secara

optimal sehingga bisnis yang dijalankan dapat berjalan lancar (Furqon, 2017).

Modal merupakan hal yang utama dalam menjalankan suatu usaha, termasuk berdagang. Modal merupakan barang-barang atau peralatan yang dapat digunakan untuk melakukan proses produksi. (muhammad arif, 2015)

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang digunakan dalam proses produksi atau menghasilkan output. Modal merupakan kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan pada waktu yang akan datang. Modal yang digunakan dapat bersumber dari modal sendiri, namun bila ternyata modal sendiri tidak mencukupi dapat ditambah dengan modal pinjaman, jadi, secara umum jenis modal yang dapat diperoleh untuk memenuhi kebutuhan modalnya terdiri atas modal sendiri dan modal pinjaman. (Nur Isnı Atun 2016)

Modal merupakan variabel yang banyak memberikan pengaruh dalam fenomena berdagang. Modal bagi para pedagang toko / kios, sangatlah dibutuhkan guna menjalankan usahanya. Modal pedagang umumnya tergolong kecil, sebab mengandalkan modal mandiri ataupun hasil pinjaman dari otoritas keuangan yang relative kecil.

Menurut Kasmir, modal kerja digunakan untuk membiayai operasional perusahaan selama perusahaan beroperasi.

Jangka waktu penggunaan modal kerja relatif pendek, yaitu satu atau beberapa siklus operasional perusahaan (satu tahun). modal kerja digunakan untuk keperluan membeli bahan baku, membayar gaji, dan biaya pemeliharaan serta biaya-biaya lainnya. (kashmir dalam rauza alfani 2020).

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang digunakan dalam proses produksi atau menghasilkan output. Modal merupakan kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan pada waktu yang akan datang. Modal yang digunakan dapat bersumber dari modal sendiri, namun bila ternyata modal sendiri tidak mencukupi dapat ditambah dengan modal pinjaman. Jadi, secara umum jenis modal yang dapat diperoleh untuk memenuhi kebutuhan modalnya terdiri atas modal sendiri, modal pinjaman dan modal patungan. (Nenden Rilla A, 2019)

1) Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal sendiri terdiri dari tabungan, sumbangan, hibah dan lain sebagainya. Kelebihan modal sendiri adalah:

Tidak ada biaya seperti biaya bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban perusahaan.

- a) Tidak tergantung pada pihak lain, artinya perolehan dana diperoleh dari setoran pemilik modal.

- b) Tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan memakan waktu yang relatif lama.
- c) Tidak ada keharusan pengembalian modal, artinya modal yang ditanamkan pemilik akan tertanam lama dan tidak ada masalah seandainya pemilik modal mau mengalihkan ke pihak lain.

Kekurangan modal sendiri adalah:

- a) Jumlahnya terbatas, artinya untuk memperoleh dalam jumlah tertentu sangat tergantung dari pemilik dan jumlahnya relatif terbatas.
- b) Perolehan modal sendiri dalam jumlah tertentu dari calon pemilik baru sulit karena mereka akan mempertimbangkan kinerja dan prospek usahanya.
- c) Kurang motivasi pemilik, artinya pemilik usaha yang menggunakan modal sendiri motivasi usahanya lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan modal asing.

2) Modal Patungan

Selain modal sendiri atau pinjaman, juga bisa menggunakan modal usaha dengan cara berbagai kepemilikan usaha dengan orang lain. Caranya dengan menggabungkan antara modal sendiri dengan modal satu orang teman atau beberapa orang.

Berdasarkan sifatnya modal dapat dibedakan menjadi modal tetap dan modal lancar. Modal tetap adalah modal yang sifatnya tetap, tidak terpengaruh oleh proses produksi dan tidak habis digunakan dalam sekali proses produksi. Contoh: gedung, mesin-mesin dan alat-alat pengangkutan. Sedangkan modal lancar adalah modal yang habis dalam satu kali proses produksi atau berubah bentuk menjadi barang jadi. Contoh: bahan baku dan bahan-bahan penolong.

Modal sehari-hari dalam usaha dagang lebih mudah disebut sebagai modal lancar yaitu kekayaan atau aktiva yang diperlukan oleh pedagang untuk menyelenggarakan kegiatan jual beli atau untuk membiayai operasionalnya sehari-hari. Modal lancar digunakan untuk membeli barang dagangan, pembayaran upah dan pembiayaan operasional lainnya yang berlangsung terus-menerus dalam kegiatan jual beli yang diharapkan akan terus meningkatkan pendapatan pedagang.

Menurut (Alam S, 2008) Modal memiliki macam-macam yang dapat digolongkan berdasarkan sumbernya, bentuknya, berdasarkan pemilikannya, dan berdasarkan sifatnya seperti berikut:

- a. Modal berdasarkan sumbernya

- a) Modal sendiri, yaitu modal yang berasal dari dalam perusahaan sendiri. Misalnya, setoran modal dari pemilik.
 - b) Modal asing, yaitu modal yang bersumber dari luar perusahaan. Misalnya, pinjaman dari bank.
- b. Modal berdasarkan bentuknya
- a) Modal konkret, yaitu modal yang dapat dilihat secara nyata dalam proses produksi. Misalnya, mesin, gedung, mobil, dan peralatan.
 - b) Modal abstrak, yaitu modal yang tidak memiliki bentuk nyata, tetapi mempunyai nilai bagi perusahaan. Misalnya hak paten dan hak merek.

c. Modal berdasarkan pemiliknya

- a) Modal individu (perorangan), yaitu modal yang sumbernya dari perorangan dan hasilnya menjadi sumber pendapatan bagi pemiliknya. Contohnya adalah rumah pribadi yang disewakan atau bunga tabungan di bank.
- b) Modal masyarakat (modal umum), yaitu modal yang dimiliki oleh pemerintah dan digunakan untuk kepentingan umum dalam proses produksi. Contohnya adalah rumah sakit umum milik pemerintah, jalan, jembatan, atau pelabuhan.

d. Modal berdasarkan sifatnya

- a) Modal tetap, yaitu jenis modal yang dapat digunakan secara berulang-ulang. Misalnya, mesin-mesin dan bangunan pabrik.
- b) Modal lancar, yaitu modal yang habis digunakan dalam satu kali proses produksi. Misalnya, bahan-bahan baku.

Adapun hubungan modal dengan pendapatan yaitu:

Modal mempengaruhi peningkatan jumlah barang atau produk yang diperdagangkan sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Pendapatan yang diterima oleh masing-masing individu atau kelompok masyarakat sangat

bergantung dari kepemilikan faktor produksi. Semakin besar modal atau faktor produksi yang dimiliki, maka probabilitas pendapatan yang diterima akan semakin tinggi. (Komang Gede Candra Adi Putra, 2018)

Modal juga memiliki beberapa indikator menurut (Andi Patiwara 2019) modal usaha antara lain adalah:

1) Modal yang di gunakan

Maksud dari modal yang di gunakan adalah, modal apa yang di gunakan untuk membangun suatu usaha, apakah modal sendiri, Modal pinjaman atau modal bersama.

2) Pemanfaatan penggunaan modal

Adanya pemanfaatan penggunaan modal untuk mempermudah pendirian perusahaan baru, membantu perkembangan perusahaan, meningkatkan investasi, dan memperlancar alih teknologi.

3) Peningkatan modal

Peningkatan modal atau penambahan modal adalah biaya yang dikeluarkan untuk menambah aset baru atau meningkatkan aset yang sudah ada.

b. Harga

Menurut Kotler dalam Zulkarnaen (2018) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Didalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai, dan utility adalah konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan utility yaitu suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan memuaskan konsumen. Value merupakan nilai dari suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter antara barang dengan barang. Akan tetapi ekonomi sekarang tidak dapat melakukan barter lagi, namun sudah menggunakan uang sebagai ukuran nilainya yang disebut harga. Jadi harga yaitu nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Teori harga adalah teori yang menjelaskan bagaimana harga barang di pasar terbentuk. Pada dasarnya harga suatu barang ditentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran atas barang tersebut, sedangkan permintaan dan penawaran atas suatu barang ditentukan oleh banyak faktor.

Harga mencerminkan nilai suatu barang dan jasa. Semakin tinggi harga barang atau jasa maka akan semakin tinggi pula nilainya. Harga dapat dikelompokkan menjadi 5 jenis (Zulkarnaen, 2018), diantaranya:

- 1) Harga subjektif merupakan nilai barang dan/atau jasa yang dinilai oleh penjual maupun pembeli berdasarkan perspektif yang berbeda
- 2) Harga objektif merupakan nilai barang dan/atau jasa dinilai oleh penjual maupun pembeli atas dasar kesepakatan bersama.
- 3) Harga pokok merupakan keseluruhan yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tertentu. Tujuannya untuk menetapkan harga jual pokok yang bersaing. Harga pokok dibedakan menjadi dua, yaitu:
 - a) Harga pokok historis adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang ditambah dengan biaya lainnya hingga barang ditawarkan kepada masyarakat.
 - b) Harga pokok normatif adalah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi barang ditambah dengan biaya lainnya hingga barang ditawarkan kepada masyarakat.
- 4) Harga dasar merupakan harga eceran terendah yang

ditetapkan atas suatu barang.

- 5) Harga tertinggi merupakan harga maksimum yang ditetapkan atas suatu barang.

Ada beberapa komoditi tergantung pada kebijakan pemerintah. Akan tetapi, kebijakan pemerintah tidaklah termasuk kedalam kekuatan penawaran dan permintaan, melainkan merupakan salah satu dari sekian faktor yang bekerja dalam penawaran dan permintaan guna menentukan harga dan jumlah barang. Ada beberapa bentuk intervensi harga oleh pemerintah yang dikeluarkan melalui undang-undang dan peraturan pemerintah (Indah dan Fajar, 2017), diantaranya:

- 1) Penetapan harga minimum (*price floor*) bertujuan melindungi produsen.

Harga minimum ini tentu harus lebih tinggi dari harga pasar. Dalam melakukan intervensi ini, pemerintah harus mengikuti mekanisme penawaran dan permintaan pasar. Kebijakan ini mengakibatkan *inefisiensi* produksi karena harga minimum relatif tinggi. Sehingga produsen mengalami over produksi. Di samping itu, akan mengakibatkan *inefisiensi* konsumsi, konsumsi mengalami penurunan (*under consumption*) hal ini mengurangi surplus konsumen.

2) Penetapan harga atau upah maksimum (*price ceiling*).

Jika *price floor* bersifat pro produsen, *price ceiling* (harga maksimum) yang rendah dari harga, bersifat pro konsumen.

3) *Price fixing*, penetapan harga dipaku untuk komoditi

tertentu. Untuk bisa menetapkan harga suatu komoditi, produsen harus mempunyai market power. Permintaan biasanya tidak bisa dikendalikan oleh regulator. Oleh karena itu, dalam mengubah harga suatu barang, pemerintah menggunakan sisi penawaran. Jika regulator akan menaikkan harga suatu barang dari harga pasaran, regulator harus menghilangkan kelebihan penawaran. Sementara itu, jika regulator akan menurunkan harga dari posisi harga pasar, regulator harus menghilangkan kelebihan permintaan.

Menurut (Indah dan Fajar, 2017) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga adalah sebagai berikut:

1) Kenaikan harga sebenarnya

Kenaikan harga yang sebenarnya ini bisa terjadinya karena bertambahnya persediaan uang, berkurangnya produktivitas, bertambahnya kemajuan aktivitas, dan berbagai pertimbangan kebijakan fiskal dan moneter.

2) Kenaikan harga buatan

Kenaikan harga buatan ini bisa terjadi karena para pengusaha serakah, ada para pengusaha atau pedagang yang sengaja menimbun.

3) Kenaikan harga kebutuhan pokok

4) Harga monopoli

Monopolisasi adalah upaya perusahaan atau kelompok perusahaan yang relatif besar dan memiliki posisi dominan untuk mengatur atau meningkatkan kontrol terhadap pasar dengan cara berbagai praktek anti kompetitif seperti penetapan harga yang mematikan dan persaingan yang tertutup.

Berikut indikator harga menurut (Indah dan Fajar, 2017):

- 1) Strategi penetapan harga
- 2) Penentuan / Penetapan harga
- 3) Faktor-faktor yang dipertimbangkan saat penetapan harga
- 4) Perubahan harga khusus

c. Lokasi

Lokasi usaha merupakan faktor pemicu munculnya biaya yang signifikan, sehingga lokasi dapat digunakan untuk menyusun strategi bisnis atau sebaliknya menghancurkan sebuah usaha. Ketika usaha sudah diputuskan akan beroperasi di suatu lokasi tertentu, maka konsekuensinya biaya-biaya yang

muncul akibat dipilihnya lokasi tersebut harus ditanggung pemilik usaha.(Eko Nur Fu'ad, 2015).

Pemilihan lokasi yang baik adalah salah satu yang harus diperhatikan oleh pedagang, agar usahanya dapat terlihat oleh orang banyak, sehingga terdapat beberapa pertimbangan yang akan dipikirkan untuk menentukan lokasi yang tepat. Penentuan lokasi tersebut harus diperhatikan oleh pedagang karena tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan melakukan kerusakan.

Pemilihan lokasi usaha dapat berpengaruh pada pendapatan usaha tersebut. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan potensi kunjungan konsumen yang berimplikasi pada bertambahnya pendapatan. Kriteria pemilihan lokasi yang tepat meliputi akses mudah, mudah dilihat dari berbagai arah, serta sering dilalui konsumen, indikator lokasi berupa aksesibilitas, lalu lintas, lingkungan, persaingan, visibilitas, parkir, serta ekspansi

Menjalankan kegiatan usaha jelas memerlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi usaha. Lokasi usaha ini penting baik sebagai tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas penyimpanan, atau untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau yang di jual baik jenis, jumlah, maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung (Kasmir, 2009).

Lokasi Usaha menurut Kasmir, adalah tempat melayani konsumen, dapat juga diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Menurut Kotler dan Amstrong, lokasi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen.

Rambat Lipiyoadi mengatakan bahwa lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan akan beroperasi dan ditempatkan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono, Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan dalam menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Menurut Sundari (2017) pengertian lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan

atau dikonsumsi. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.

Menurut Sundari (2017) ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadaan seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.
- 2) Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung merupakan service provider, dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, computer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak terlaksana dengan baik.

Menurut Sundari (2017) pemilihan tempat atau lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat, adapun faktor-faktor dalam pemilihan lokasi sebagai berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.

- 2) Visibilitas (penerangan), misalnya yang dapat dilihat dengan jelas dari tepiJalan.
- 3) Lalu lintas ,di mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
 - a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying*.
 - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulan.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman. Parkir kendaraan merupakan kebutuhan yang sanga penting. Kenyamanan berbelanja sangat ditentukan oleh rasa aman pembeli terhadap parkir kendaraan. Apabila pelanggan tidak menemukan tempat parkir yang aman dan nyaman. Mereka kemungkinan tidak akan singgah pada lokasi tersebut.
- 5) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- 6) Tren populasi dan mutu kehidupan. Pengusaha harus mengetahui situasi dan kondisi suatu daerah dan orang yang tinggal pada daerah tersebut. Dibutuhkan analisa populasi dan data demografis agar dapat mengetahui situasi lokasi, daerah yang akan dipilih

secara rinci. Analisa tren suatu warga seperti ukuran dan kepadatan populasi, jumlah dan ukuran keluarga, tingkat pendapatan, pendidikan, ras, agama, tren pertumbuhan akan memberikan fakta guna penentuan lokasi usaha.

- 7) Peraturan daerah dan iklim bisnis, pengusaha harus mengetahui iklim bisnis pada lokasi yang akan dipilih. Apakah ada peraturan pemerintah yang menguntungkan. Apakah ada keleluasaan yang diberikan pemerintah daerah, apakah trend bisnis yang akan ditawarkan dapat diterimamasyarakat.
- 8) Jasa publik, apakah lokasi yang akan dipilih memiliki jasa-jasa publik yang nanti akan menurunkan biaya. Lokasi sebaiknya dilengkapi dengan jasa-jasa publik seperti pembuangan sampah, saluran air bersih, listrik, telepon dan sejenisnya.
- 9) Reputasi lokasi, suatu daerah dengan komunitas tertentu memiliki karakteristik yang mungkin berbeda dengan daerah lain. Suatu daerah mungkin memiliki reputasi baik adakalanya suatu daerah memiliki reputasi kurang baik dalam beberapa hal, seperti keamanan, tanggapan masyarakat, ras dan agama. Tempat dimana bisnis memiliki kecenderungan selalu

gagal akan membuat reputasi daerah tersebut kurang baik dan memiliki pengaruh terhadap pemilihan lokasi.

Hubungan lokasi usaha dengan pendapatan yaitu:

Lokasi usaha yang strategis dapat menarik para konsumen, sehingga pedagang dapat memaksimalkan penjualan dan labanya. Semakin strategis atau tepat lokasi yang dipilih akan mendorong pendapatan yang semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya semakin tidak strategis lokasi usaha yang dipilih akan mendorong pendapatan yang diperoleh juga semakin rendah. (Sundari, 2017).

Menurut Fandy Tjiptono Ada beberapa indikator lokasi usaha antara lain:

- 1) Lokasi toko
- 2) Pemilihan lokasi toko
- 3) Pengomptimalan lokasi
- 4) Faktor-faktor pemilihan lokasi

d. Kualitas toko

Kualitas toko adalah konsep yang mengacu pada berbagai faktor yang secara keseluruhan menciptakan pengalaman belanja yang positif bagi pelanggan. Kualitas toko tidak hanya berkaitan dengan produk yang dijual, tetapi juga mencakup berbagai aspek pelayanan dan lingkungan fisik toko itu sendiri. Beberapa elemen utama dari kualitas toko termasuk

kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebersihan. (Kotler, P., & Keller, K.L. (2012).

Produk adalah campuran yang menyatu bagi pemasaran karena produk hasil dari kegiatan produksi. Didalam kegiatan pemasaran bisa dikatakan berhasil apabila produk yang diproduksi dapat menjadi daya tarik para konsumen hingga dapat memutuskan konsumen untuk membeli produk tersebut. (Thorik Gunara Utus Hardiono. (2007).

Produk tidak hanya berupa barang saja melainkan juga bisa dikatakan sebagai jasa yang kemudian di tawarkan kepada konsumen sehingga dapat menarik daya beli konsumen. Menurut (Suyadi Prawirosetono. (2007), Kriteria dan spesifikasi kebutuhan konsumen meliputi:

- 1) Produk yang dimiliki bermutu tinggi, memiliki merk yang baik serta dapat dipercaya.
- 2) produk dikemas semenarik mungkin sehingga dapat minat daya beli konsumen.
- 3) Penjual produk harus melayani dengan baik untuk konsumen demi adanya rasa puas.

Menurut Kotler & Keller (2012), kualitas pelayanan merupakan keseluruhan sifat-sifat dan karakter suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuan untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung.

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan fisik pelanggan. Pada gilirannya perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono & Chandra, 2012).

kinerja pegawai juga sangat penting untuk menilai kualitas pelayanannya, kinerja dapat dijadikan tolak ukur suatu keberhasilan dalam melaksanakan tugasnya. Pada hakikatnya kinerja merupakan pencapaian kerja yang dicapai oleh suatu usaha, Kinerja menjadi sangat penting karena suatu hasil kerja dapat dikatakan tercapai apabila kebutuhan masyarakat secara luas terpenuhi. (Bahruddin, B. Et all, 2023)

Konsumen (pelanggan) dapat menilai sebuah kualitas pelayanannya terhadap perusahaan setelah konsumen menerima jasa atau pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Pelanggan dapat menilai sebuah

kualitas pelayanan melalui lima aspek penting yaitu aspek reliabilitas (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy) dan bukti fisik (tangibles). Kelima aspek ini dikenal dengan aspek kualitas pelayanan jasa. (Fitriyani Syukri et al, 2024)

Kebersihan merupakan upaya untuk meniadakan sampah ataupun segala macam kotoran di suatu tempat. Kebersihan adalah hal yang tidak asing lagi untuk didengar. Sehingga sangat mudah untuk melakukan kebersihan ataupun untuk tetap menjaga agar tempat itu terlihat bersih.

Berdasarkan pengertian diatas, sudah jelas bahwa suatu kebersihan penting untuk diterapkan didalam lingkungan perdagangan. Sebab, dengan menjaga tingkat keberhasilan maka pembeli akan cenderung puas dan senang sehingga menciptakan rasa nyaman. Kebersihan bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti menyapu, membuang sampah ditempat sampah, dan masih banyak lagi yang dapat dilakukan.

Ada dua alasan yang menyebabkan pentingnya menjaga lingkungan yaitu dengan meningkatkan kualitas hidup pada dasarnya tidak terlepas dari peningkatan kesejahteraan masyarakat sehingga masyarakat tahu apa yang diperlukan dan keterlibatan masyarakat lebih meningkatkan efektifitas sistem pengelolaan lingkungan sehingga masyarakat

bertanggung jawab terhadap kebersihan lingkungan. Semakin banyak aktifitas masyarakat yang memanfaatkan pasar untuk keperluan hidupnya maka akan mengakibatkan semakin besarnya dampak negatif terhadap kebersihan pasar. (Nafsatul Rohma, (2017).

Berikut indikator kualitas toko menurut (Nafsatul Rohmah, 2017).:

- 1) Kualitas produk
- 2) Kualitas pelayanan
- 3) kebersihan

B. Penelitian terdahulu

Berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan di atas, dalam penelitian terdahulu ini akan dipaparkan beberapa temuan yang terkait dengan variabel Pendapatan Modal, Harga dan Lokasi.

1. Wardania et al (2019)

Dengan judul “efek modal, harga dan volume penjualan terhadap pendapatan pedagang pengecer kelapa dipasar langsa kota”. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh modal, harga dan volume penjualan terhadap pendapatan pedagang pengecer kelapa di Pasar Langsa Kota. Penelitian ini menggunakan metode survei dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan volume penjualan berpengaruh terhadap pendapatan

pedagang pengecer kelapa di Pasar Langsa Kota.

2. Karmin et al (2020)

Dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Pendapatan Pedagang di Pasar Bersehati Di Kota Manado”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan pendapatan pedagang di pasar bersehati di Kota Manado. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, jenis penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar bersehati di kota manado sedangkan tenaga kerja, lama usaha, pendidikan, jam kerja berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar bersehati dikota manado.

3. Marwhati 2020

Dengan judul “Analisis Pendapatan Pedagang Kaki Lima Sektor Informal Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di Jalan Talasalapang Kecamatan Rappocini Kota Makassar. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal, pengalaman berusaha dan alokasi waktu berusaha berpengaruh secara bersama-sama

terhadap pendapatan pedagang kaki lima. Secara parsial menunjukkan bahwa modal dan alokasi waktu berusaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima, sedangkan pengalaman berusaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Jalan Talasalapang Kecamatan Rappocini Kota Makassar.

4. Gahensya keloay et all 2019

Gahensya Keloay, Wehelmina Rumawas, Sandra Asaloei (2019) Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan sampel sebanyak 50 responden dan menggunakan teknik purposive sampling. Alat analisis yang digunakan dalam uji instrumen data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), analisis data (analisis regresi berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi R^2). Hasil dalam penelitian berdasarkan uji T yang diperoleh menyatakan bahwa harga adalah penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk Dabu-Dabu Irish fresh restaurant, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara individual. dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen yang dapat meningkatkan pendapatan.

5. Nurlisa el all. 2020

Dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Toko Kelontong di Kabupaten Aceh Utara”. Penelitian ini bertujuan menganalisis baik secara parsial dan simultan pengaruh faktor modal dan lokasi terhadap pendapatan toko kelontong di Kabupaten Aceh Utara. Analisis kuantitatif diperoleh dari data primer melalui penyebaran kuesioner kepada responden penelitian sebanyak 73 pedagang. Kesimpulan yang didapatkan menunjukkan hasil secara simultan modal dan lokasi terbukti signifikan mempengaruhi pendapatan, sedangkan secara parsial hanya modal yang berpengaruh signifikan.

C. Kerangka konseptual

Kerangka Pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Prinsip dari pada pembangunan adalah upaya untuk meningkatkan tingkat kehidupan masyarakat dimana setiap orang mendambakan kehidupan yang lebih baik lebih sejahtera lahir dan batin, serta terpenuhinya segala kebutuhan hidup. Untuk itu penduduk harus bekerja keras untuk meningkatkan pendapatannya

karena salah satu indikasi peningkatan kesejahteraan adalah meningkatnya pendapatan. Semakin besar pendapatan maka akan meningkatkan tingkat kesejahteraan didalam rumah tangga.

Di kota Parepare usaha kecil menengah dapat dijadikan sebagai wadah atau lapangan kerja bagi masyarakat sebagai usaha dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pendapatan merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh pedagang buah. Dalam penelitian ini pendapatan pedagang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

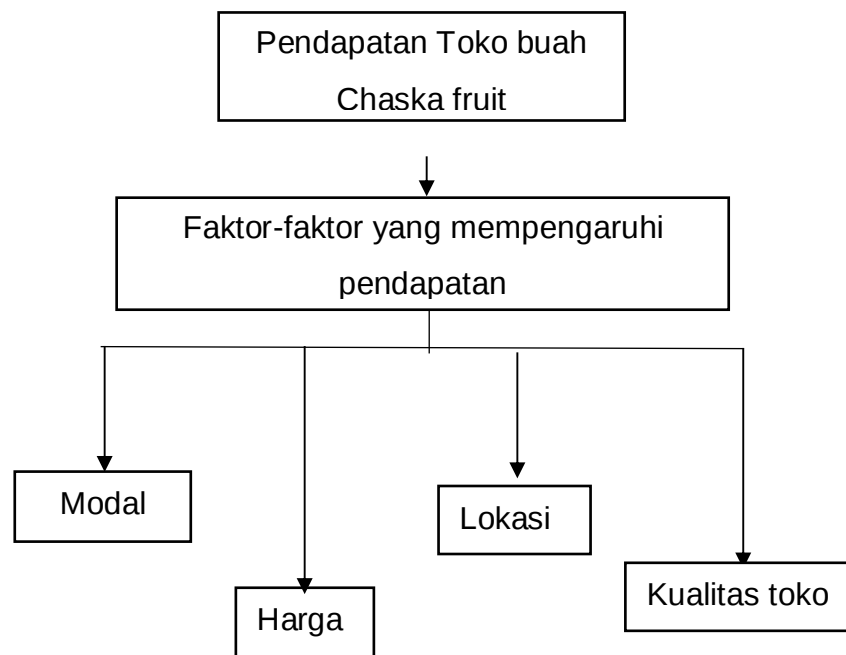
Faktor pertama yaitu modal, besar kecilnya modal yang dipergunakan dalam suatu usaha tentunya akan berpengaruh terhadap pendapatan yang akan diperoleh.

Faktor kedua adalah harga, penetapan harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan, semakin tinggi harga suatu produk maka semakin meningkat pendapatan yang akan diperoleh.

Faktor ketiga adalah lokasi, lokasi usaha yang strategis akan lebih menguntungkan karena lokasi usaha yang strategis akan lebih mudah mendapatkan pelanggan dibandingkan lokasi usaha yang kurang strategis.

Berikut ini merupakan gambar kerangka pemikiran pada penelitian ini:

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian ilmiah. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode ilmiah yang memiliki kriteria seperti: berdasarkan fakta, bebas prasangka, menggunakan prinsip analisis, dan menggunakan ukuran objektif.

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mencoba memberikan gambaran keadaan masa sekarang secara mendalam dan merupakan studi pendahuluan yang dapat digunakan sebagai informasi untuk penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail.

B. Waktu dan tempat penelitian

Penelitian dilakukan kurang lebih selama 2 bulan. Penelitian ini dilakukan di toko buah Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang.

C. Informan

Menurut sugiyono 2018 menjelaskan tentang sumber informasi dalam penelitian kualitatif adalah informan atau narasumber yang berhubungan dengan permasalahan peneliti dan

mampu menyampaikan informasi sesuai situasi dan kondisi latar penelitian. Informan adalah orang yang dapat memberikan suatu penjelasan yang kaya dengan detail, dan komprehensif menyangkut dengan subjek yang sedang dicari untuk pengumpulan data penelitian.

Informan dalam penelitian ini adalah owner dan karyawan toko buah Chaska fruit Parepare dan toko buah Chaska fruit cabang Pinrang.

D. Definisi operasional variabel

Dalam penelitian ini, ada empat variabel yang diukur, yaitu Modal Usaha, harga, lokasi, sebagai variabel bebas (*independent variable*), kemudian Pendapatan, sebagai variabel terikat (*dependent variable*).

1. Pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya)
2. Modal merupakan Sesuatu yang digunakan oleh pedagang untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha.
3. Harga merupakan nilai tukar yang bias disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari satu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu
4. Lokasi merupakan tempat pedagang untuk bekerja.

5. Kualitas toko merupakan konsep yang mengacu pada berbagai faktor yang secara keseluruhan menciptakan pengalaman belanja yang positif bagi pelanggan.

E. Jenis dan sumber data

1. Jenis data

a. Data primer

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama yang biasanya didapat melalui kegiatan wawancara dan lain sebagainya.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini diperoleh dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu dan buku.

2. Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dari owner (Bpk Wiryasa Putra dan karyawan toko buah Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang).

F. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulam data berupa:

1. Observasi

Teknik observasi dilakukan untuk mengamati perilaku dan aktivitas partisipan di lokasi penelitian. Aktivitas tersebut dapat dilakukan baik secara terstruktur maupun secara tidak terstruktur. Dalam kegiatan tersebut, peneliti dapat terlibat secara langsung, baik sebagai peserta maupun sebagai pengamat murni.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada obyek yang akan diteliti. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal lebih mendalam dari responden yang jumlahnya sedikit/kecil.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan informasi melalui pencarian bukti yang akurat sesuai fokus masalah penelitian. Dokumentasi dalam penelitian dapat berupa dokumen kebijakan, biografi, buku harian, surat kabar, majalah atau makalah. Dokumentasi dapat dilengkapi dengan rekaman, gambar, foto dan lukisan.

G. Teknik analisis data

Setelah data diperoleh, langkah selanjutnya adalah menganalisis data menurut (sugiyono, 2018) adalah dengan menggunakan teknik:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah awal yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang didapatkan dari observasi, membaca dokumen dan file yang dicatat sebelumnya.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah tahapan selanjutnya yang dilakukan peneliti untuk mengklasifikasikan dan mengelompokkan data yang sesuai dengan variabel. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data.

3. Penyajian Data

Merupakan tahapan setelah data di klasifikasikan dan dikelompokkan untuk kemudian diolah dan dianalisis untuk memperoleh kesimpulan. Data yang telah didapatkan dari hasil wawancara, dari sumber tulisan maupun dari sumber pustaka dikelompokkan, selain itu juga menyajikan hasil wawancara dari informan yaitu pemustaka yang sedang membaca di ruang perpustakaan.

4. Penarikan kesimpulan.

Kesimpulan yang dikemukakan dalam penelitian kualitatif harus didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten, sehingga kesimpulan yang dikemukakan merupakan temuan baru yang berifat kredibel dan dapat menjawab merupakan masalah yang ada.

5. Transkrip data

Mentranskripsikan bahasa lisan dari sebuah wawancara ke dalam format tertulis atau diketik dikenal sebagai transkripsi wawancara. Peneliti dapat secara akurat menganalisis dan menginterpretasikan data kualitatif yang dikumpulkan dari wawancara penelitian kualitatif mereka berkat jenis transkripsi yang tepat.

BAB IV

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah toko buah Chaska fruit

Dimulainya usaha Toko Buah Segar Manis pada bulan Mei 2019. Toko Buah Segar Manis ber-alamat di Jl. Andi Mappatola no.5, Parepare, Sulawesi Selatan. Awal berdirinya toko Buah Segar Manis dikarenakan kurangnya toko buah yang berada di kota parepare. Pemilik toko Buah Segar Manis sepasang suami istri yang bekerja Pegawai di salah satu instansi bank yang berada di kota parepare. Dan memiliki 3 pegawai diawal berdirinya toko Buah Segar Manis. Salah satu pegawainya telah dipercayakan untuk mengelola toko buah ini disembari kesibukan pemilik toko.

Adapun dalam hal ini untuk memulai usaha, Toko Buah Segar Manis, mempunyai perencanaan untuk membangun sebuah usaha dengan modal awal kurang lebih Rp 100.000.000,00. Sebagai toko yang baru didirikan, bidang usaha yang dilakukan adalah menjual buah-buahan, akan tetapi setelah mendapat tanggapan positif dari masyarakat yakni bertambahnya permintaan pelanggan akan macam buah yang dijual, maka termotivasi untuk menambah macam buah jualan tersebut.

Berjalannya toko satu tahun, di tahun 2020 terjadinya pandemi virus covid-19 menyebar di seluruh dunia yang berdampak juga pada toko buah ini, membuat penjualan menurun dan kurangnya

pelanggan dikarenakan banyaknya Masyarakat yang harus dikarantina atau tidak keluar rumah selama pandemi.

Selama pandemi covid-19 berjalan beberapa bulan hingga memakan tahun toko Buah Segar Manis mengalami naik turun pemasukan hingga membuat perekonomian di toko tidak stabil . Namun, di saat itu ada sesuatu yang merasa janggal, dikarenakan pengeluaran untuk membeli buah untuk stok selalu dilakukan tetapi pemasukan tidak pernah terlihat di kas keuangan.

Ternyata setelah diselidiki dalam beberapa waktu, ada permainan yang dilakukan oleh pegawai toko yang dimana pegawai tersebut orang yang telah dipercayakan langsung dari pemilik toko untuk mengelola toko selama toko buah berdiri. Pegawai tersebut telah mengambil sejumlah uang dari pemasukan toko, permainannya diketahui saat pegawai tersebut ke luar negeri dalam waktu yang lama tanpa informasi ke pemilik toko. Pemilik toko mengambil alih saat pegawai tersebut telah keluar negeri dan dalam waktu beberapa hari semuanya terbongkar.

Pemasukan tiap bulan yang dilaporkan tidak sesuai dengan system yang ada, banyak kecurangan yang didapat saat pemilik toko mengambil alih. Setelah permainan ini terungkap pemilik toko mencoba menanyakan kejadian ini ke pegawai setelah pulang dari luar negeri. Namun, apa yang terjadi pegawai tersebut mengelak dan tidak mengakui. Bertemu dengan pemilik toko pun tidak pernah,

pegawai tersebut tidak ingin bertemu dengan pemilik toko. Berbagai cara dilakukan untuk bertemu dengan pegawai tersebut tidak berhasil melalui keluarganya pun agak susah. Hingga saatnya kakak dari pegawai tersebut yang bertemu dengan pemilik toko. Setelah dari pembicaraan kakak pegawai tersebut dan pemilik toko, keluarlah keputusan pegawai tersebut bukan lagi bagian dari toko buah.

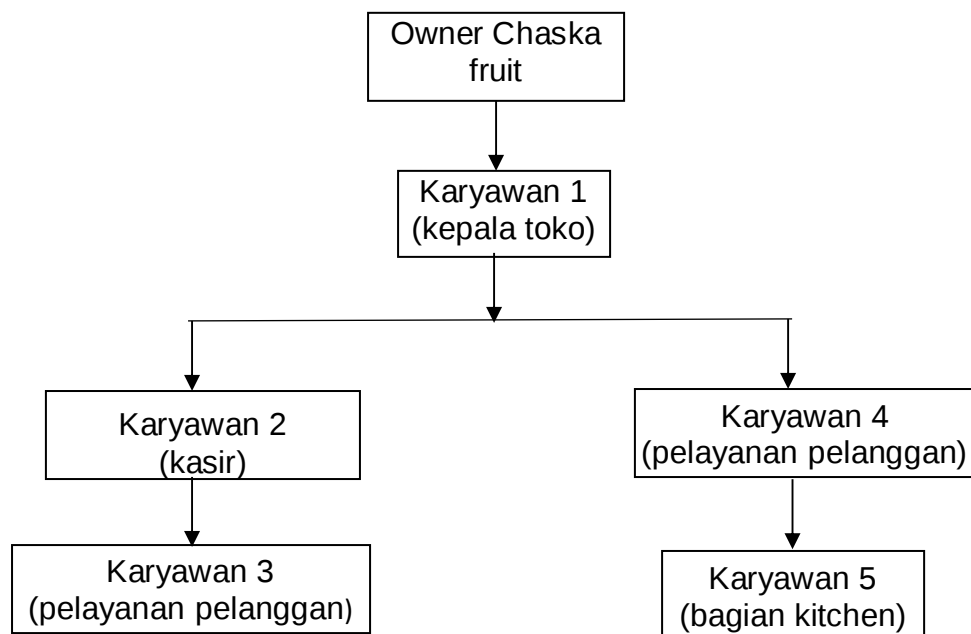
Beberapa bulan kedepan alhamdulillah pemasukan toko mulai naik sedikit demi sedikit. Nama Toko Buah Segar Manis ingin diganti menjadi Chaska Fruits yang di mana nama ini adalah nama putra pertama pemilik toko. Toko buah tersebut ReBranding di awal bulan April 2022, tujuan pemilik toko melakukan ReBranding untuk memulai hal baik dan semangat baru, Chaska fruit dapat tumbuh dan berkembang lebih baik lagi untuk memberikan kualitas yang lebih baik lagi untuk para customer.

Bergantinya nama toko buah menjadi Chaska Fruits dalam beberapa bulan kedepan selalu ada pemasukan lebih dari sebelumnya dan toko Chaska Fruits lebih banyak dikenal di kota parepare hingga diluar parapare. Chaska Fruits juga mempunyai berapa produk terbarunya dan berhasil membuka cabang di kota Pinrang.

B. Struktur organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu badan yang menggambarkan jabatan atau kedudukan dari suatu kerja atau jabatan yang tertinggi sampai pada yang paling rendah, sedangkan organisasi itu memiliki tujuan yang akan dicapai melalui kerjasama sekelompok orang-orang yang terlibat di dalamnya.

Adapun struktur organisasi pada toko buah Chaska Fruit adalah:



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Chaska Fruit

Berikut kedudukan dan tugas karyawan toko chaska fruit cabang pare-pare

1. Owner

Secara umum, tugas dari seorang owner ialah untuk memastikan suatu operasional bisnis memiliki performa yang

cukup baik, sehingga bisnis tersebut dapat menghasilkan keuntungan dan tidak mengalami kerugian.

2. Karyawan 1 (kepala toko)

Tugas kepala toko yaitu mengkoordinir aktivitas toko di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk pemenuhan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan di toko.

3. Karyawan 2 (kasir)

Tugas kasir yaitu menerima pembayaran, mengurus struk pembayaran, membungkus belanjaan dan memantau transaksi yang berlangsung baik dengan e-money maupun uang tunai.

4. Karyawan 3 & 4 (pelayanan pelanggan)

Tugas pelayanan pelanggan yaitu melayani pelanggan dan jika pelanggan memiliki pertanyaan, saran dan keluhan pelayanan pelanggan akan membantu menyelesaikan persoalan pelanggan. Tugas karyawan 4 hampir sama dengan karyawan 3, Cuma di bedakan di bagian pembagian tugas dan tempat.

5. Karyawan 5 (bagian dapur)

Tugas karyawan 5 yaitu menyiapkan produk yang akan di jual di bagian produk olahan buah (asinan, buah potong, rujak, dan salad buah). Berbeda dengan chaska fruit cabang pinrang hanya memiliki 3 karyawan yang terdiri 1 bagian kasir dan 2 lainnya di bagian melayani pelanggan / costumer.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Pendapatan

Pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Pendapatan juga diartikan sebagai pencarian atau penemuan tentang sesuatu yang tidak ada sebelumnya, pendapatan bagi sejumlah pelaku usaha merupakan uang yang telah diterima oleh pelanggan dari tempat usaha sebagai hasil penjualan barang, pendapatan juga diartikan sebagai jumlah peningkatan penjualan baik dari perorangan maupun dari keluarga dalam bentuk uang yang diperolehnya setiap bulan.

Menurut owner chaska fruit pendapatan perhari Chaska fruit Parepare mencapai 9-10 juta /hari, sedangkan Chaska fruit cabang Pinrang hanya 3-4 juta /hari. Pendapat tersebut diperoleh perhari yang di mulai dimulai toko di buka pada jam 08.00 sampai jam 21.00 dengan sistem shift yang terbagi menjadi 2 shift yaitu shift 1 dari jam 08.00-17.30, dan shift 2 dari jam 12.00-21.00.

Sebelumnya pada saat chaska fruit baru berjalan sekitar tahun 2019, produk yang di jual hanya buah saja dengan karyawan yang terdiri dari 2 orang yang menjadi kasir dan bagian melayani dan seorang supervisor yang merupakan orang kepercayaan owner yang memegang Chaska fruit yang sebelumnya masih menyandang nama buah segar manis

Parepare. Pendapatan Chaska fruit kala itu sangat rendah untuk toko buah yang setiap minggu produknya habis terjual. Pendapatan yang di hasilkan hanya mencapai 5jt perbulan, keadaan itu terus berlanjut sampai tahun 2021 yang akhirnya ownernya sendiri turun tangan untuk meningkatkan dan menjadikan buah segar manis Parepare menjadi Chaska fruit sekarang ini.

Tabel 5.1 Pendapatan Toko Buah Chaska Fruit Perhari

Cabang	Pendapatan
Chaska fruit Parepare	9-10 jt/hari
Chaska fruit cabang Pinrang	3-4 jt/hari

Sumber : Data Diolah,2024

Dapat dilihat dari tabel di atas mengenai pendapatan Chaska fruit per-hari. Data tersebut dapat berubah kapan saja yang di sebabkan oleh pelanggan maupun persaingan.

Adapun menurut bapak Wiryu Saputra selaku owner dari toko buah Chaska fruit mengatakan perbandingan pendapatan toko dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang cukup baik. Bahkan jika terjadi kenaikan pendapatan yang berakibat dari inisiatif promosi ataupun penawaran diskon misalnya, akan meningkatkan pendapatan harian dan bertambahnya pelanggan tetap kami.

Berikut adalah data peningkatan pendapatan Chaska fruit Parepare:

***Tabel 5.2 Pendapatan Chaska fruit Parepare
Tahun 2019-2024***

NO.	TAHUN	PENDAPATAN
1	2019	5jt/ bulan
2	2020	5jt/ bulan
3	2021	5jt/ bulan
4	2022	4-5jt/ hari
5	2023	6-7jt/ hari
6	2024	9-10jt/ hari

Sumber : Data Diolah,2024

Dapat dilihat dari tabel di atas, pada tahun 2019-2021 Chaska fruit yang sebelum itu memiliki nama buah segar manis Parepare hanya memiliki pendapatan sebesar 5jt/bulan, karena terjadi kecurangan yang cukup merugikan owner, akhirnya pada tahun 2022 owner sendiri yang turun tangan untuk menghadle Chaska fruit dan dapat mejadikan Chaska fruit lebih baik. Dari situ pendapatan chaska terus meningkat sampai pada saat ini pada tahun 2024.

Adapun data peningkatan pendapatan Chaska fruit cabang Pinrang yaitu :

Tabel 5.3 Pendapatan Chaska fruit cabang Pinrang tahun 2023-2024

No	TAHUN	PENDAPATAN
1	2023	1-2jt/ hari
2	2024	3-4jt/ hari

Sumber : Data Diolah,2024

Setelah tahun 2022 yang menjadikan Chaska fruit Parepare lebih baik, melihat banyaknya pengunjung dari berbagai penjuru kota, akhirnya owner Chaska fruit memutuskan untuk membuka cabang baru di kabupaten pinrang tepatnya pada tahun 2023 dan Alhamdulillah bertahan sampai sekarang.

Chaska fruit juga melakukan promosi melalui social media yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan toko buah Chaska fruit, dan juga beberapa penawaran khusus seperti diskon maupun bonus untuk pelanggan setia. Update buah yang ready dan produk baru yang kami tawarkan semua melalui promosi social media. Oleh karena itu, seiring berjalannya waktu Chaska fruit mulai di kenal oleh kalangan masyarakat kota Parepare yang sedikit banyak telah mengerti tentang cara hidup sehat dengan rajin mengosumsi buah buahan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan

a. Modal

Untuk memulai atau mengoperasikan suatu bisnis atau kegiatan ekonomi. Ini bisa berupa uang tunai, peralatan, inventaris, properti, atau aset lainnya yang digunakan dalam proses produksi atau pemasaran barang atau jasa.

Modal awal yang di siapkan owner Chaska fruit untuk pembangunan Chaska fruit cabang Parepare adalah sebesar Rp.100,000,000,00. Semua modal itu di gunakan untuk semua keperluan untuk membuka toko buah, seperti menyewa ruko pertahun yaitu sebesar Rp. 25.000.000.00 pertahun, merenovasi sedikit ruko yang telah lama kosong, dan beberapa digunakan untuk membeli alat seperti:

Tabel 5. 4 Biaya yang di keluarkan untuk membeli alat perlengkapan toko Chaska fruit Parepare tahun 2019

NO	ALAT	HARGA ALAT
1	Komputer (mouse dan keyboard)	Rp.5.667.000.00
2	Showcase (kulkas 3 pintu)	Rp.17.000.000.00
3	Rak buah besi (2 unit)	Rp.8.500.000.00
4	Meja kasir	Rp.1.350.000.00
5	Ac	Rp.5.119.000.00

6	Rak buah	Rp.4.500.000.00
7	Mesin wrapping	Rp.750.000.00
Total		Rp.42.886.000.00

Sumber : Data Diolah,2024

Selebihnya modal di atas dipakai untuk membayar listrik dan air yang biasanya mencapai sebesar Rp.700.000.00-Rp.1.000.000.00 tergantung dari pemakaian. dan juga membeli beberapa perintilan seperti plastik wrap, kantong plastik, talenan, pisau dan keranjang buah dan keranjang parcel, dan juga di pakai untuk membeli buah yang akan dijual.

Peningkatan modal juga sangat penting yang dapat secara langsung mempengaruhi pendapatan toko buah dikarenakan penambahan modal tersebut akan akan menambah persediaan barang di toko dan dengan tersedianya barang yang lebih banyak, maka akan meningkatkan omset penjualan dan akan berpengaruh pada pendapatan toko buah.

Peningkatan modal secara langsung mempengaruhi pendapatan toko. Namun, pendapatan toko tidak seketika naik karena butuh proses dalam mengelola modal yang ditingkatkan.

Adapun modal untuk *rebranding* chaska fruit, seperti megubah dan menambah beberapa alat toko pada tahun 2022, dan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. 5 Biaya yang di keluarkan untuk memperbaiki dan menambah alat perlengkapan toko tahun 2022

NO	ALAT	HARGA ALAT
1	Rak buah (5 unit)	Rp.26.500.000.00
2	Showcase kulkas 3 pintu (1 unit)	Rp.18.000.000.00
3	Showcase freezer	Rp.9.500.000.00
4	Meja kasir	Rp.5.000.000.00
5	Oven	Rp.8.500.000.00
6	Meja	Rp.1.000.000.00
Total		Rp.68.000.000.00

Sumber : Data Diolah,2024

Berikut adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk renovasi toko Chakda fruit Parepare pada tahun 2023. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 6Biaya yang di keluarkan chaska fruit unutm renovasi dan penambahan alat Tahun 2023

No	RENOVASI DAN PENAMBAHAN ALAT	HARGA
1	Renovasi	Rp.10.000.000.00
2	Showcase 1 pintu (1 unit)	Rp.4.700.000.00
3	Showcase penghangat makanan	Rp.2.500.000.00

Total	Rp.17.200.000.00
--------------	------------------

Sumber : Data Diolah,2024

Sedangkan modal untuk mendirikan chaska fruit cabang Pinrang sebesar Rp.150.000.000.00, adapun modal yang di gunakan adalah modal sendiri. Modal tersebut digunakan untuk membiayai keperluan toko seperti:

Tabel 5. 7 Biaya yang di keluarkan untuk keperluan toko Chaska fruit cabang Pinrang Tahun 2023

NO	ALAT	HARGA
1	Sewa ruko + renovasi	Rp.37.000.000.00
2	Showcase kulkas 3 pintu (1 unit)	Rp.18.420.000.00
3	Komputer (mouse dan keyboard)	Rp.6.000.000.00
4	Rak buah (2 unit)	Rp.5.000.000.00
5	Ac (1 unit)	Rp.5.500.000.00
6	Showcase freezer (1 unit)	Rp.10.000.000.00
7	Mesin wrapping	Rp.850.000.00
8	Meja kasir	Rp.200.000.00
Total		Rp.82.970.000.00

Sumber : Data Diolah,2024

Selebihnya modal di atas juga dipakai untuk membeli keperluan toko lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti pun melakukan wawancara dengan bapak Wirya Saputra selaku owner dari toko buah Chaska fruit yang mengatakan bahwa menggunakan modal

sendiri dalam perputaran usaha sangat efektif dalam meningkatkan pendapatan toko dan meningkatkan skala usaha dengan perputaran modal sendiri tersebut. Dengan catatan bahwa keuntungan yang di dapatkan dari putaran usaha tidak semuanya di konsumsi untuk keperluan pribadi, namun menambah modal usaha untuk menambah skala perputaran usaha, sehingga semakin lama modal sendiri semakin besar, sehingga tidak membutuhkan tambahan modal dari tempat lain.

Adapun menurut karyawan Chakska fruit penggunaan modal untuk perputaran usaha idealnya harus efektif dalam penggunaanya, dimana semua modal harus digunakan baik untuk penambahan persediaan buah ataupun penambahan peralatan usaha yang dapat meningkatkan pendapatan usaha seperti penambahan kulkas ataupun freezer.

Penggunaan modal untuk meningkatkan pendapatan toko, dapat digunakan dengan cara menjual buah yang paling diminati pelanggan, menjual buah yang menarik dan langka, dan membuat produk tersendiri dari toko agar banyak yang tertarik.

b. Harga

Harga dapat digunakan sebagai alat strategis untuk mencapai tujuan bisnis tertentu, seperti meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan keuntungan, atau menciptakan persepsi nilai yang lebih tinggi di antara konsumen. Oleh karena itu, pengelolaan

harga merupakan bagian integral dari strategi pemasaran dan pengembangan bisnis suatu perusahaan.

Adapun untuk penentuan harga menurut owner dan karyawan Chaska fruit yaitu, dengan menyesuaikan harga pasaran yang ada dan sesuai dengan kemampuan harga pasar kota Parepare dan harga pasar kabupaten Pinrang.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti pun melakukan wawancara lebih lanjut dengan bapak Wirya Saputra selaku owner dari toko buah Chaska fruit yang mengatakan pertimbangan utama dalam menentukan harga untuk produk-produk yang ada di Chaska fruit yaitu dengan menyesuaikan dengan harga pembelian buah pada supplier Chaka fruit, dikarenakan harga buah selalu berubah sehingga harga kami juga menyesuaikan dengan hal tersebut.

Selanjutnya harga yang kami tawarkan kepada pelanggan cenderung sama dengan harga pasaran buah yang ada di kota Parepare dan kabupaten Pinrang.

Menurut karyawan Chaska fruit untuk strategi penetapan harga yang efektif, kami mematok harga standar. Yang tidak menguras dompet pelanggan, agar pelanggan nyaman dan dapat berbelanja di toko.

Untuk menentukan harga produk di toko, kami menyesuaikan dengan harga pasaran yang ada dan sesuai dengan kemampuan harga pasar kota Parepare dan kabupaten Pinrang.

Adapun faktor-faktor yang menjadi pertimbangan saat menetapkan harga untuk produk buah di toko Chaska fruit yaitu menetapkan harga sesuai dengan HPP-nya kami dan juga menyesuaikan harga dengan usaha jenis, yaitu toko buah lain dan juga harga pada alfamidi dan indomaret fresh. Harga kami fluktuatif menyesuaikan harga pembelian kami. Pada dasarnya pola harga efektif kami berdasarkan HPP kami, dikarenakan buah mempunyai musim tertentu sehingga harga akan mempengaruhi fluktuasi harga.

Ada berbagai jenis buah dan produk olahan yang di jual oleh Chaksa fruit yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 8 Jenis buah dan produk beserta harga yang dijual oleh Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang

No	Jenis buah dan produk	Harga (Rp)	No	Jenis buah dan produk	Harga (Rp)
1	Apel fuji	45.000/kg	32	Jeruk sunkist	50.000/ kg
2	Apel pohon	70.000/kg	33	Jeruk wokam gogo	70.000/ kg
3	Apel rosy	70.000/ kg	34	Jeruk murcot	70.000/ kg
4	Apel hijau	60.000/ kg	35	Jeruk shantang	65.000/ kg

5	Apel fuji merak	45.000/ kg	36	Lemon	40.000/ kg
6	Apel royal gala	55.000/ kg	37	Leci	100.000/pack
7	Apel red del	55.000/ kg	38	Cherry	95.000/pack
8	Apel dazzle	90.000/ kg	39	Strawberry	30.000/pack
9	Apel breeze	70.000/ kg	40	Blueberry	55.000/pack
10	Apel envy	90.000/ kg	41	Melon ithanon	70.000/buah
11	Apel aini	90.000/ kg	42	Melon sweet	65.000/buah
12	Apel paradise	90.000/ kg	43	Melon hamiquah	85.000/buah
13	Apel jade snow	85.000/ kg	44	Melon ingchou	70.000/buah
14	Pear century	30.000/ kg	45	Salak pondoh	25.000/ kg
15	Pear xianglie	65.000/ kg	46	Manga masak alpukat	45.000/ kg
16	Pear pachkam	45.000/ kg	47	Manga harum manis	35.000/ kg
17	Pear forelle	65.000/ kg	48	Jambu crystal	45.000/ kg
18	Pear sweet	35.000/ kg	49	Nanas honey	35.000/buah
19	Pear singo korea	65.000/ kg	50	Kurma ajwa	55.000/pack
20	Pear rico	65.000/ kg	51	Kurma Tunisia	30.000/pack
21	Pear yalie	30.000/ kg	52	Ubi cilembu	28.000/ kg
22	Anggur hijau	70.000/pack	53	Buah bit	45.000/ kg

	shine muscat				
23	Anggur hitam sweet shapire	110.000/ kg	54	Brokoli	30.000/pack
24	Anggur hitam royal autum	115.000/ kg	55	Jamur enoki	7.000/pack
25	Anggur merah peru	90.000/ kg	56	Wortel berastagi	30.000/ kg
26	Anggur merah RRC	85.000/ kg	57	Tomat cherry	35.000/pack
27	Anggur merah australi	95.000/ kg	58	Asinan	6.000/100gr
28	Anggur hijau camera	85.000/ kg	59	Ubi cilembu panggang	38.000/ kg
29	Jeruk wogan	65.000/ kg	60	Pressed juice	25.000/botol
30	Jeruk wokam	70.000/ kg	61	Alpukat	35.000/kg
31	Lengkeng	60.000/kg	62	Pisang cavendish	35.000/sisir
Total jenis buah dan produk					62

Sumber : Data Diolah,2024

Tabel di atas menunjukkan jenis buah dan produk yang di jual oleh Chaska fruit Parepare dan untuk Chaska fruit cabang pinrang hanya menjual beberapa jenis produk buah saja. Jenis buah di atas juga tidak semuanya stok saat itu juga, stok buah tergantung dari musim dan dari supliernya. Toko Chaska fruit jg

menyediakan pembuatan parcel dan hampers sesuai buget yang diinginkan. Selain itu, Chaska fruit Parepare juga menjual berbagai jenis produk susu vsoy seharga Rp.15.000.00/botol, susu kotak seharga Rp.4.000.00- Rp.8.000.00 dan yogurt seharga Rp.12.000.00.

c. Lokasi

Lokasi yang strategis akan memungkinkan bisnis untuk mudah dijangkau oleh pelanggan. Lokasi yang terletak di pusat kota, pusat perbelanjaan, atau area yang sering dilalui orang akan meningkatkan kemungkinan pelanggan datang ke tempat usaha. Lokasi yang mudah terlihat dan mudah diakses oleh masyarakat umum dapat meningkatkan visibilitas bisnis. Terletak di jalan raya utama atau di sekitar area dengan lalu lintas pejalan kaki yang tinggi akan membantu meningkatkan potensi penjualan.

Lokasi Chaska fruit Parepare berlokasi di Jln. Andi Mappatola, Ujung Sabbang, Kec. Ujung, Kota Parepare. Sedangkan untuk Chaska fruit cabang Pinrang berlokasi di Jln. Andi pawelloi lama atau Jln. DR.Wahidin Kabupaten Pinrang.

Berikut hasil wawancara tentang lokasi toko buah chaska fruit oleh bapak Wirya Saputra selaku owner dari Chaska fruit yang mengatakan bahwa penentuan lokasi saat ini yaitu dengan pertimbangan perbandingan dengan tempat lain, dimana lokasi

saat ini cukup strategis yaitu depan polres Parepare dan dengan kawasan perkantoran, perdagangan dan pemukiman dan juga rumah sakit sehingga akses ke lokasi Chaska fruit oleh para pembeli dan pelanggan tetap dapat dengan mudah sehingga berbelanja pada toko buah Chaska fruit.

Lokasi Chaska fruit cabang Pinrang juga bisa di bilang strategis karena ramai dengan pemukiman dan banyak kendaraan.

Lokasi juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan pendapatan karena toko buah yang mudah di akses yang dekat dengan lingkungan perkantoran, rumah sakit dan kawasan perdagangan akan sangat berpengaruh pada potensi kunjungan pelanggan ke lokasi toko Chaska fruit, sehingga secara langsung menentukan potensi pendapatan.

Menurut karyawan Chaska fruit lokasi toko dapat mempengaruhi pendapatan karena jika lokasinya tidak strategis dan tidak berada diposisi yang bagus pasti akan mengurangi pendapatan, dan jika tempatnya strategis dan bagus banyak dilewati orang pasti pendapatannya berbeda. Pemilihan lokasi toko ini yang menjadi pertimbangan utamanya karena berada di jalan poros dan pusat kota.

Adapun kekurangan lokasi dari toko buah Chaska fruit Parepare yaitu lahan parkir yang agak susah bagi pengguna

mobil dikarenakan lahan parkir yang langsung terhubung dengan jalan utama yang dapat menimbulkan kemacetan kendaraan lalu lintas.

Chaska fruit juga memiliki rencana jangka panjang untuk mengoptimalkan lokasi toko buah yang bahkan dalam waktu dekat ini Chaska fruit berencana membuat toko yang lebih luas dan lebih lebar lagi. Sehingga akan meningkatkan kenyamanan pelanggan tetap Chaska fruit dalam berbelanja dan juga kami bisa menambah jumlah produk dari toko kami yang akan berpengaruh pada meningkatnya pendapatan toko Chaska fruit.

d. Kualitas toko

Kualitas toko adalah konsep yang mengacu pada berbagai faktor yang secara keseluruhan menciptakan pengalaman belanja yang positif bagi pelanggan. Kualitas toko tidak hanya berkaitan dengan produk yang dijual, tetapi juga mencakup berbagai aspek pelayanan dan lingkungan fisik toko itu sendiri. Beberapa elemen utama dari kualitas toko termasuk kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebersihan.

Menjaga kualitas produk. Menurut karyawan Chaska fruit, buah yang di jual agar tetap segar dan berkualitas dapat di pastikan dengan stok buah yang selalu datang setiap harinya, Karyawan memastikan buah-buahan selalu segar dan berkualitas dengan memilih pemasok yang terpercaya dan

melakukan inspeksi secara rutin pada setiap kiriman buah, melakukan refill stok dengan buah-buahan yang baru datang langsung dari impotir. Karyawan juga melakukan pengecekan buah setiap hari bahkan setiap saat, jika toko sedang sepi atau di jam kosong, pegawai melakukan pengecekan dan menyusun rapi kembali buah-buahan yang berantakan yang diakibatkan oleh pelanggan saat memilih buah mereka juga mengontrol jika ada buah yang sudah tidak layak jual akan langsung di tarik dari showcase agar kualitas buah tetap terjaga, dan buah yang sudah tidak layak dijual akan mereka olah kembali menjadi buah potong dan asinan, dan buah yang tidak layak jual ini tetap di sortir dan di pilih kembali untuk di olah, tidak asal diolah.

Pelayanan pelanggan. Menurut karyawan Chaska fruit, memastikan bahwa setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik yaitu dengan cara melihat respon pelanggan kembali ke pegawai, jika karyawan melihat pelanggan senang dengan respon yang baik kami menganggap bahwa pelanggan tersebut puas dengan pelayanan karyawan kami. Kami selaku pegawai setiap harinya terus belajar agar melayani pelanggan dengan ramah, murah senyum, dan menjawab segala pertanyaan pelanggan, semua itu merupakan cara untuk meningkatkan pelayanan ke pelanggan. Dan kami juga menerima keluhan dan masukkan pelanggan dengan cara merespon pelanggan tersebut

dengan baik, dan karyawan akan memberikan solusi dan jalan terbaik atas keluhan yang di terima.

Kebersihan. Menurut karyawan Chaska fruit, para p]karyawan menerapkan kebersihan dan kerapian adalah poin utama, jadi prosedur yang ada di toko dan yang diterapkan itu membersihkan dan merapikan area toko setiap saat atau di jam kosong, jika toko bersih dan rapi, pelanggan yang datang berbelanja jadi merasa lebih nyaman. Pembersian juga dilakukan setiap pagi hari sebelum toko dibuka dan juga saat akan menutup toko. Para pegawai membagi tugas, ada yang melayani pelanggan, menjadi kasir, dan ada yang mengontrol kebersihan dan kerapian toko, toko harus terlihat bersih walaupun dalam keadaan ramai.

B. Pembahasan

1. Pendapatan

Pendapatan adalah hasil kerja. Pendapatan perhari Chaska fruit Parepare mencapai 9-10 juta /hari, sedangkan Chaska fruit cabang Pinrang hanya 3-4 juta /hari. Pendapat tersebut diperoleh perhari yang di mulai dimulai toko di buka pada jam 08.00 sampai jam 21.00 dengan sistem shift yang terbagi menjadi 2 shift yaitu shift 1 dari jam 08.00-17.30, dan shift 2 dari jam 12.00-21.00. Data pendapatan diatas kapanpun dapat berubah yang di sebabkan oleh pelanggan atau pesaing.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan

a) Modal

Modal berperan penting dalam mempengaruhi pendapatan toko buah Chaska fruit, dengan modal yang memadai toko dapat memperluas dan memperbarui stok secara teratur, menjaga ketersediaan buah-buahan dan variasi produk yang menarik bagi pelanggan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga mendorong peningkatan kunjungan dan pembelian. Modal yang cukup juga dapat meningkatkan infrastruktur penjualan yang efisien, seperti sistem kasir otomatis atau situs web *e-commerce*, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dalam memperluas jangkauan pasar. Dalam hal ini Chaska fruit Parepare menyediakan modal awal untuk membangun Chaska fruit Parepare sebesar Rp.100.000.000.00 yang di gunakan untuk membeli keperluan dalam mendirikan usaha pada tahun 2019. Pada tahun 2022 Chaska fruit Parepare melakukan re-Branding pada merek toko dari buah segar manis menjadi Chaska fruit, maka dari itu Chaska fruit menyediakan biaya untuk menambah alat sebesar Rp.68.000.000.00. dan Pada tahun 2023 Chaksa fruit Parepare juga melakukan renovasi dan menambah beberapa alat untuk toko, dari itu Chaska fruit mengeluarkan biaya sebesar Rp.17.200.000.00. Sedangkan modal yang di siapkan untuk mendirikan Chaska fruit cabang Pinrang yaitu sebesar

Rp.150.000.000.00. Modal tersebut digunakan untuk menyediakan barang dan alat untuk mendirikan toko. Dengan menggunakan modal secara bijak untuk pemasaran yang tepat, seperti promosi diskon, toko dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Dari sini dapat diketahui bahwa modal sangat mempengaruhi pendapatan pada toko buah Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Karmin et al (2020). Dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Pendapatan Pedagang di Pasar Bersehati Di Kota Manado”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan pendapatan pedagang di pasar bersehati di Kota Manado. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar bersehati di kota manado

b) Harga

Harga memiliki peran sangat penting dalam mengatur pendapatan. Penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi daya Tarik produk terhadap pelanggan. Harga yang terlalu tinggi dapat menghalangi pembelian dan mengurangi kunjungan pelanggan, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat

mengurangi keuntungan. Di sisi lain penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan daya saing toko di pasar yang kompetitif. Harga yang di tetaptan Chaska fruit yaitu dengan menyesuaikan harga pembelian buah pada supplier dan harga yang di tawarkan sama dengan harga pasaran buah yang ada di kota Parepare dan kabupaten Pinrang. Strategi penetapan harga yang efektif mencakup mempertimbangkan biaya operasional, persaingan di pasar lokal, dan nilai tambah produk seperti keunggulan kualitas atau keunikan buah yang di tawarkan. Dengan menyesuaikan harga secara cerdas sesuai dengan kondisi pasar, toko buah dapat meningkatkan volume penjualan dan pendapatan. Dengan demikian penetapan harga yang bijak merupakan kunci untuk mencapai pendapatan. Maka dari itu harga sangat mempengaruhi pendapatan toko buah Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wardania et al (2019). Dengan judul “efek modal, harga dan volume penjualan terhadap pendapatan pedagang pengecer kelapa dipasar langsa kota”. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh modal, harga dan volume penjualan terhadap pendapatan pedagang pengecer kelapa di Pasar Langsa Kota.

c) Lokasi

Lokasi merupakan faktor yang dapat berpengaruh terhadap pendapatan toko buah. Toko buah yang terletak di lokasi strategis seperti pusat kota atau area dengan lalu lintas pejalan kaki, area perkantoran dan dekat dengan rumah sakit cenderung memiliki aksesibilitas yang lebih baik bagi pelanggan potensial. Dalam hal ini Chaska fruit Parepare berlokasi di Jln. Andi Mappatola, Ujung Sabbang, Kec. Ujung, kota Parepare sedangkan Chaska fruit cabang Pinrang berlokasi di Jln. DR. Wahidin kabupaten Pinrang. Kedua lokasi tersebut terletak di pusat kota, pusat tempat perbelanjaan, dekat dengan perkantoran dan termasuk area yang sering dilalui orang. Lokasi yang baik tidak hanya meningkatkan jumlah pelanggan yang dapat dijangkau, tetapi juga meningkatkan kunjungan karena ketersediaan yang lebih mudah. Faktor kompetisi juga perlu dipertimbangkan karena lokasi yang dekat dengan pesaing bisa mempengaruhi daya saing dan strategi harga yang harus diterima. Oleh karena itu dengan memilih lokasi dengan cermat toko buah dapat meningkatkan potensi penjualan. Maka dari itu dapat diketahui bahwa lokasi sangat mempengaruhi pendapatan toko buah Chaska fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nurlisa et all. (2020) dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Toko Kelontong di Kabupaten Aceh Utara”. Penelitian ini bertujuan menganalisis baik secara parsial dan simultan pengaruh faktor modal dan lokasi terhadap pendapatan toko kelontong di Kabupaten Aceh Utara. Kesimpulan yang didapatkan menunjukkan hasil secara simultan modal dan lokasi terbukti signifikan mempengaruhi pendapatan, sedangkan secara parsial hanya modal yang berpengaruh signifikan.

d) Kualitas toko

Kualitas produk berperan krusial dalam menarik pelanggan dan mendorong pembelian berulang. Produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan dan frekuensi pembelian. Produk berkualitas tinggi dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan penjualan. Toko yang menyediakan produk berkualitas tinggi akan menciptakan citra positif yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas produk sering kali diikuti oleh peningkatan harga jual dan profit margin, yang berkontribusi langsung pada pendapatan toko.

Kualitas pelayanan merupakan komponen krusial dalam pengalaman pelanggan tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan melalui beberapa saluran. Pelayanan yang cepat, ramah, dan efisien tidak hanya mempengaruhi kepuasan tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik berhubungan erat dengan persepsi nilai yang diterima pelanggan dan berkontribusi pada kepuasan keseluruhan. Pengalaman pelayanan yang memuaskan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong rekomendasi positif kepada orang lain.

Kebersihan toko berkontribusi pada kenyamanan dan kepuasan pelanggan, yang secara tidak langsung mempengaruhi pendapatan. Toko yang bersih menciptakan kesan profesional dan memperlihatkan bahwa toko tersebut peduli terhadap standar hygiene dan kenyamanan pelanggan. Kebersihan toko berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan dapat meningkatkan frekuensi kunjungan serta loyalitas. Kebersihan yang baik tidak hanya mempengaruhi kepuasan langsung tetapi juga citra toko dalam jangka panjang. Menunjukkan bahwa aspek fisik dari layanan, seperti kebersihan, dapat mempengaruhi persepsi kualitas dan kepuasan, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Gahensya keloay et all 2019. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa bahwa harga adalah penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk Dabu-Dabu Irish fresh, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara individual. dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen yang dapat meningkatkan pendapatan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka kesimpulan yang dapat di kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Modal sangat mempengaruhi pendapatan, modal yang memadai merupakan faktor penting dalam mempengaruhi pendapatan toko buah. Modal yang cukup dapat digunakan untuk menambah produk, meningkatkan promosi, atau memperbaiki fasilitas toko, yang semuanya dapat meningkatkan potensi penjualan dan pendapatan. Penetapan harga yang tepat juga mempengaruhi pendapatan toko buah. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik produk bagi pelanggan, sementara harga yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan. Strategi penetapan harga yang efektif harus mempertimbangkan biaya operasional, permintaan pasar, dan posisi pesaing. Lokasi toko buah memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan. Sebuah lokasi yang strategis, seperti dekat dari rumah sakit dan dekat dengan kawasan kantor atau dekat dengan pusat kota, dapat meningkatkan aksesibilitas pelanggan dan meningkatkan potensi penjualan. Demografi dan tingkat persaingan di sekitar lokasi juga memainkan peran penting dalam menentukan pendapatan toko buah. Dan Kualitas toko memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan toko. Kualitas produk yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan dan frekuensi pembelian,

kualitas pelayanan yang baik meningkatkan pengalaman berbelanja dan kemungkinan pembelian tambahan, sedangkan kebersihan menciptakan lingkungan yang nyaman yang mendukung pembelian yang lebih banyak. Integrasi ketiga faktor ini berkontribusi pada peningkatan pendapatan secara keseluruhan.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat di kemukakan saran sebagai berikut.

1. Untuk meningkatkan pendapatan diharapkan untuk Tetapkan metrik kinerja yang jelas dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pantau kinerja secara berkala dan identifikasi area di mana perbaikan dapat dilakukan.
2. Di harapkan selalu berupaya untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan tren pasar dan kebutuhan pelanggan. Perluas produk atau layanan yang ditawarkan dan pertimbangkan untuk memperkenalkan inisiatif baru yang dapat menarik minat pelanggan.
3. Untuk bagian parking area, diharapkan agar segera di tidak lanjut agar pelanggan yang menggunakan kendaraan beroda empat lebih mudah memarkir kendaraan nya dengan nyaman.
4. Diharapkan untuk tetap menjaga kuliatas toko. Semakin baik kualitas toko, akan semakin dapat menarik pelanggan yang dapat meningkatkan pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam S, Ekonomi Jilid 1, (Jakarta: Esis, 2008), h. 55
- Andi Patiware, "Pengaruh Modal Kerja, Pinjaman dan Simpanan terhadap Pendapatan Usaha di Pasar Rakyat Sentral Sungguminasa" dalam *Tangible Journal*, Vol. 4(1): 2656-4505, Juni 2019, h. 3.
- Anggraini, W. (2019). Pengaruh Faktor Modal, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pedagang Pasar Pagi Perumdam II Sriwijaya Kota Bengkulu).
- Aphrodita, 2013. Terapi Jus Buah dan Sayur Jogjakarta.
- Arifini, N., K. (2013). Analisis Pendapatan Pengrajin Perak Di Desa Kamasan Kabupaten Klungkung. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. 2(6). 294-305.
- Artaman, D. M. A., Yuliarmi, M. N., & Djayastra, i ketut. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(2).
- Artin, N. R, Pynatih, N. M. N., & Sudarsani, N. P. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan pedagang di Pasar Induk Baturiti Kabupaten Tabanan Tahun 2019. *Majalah Ilmiah Untab*, 16(2).
- Badan Pusat Statistik. (2021). Kecamatan Mandiangin Dalam Angka 2021.
- Bahrudin, B., Fitriani, F., & Rubia, R. (2023). PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA KANTOR DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KAB. PINRANG. *DECISION: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 43-49.
- Boediono. (1999). Seri sinopsis pengantar ilmu ekonomi no. 2 Ekonomi Makro. In BPFE.
- Brown, C. & Smith, B. (2019). "Population Density and Its Impact on the Financial Performance of Fruit Retailers." *Journal of Retailing and Consumer Service*, 35(3), 210-225.
- Eko Nur Fu'ad, "Pengaruh Pemilihan Lokasi terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara" dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 30 (1) : 0854-1442, Januari 2015, h. 59.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002), h. 92.
- Fitriyani Syukri, Fitriyani, and Muhammad zulfadli Wahid. "PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BANK MANDIRI CABANG PAREPARE DENGAN BACKOFFICE." *Community Care 2.1* (2024): 9-12.
- Furqon, D. F. (2017). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting di Lemah Duwur Kecamatan KUwarasan Kabupaten Kebumen. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 01(4).
- Gahensya K, dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan

Dabu-dabu Iris Fresh Wenang Manado.

- Gupta, S. & Patel, R. (2019). "Effectiveness of Pricing Strategies: A Study of Fruit Retailers." *Journal of Marketing Management*, 38(3), 278-293.
- Hadiyanto, H. (2016) Analisis Permasalahan-Permasalahan Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Jasa Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi dan Perencanaan Pembangunan*. 6(3): 60-71.
- Husaini, "Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan" dalam *Jurnal Visioner & Strategi*, Vol. 6 (2): 2338-2864, September 2017.
- Ikatan Akuntan Indonesia, "Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 23 : Akuntansi Pendapatan". Salemba Empat, Jakarta, 2007.
- Indah, A., & Fajar, C. (2017). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional. *H Social Sciences (General) HB Economic Theory HD28 Management. Industrial Management*, II(25–10).
- Johnson, A. et al. (2018). "The Impact of Urban Location on the Financial Performance of Fruit Stores." *Journal of Urban Economics*, 50(4), 789-805.
- Jufri Mansyah, "Studi Kebersihan Pasar Inpres Balai Selasa di Nagari Kotonan IV Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan", (Sumatera Barat: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hlm. 3.
- Juspiana (2019) analisis peningkatan pendapatan usaha pengrajin rotan di desa pejanggik kecamatan praya tengah kabupaten lombok tengah (skripsi, fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri (uin) mataram)
- Karmin, J. F., Koleangan, R. A. M., & Naukoko, A. T. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan pendapatan pedagang di Pasar Bersehati Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(01).
- Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 129
- Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 90.
- Khasan Setiaji, "Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Lokasi terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi" da/em *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*, Vol. 6 (1): 2302-2663, Maret 2018.
- Komang Gede Candra Adi Putra, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar: Studi Sebelum dan Sesudah Relokasi" dalam *E-Jurnal EP Unud*, Vol. 7(6): 2303-0178, Juni 2018, h. 1147.
- Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 123.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Maheswara, A. A. N. G., Setiawina, N. D., & Saskara, I. A. N. (2016).

- Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Ukm Sektor Perdagangan Di Kota Denpasar. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 5(12).
- Marhawati, M. (2020). Analisis Pendapatan Pedagang Kaki Lima Sektor Informal Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 3(1)
- M.Mursid. Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003) Ed. 1. Cet. 1 hlm, 71.
- Muhammad Arif, *Pengantar Bisnis*, (Tanjung Pura, 2015), h. 93.
- Nafsatul Rohmah, "Konsep Kebersihan Lingkungan dalam Perspektif Pendidikan Islam", (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hlm. 8.
- Nenden Rilla Artistiana, *Bisnis Patiseri yang Menggiurkan*, (Bandung: Penerbit Duta, 2019), h. 38.
- Nurlisa, N., Suryani, S., & Ismaulina, I. (2020). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Toko Kelontong di Kabupaten Aceh Utara. Jesya(Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 4(1).<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.294>
- Nur Isni Atun, "Pengaruh Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), h. 21.
- Pratama Raharja dan Mandala Manurung, Teori Ekonomi Makro (Jakarta: lembaga penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2001), hlm. 68 dalam juspiana 2019.
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: PT Salemba Empat, 2001), h. 61-62.
- Rusmusi IMP, " Pengaruh Modal, Jam Kerja dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ikan Hias Mina Restu Purwokerto Utara" dalam Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA), Vol. 20 (4), 2018.
- Saragih, M.Sc, F. H. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Rumah Tangga Tani Padi. *Jurnal Agrica*, 9(2), 101. <https://doi.org/10.31289/agrica.v9i2.486>
- Siti Aminah, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Sawit di Desa Sei Musam Kabupaten Langkat" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2019), h. 15.
- Smith, J. et al. 2020. "peran toko buah dalam mendukung perekonomian local." *journal of agricultural economics*, 45(2), 112-128.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung
- Sundari. (2017). Pengaruh Lokasi Usaha dan Jam Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Ikatan Pedagang Bandar Lampung). *Jurnal Ekonomi Islam*, 4
- Suyadi Prawirosetono. Pengantar Bisnis Modern (Study Kasus Indonesia

- Dan Analisis Kuantitatif), (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm.221.
- Tambunan, T. (2009). UMKM di Indonesia. In Ghalia Indonesia.
- Thorik Gunara Dan Utus Hardiono Sudibyo, Marketing Muhammad. (Bandung: Madania Prima Imprint Dari salamdani Pustaka Semesta, 2007), hlm. 51.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 2 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia tentang Standar Pelayanan Minimal untuk Ritel.
- Wardania, I., Supristiwendi, & Mastuti, R. (2019). Pengaruh Modal, Harga Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Pedagang Pengecer Kelapa Di Pasar Langsa Kota. Jurnal Penelitian Agrisamudra, 6(1). <https://doi.org/10.33059/jpas.v6i1.1334>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 2(1). <https://doi.org/10.31955/mea.vol2.iss1.pp106-128>