**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1. Pengertian Sayuran**

Sayuran merupakan sebutan umum bagi bahan pangan asal tumbuhan yang biasanya mengandung kadar air tinggi dan dikonsumsi dalam keadaan segar atau setelah diolah secara minimal. Sebutan untuk beraneka jenis sayuran disebut sebagai sayur-sayuran atau sayur-mayur. Sejumlah sayuran dapat dikonsumsi mentah tanpa dimasak terlebih dahulu, sementara yang lainnya harus diolah terlebih dahulu dengan cara direbus, dikukus, digoreng, disangrai, atau dimakan mentah-mentah. Sayuran berbentuk daun yang dimakan mentah disebut sebagai lalapan. Sayur merupakan makanan yang sehat untuk dikonsumsi. Jika sudah mengkonsumsi secara berlebihan maka anda akan mengidap penyakit "viridi lutum" (Anonim, 2019 )

Menurut Sayur adalah bagian tanaman yang dimakan bukan sebagai makanan pencuci mulut. Pada umumnya dimasak dahulu (kecuali dimakan untuk lalapan) dan dimakan bersama makanan pokok dan lauk-pauk lainnya. Adapun penggolongan sayuran beradasarkan morfologinya diantaranya

**1. Sayuran Daun**

Bagian tumbuhan yang terdapat hanya pada bagian batang. Kualitas sayuran daun yang baik adalah : Bagian daun utuh, tidak membusuk dan tidak berlubang bekas gigitan hama. Bagian daun dan batang masih muda dan berwarna segar bagian daun lebar dan kompak. Contoh sayuran daun : sawi, bayam, kangkung, kubis, kol, daun singkong dan lainnya.

**2. Sayuran Batang**

Merupakan bagian dari tumbuhan yang terdiri dari buku dan ruas. Buku adalah tempat menempelnya daun. Kualitas sayuran batang yang baik adalah :Umur batang masih muda,warna sayuran muda, cerah dan bersih tidak ada bagian-bagian yang busuk atau digigit hama. Contoh sayuran batang : rebung, asparagus, batang seledri, kailan, adas, kecambah dan lain-lain.

**3. Sayuran Bunga**

Merupakan alat perkembangbiakan generative. Kualitas sayuran bunga yang baik adalah : Bunga atau kembang tersusun kompak Warna sayuran segar tidak ada bagian yang rusak / digigit hama ukuran bunga besar. Contoh sayuran bunga : bunga turi, brokoli, bunga kol, bunga pisang dan lainya.

**4. Sayuran Buah**

Hasil dari penyerbukan dan pertumbuhan yang terjadi pada organ bunga. Kualitas sayuran buah yang baik adalah : tingkat umur cukup (tidak terlalu muda dan tidak terlalu dewasa). Sayuran buah segar dan berwarna cerah ukuran besar tidak ada bagian buah yang rusak, busuk, atau bekas gigitan hama. Contoh sayuran buah :tomat, paprika, cabai, labu siam, mentimun, pare

**5. Sayuran Umbi**

Merupakan bagian tanaman yang membengkak karena penimbunan makanan. Kualitas sayuran umbi yang baik adalah : Sayuran umbi sudah cukup umur dan berukuran besar, tidak tumbuh tunas, bagian luar tidak ada yang busuk, memar atau bekas gigitan hama dan bentuknya lurus dengan diameter yang proporsional. Contoh sayuran umbi : kentang, wortel, lobak, singkong, radis, umbi bit, talas

**6. Sayuran Polong**

Kualitas sayuran polong yang baik adalah : Sayuran tidak tua, kulit buah masih lurus dan benjolan biji belum tampak bentuk buah polos besar dan lurus warna buah tampak segar tidak ada bagian yang busuk dan bekas gigitan hama. Contoh sayuran polong : buncis, kacang panjang, kacang merah, kedelai dan lain-lain.

**7. Sayuran Umbi Lapis**

Kualitas sayuran umbi lapis yang baik adalah : Umbi lapis sudah cukup umur lapisan umbi tebal dan kompak dan tampak berukuran besar tidak ada bagian yang rusak, busuk atau bekas gigitan hama. Contoh sayuran umbi lapis : bawang merah, bawang putih dan bawang bombai.

**8. Sayuran Jamur (Mushroom)**

Kualitas sayuran jamur yang baik adalah : Sayuran jamur masih muda hingga cukup umur bersih dan tidak ada bagian yang busuk atau rusak karena hama. Contoh sayuran jamur : jamur merang, jamur kancing, jamur tiram, dan jamur kuping.

**2.2. Sayur - Sayuran**

Tanaman sayur adalah tanaman yang menghasilkan sayuran, baik tanaman semusim (annual), tanaman dua musim (biannual), maupun tanaman tahunan (perennial), baik yang berupa tanaman sukulen (herbaceous), merambat (viny), semak (shrubby) dan pohon (tree) yang bukan merupakan tanaman penghasil makanan pokok atau tanaman pangan (field crop). Sayuran adalah tanaman yang lunak (succulent plant) secara utuh atau sebagian (seperti bagian tunas, daun, batang, buah, biji, dan akar) yang dapat dikonsumsi secara langsung dalam bentuk segar (mentah) atau diolah (dimasak) serta bukan merupakan tanaman pokok tetapi biasa dimakan sebagai pengiring atau pelengkap makanan pokok, ikan dan daging. (Farida, 2010). Buah merupakan bagian tumbuhan yang berasal dari bunga dan biasanya berbiji. (KBBI, 2014).

**2.3. Sistem Agribisnis dan Karakteristik Komoditi Sayur**

Sayuran merupakan bahan makanan yang berasal dari tumbuh-tumbuhan (bahan makanan nabati). Bagian tumbuhan yang dapat dimakan dan dijadikan sayur adalah daun, batang, bunga, buah muda sehingga dapat dikatakan bahwa semua bagian tumbuhan dapat dijadikan sayur (Sumoprastowo, 2000)

Menurut Kurnia (2004) bahwa sayuran dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok sebagai berikut:

a. Sayuran buah adalah sayuran yang umumnya dikonsumsi buahnya.

b. Sayuran daun adalah sayuran yang biasa dikonsumsi daunnya.

c. Sayuran bunga adalah sayuran yang biasanya dikonsumsi bunganya.

d. Sayuran umbi adalah sayuran yang dikonsumsi umbinya.

Sayur merupakan sumber vitamin A, vitamin C, asam folat, magnesium, kalium, dan serat serta tidak mengandung lemak dan kolestrol. Sayuran daun berwarna hijau dan sayuran berwarna jingga seperti wortel dan tomat mengandung lebih banyak provitamin A merupakan betakaroten daripada sayuran tidak berwarna. Sayuran berwarna hijau adalah bayam, kangkung, daun singkong,, daun kacang, daun katuk, dan daun papaya. Semakin hijau warna daun, semakin kaya akan zat-zat gizi. Sayur juga dikonsumsi untuk member rasa segar dan melancarkan proses menelan makanan karena biasanya sayur dihidangkan dalam bentuk kuah.

Dianjurkan sayuran dikonsumsi setiap hari terdiri dari campuran sayuran dalam bentuk tercampur yang dianjurkan sehari untuk orang dewasa adalah sebanyak 150-200 gram (Almatsier, 2004).

Prospek pemasaan dalam negeri bagi komoditas sayuran sangat bagus, hal ini ditunjukan dengan fakta sebagai berikut:

a. Peningkatan jumlah penduduk mengakibatkan permintaan pasar dalam negeri terhdap komoditas sayuran semakin bertambah.

b. Peningkatan jumlah penduduk kota dan bertambahnya kawasan industry dan parawisata merupakan daerah pemasaran yang potensial bagi komoditas sayuran.

c. Peningkatan pendidikan dan kesadaran akan pentingnya gizi membawa pengaruh positif terhadap permintaan akan sayuran.

d. Arus pengunjung dari luar negeri ke Indonesia yang semakin deras membawa pengaruh pada jumlah, jenis maupun kualitas produksi sayuran yang dibutuhkan (Rukmana, 2005)

Menurut Direktorat Jendral Bina Produksi Hortikultura (2002), komoditas sayuran sedikitnya memiliki tiga peranan strategis dalam pembangunan dan perekonomian Indonesia, yaitu :

1. Sebagai salah satu sumber pendapatan bagi masyarakat.

2. Sebagai bahan makanan masyarakat, khususnya sumber vitamin, mineral, dan serat.

3. Salah satu sumber devisa negara non-migas, sehingga pengembangan produksi dan sistem pemasaran, termasuk di dalamnya bagaimana cara agar produk dapat sampai kepada konsumen dalam keadaan masih layak dan baik.

Menurut Wijandi (2004), usahatani sayur-sayuran agak berbeda dengan tanaman pangan pokok, seperti padi dan palawija (jagung, kedelai, kacang tanah, dan lain-lain), terutama dalam fluktuasi harga. Hal ini terutama karena sayursayuran, seperti juga golongan hortikultura lainnya, sangat mudah rusak. Harga sering ditentukan oleh langka atau membanjirnya barang di pasar. Jika suplai banyak, harga langsung anjlok, sedangkan sedikit saja kekurangan suplai, harganya lalu naik. Pada kesempatan kali ini peneliti akan mencoba untuk menjabarkan sistem agribisnis sayuran berdasarkan subsistem-subsistem dalam agribisnis sebagai berikut.

1. Subsistem Pengadaan Sarana Produksi

Pada subsistem ini membahas mengenai berbagai sarana produksi yang diperlukan dan dibutuhkan dalam membudidayakan atau melaksanakan kegiatan usahatani sayuran. Pengadaan sarana produksi yang baik dan sesuai tentunya akan berdampak pada hasil produksi dari usahatani sayuran yang optimal. Sarana produksi yang dibutuhkan dalam budidaya komoditi sayuran adalah bibit / benih unggul, pupuk organik, pestisida dan obat-obatan yang sesuai dengan komoditas ubi kayu yang dibudidayakan

1. Subsistem Budidaya Sayuran

Teknik budidaya tanaman sawi meliputi pemilihan benih, pengolahan tanah, pembibitan, penanaman, pemeliharaan. Menurut Kurnia et al. (2004), Pertumbuhan dan perkembangan tanaman sayuran tidak lepas dari pengaruh lingkungan seperti iklim dan topografi lingkungan lahan tanam. Secara umum, sentra produksi sayuran dataran tinggi terletak pada ketinggian 700-2500 m di atas permukaan laut (dpl), dengan suhu udara rata-rata sekitar 220C. Selain itu, curah hujan di sentra produksi sayuran dataran tinggi berkisar 2.500 hingga 4.000 mm/tahun. Budiaya sayuran meliputi pertumbuhan tanaman sayuran sangat dipengaruhi oleh keadaan fisik dan struktur lahan tanamnya, untuk itu perlu dilakukan pengolahan tanah. Kegiatan pengolahan tanah yang umum dilakukan sebelum penanaman adalah penggemburan tanah dan pembuatan bedengan. Penggemburan tanah dapat menciptakan kondisi lahan yang dibutuhkan oleh tanaman agar mampu tumbuh dengan baik. Tahap penggemburan meliputi pencangkulan untuk memperbaiki struktur tanah serta sirkulasi udaranya dan pemberian pupuk dasar (Haryanto, 2007).

1. Subsistem Pemasaran

Selain melaksanakan kegiatan budidaya, kegiatan pemasaran yang baik dalam memasarkan komoditas sayuran juga merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan atau memperoleh nilai tambah dari hasil produksi komoditas sayuran tersebut. Kegiatan pemasaran ini dapat berupa pendistribusian produk, penyimpanan produk saat musim panen dan menjualnya kembali saat harga yang tercipta di pasar terhadap produk pertanian tersebut telah relatif stabil dan lain sebagainya

1. Subsistem Jasa Layanan Pendukung

Jasa layanan pendukung merupakan pihak yang turut berkontribusi terhadap pelaksanaan kegiatan usaha, karena dengan adanya berbagai bantuan dari jasa layanan pendukung dapat turut meningkatan keuntungan usaha produksi sayuran. Jasa layanan pendukung ini dapat berupa bank yang meminjamkan modal usaha, lembaga penelitian, asuransi, transportasi, teknologi, lembaga pendidikan dan lain sebagainya.

**2.4. Pengertian Pedagang**

Sudirmansyah (2011 dalam Nurhayati, 2017) menyebutkan bahwa pedagang adalah orang yang melakukan usaha jualan, usaha kerajinan maupun usaha pertukangan kecil. Pedagang dikategorikan menjadi:

1. Pedagang grosir, yaitu pedagang yang beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dengan pedagang eceran.

2. Pedagang eceran, yaitu pedagang yang menjual produk secara langsung kepada konsumen. Pedagang di pasar tradisional dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Pedagang kios, yaitu pedagang yang mempunyai dan menempati bangunan kios di pasar.

2. Pedagang non kios, yaitu pedagang yang menempati tempat selain kios, seperti dalam los, luar los, dasaran dan palyon (Hentiani, 2011 dalam Nurhayati, 2017)

**2.5. Definisi Pasar**

Sudirmansyah (2011 dalam Nurhayati, 2017) mendefinisikan pasar sebagai suatu tempat dimana orang-orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk berbelanja dan kesediaan untuk membelanjakannnya. Federico (2006 dalam Nurhayati, 2017) menyebutkan pasar sebagai tempat untuk memperoleh informasi mengenai produk dan mencari keuntungan secara efisien.

**2.5.1. Jenis-Jenis Pasar**

Bangun (2007 dalam Nurhayati, 2017) membagi pasar menurut strukturnya menjadi dua, yaitu

**1. Pasar Persaingan Sempurna (Perfect Competition Market)**

Pasar persaingan sempurna adalah pasar dengan kondisi penjual dan pembeli yang banyak dan produk yang dijual bersifat homogeny, sehingga penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga jual beli. Ciri-ciri pasar persaingan sempurna adalah produk bersifat homogen, penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna, produsen mudah masuk dan keluar pasar dan haga murni hasil penawaran dan permintaan (supply and demand). Contoh pasar persaingan sempurna adalah pasar tradisional yang menjual bahan pangan.

Sistem harga di pasar persaingan sempurna tidak dipengaruhi oleh produsen dan konsumen. Harga di pasar persaingan sempurna cenderung stabil, sehingga bentuk kurva permintaan dan penawaran pada pasar persaingan sempurna berupa garis lurus mendatar sejajar dengan sumbu jumlah barang (OQ). Berapapun jumlah barang yang dibeli atau yang ditawarkan tidak akan menaikkan atau menurunkan harga barang, sehingga kurva tersebut merupakan kurva pendapatan rata-rata AR (Average Revenue) dan pendapatan marginal atau MR (Marginal Revenue).

1. **Pasar Persaingan Tidak Sempurna (Imperfect Competition Market)**

Pasar persiangan tidak sempurna adalah pasar yang tidak terorganisasi secara sempurna. Pasar persaingan tidak sempurna terdiri dari pasar monopoli, oligopoly dan pasar persaingan monopolistik. Pasar monopoli adalah pasar dimana hanya ada satu pedagang yang menguasai seluruh penawaran, sehingga tidak ada pihak lain yang menyaingi. Contohnya perusahaan negara dan perusahaan minyak bumi serta gas alam.

Pasar oligopoly merupakan keadaan pasar dimana terdapat beberapa penjual atau produsen yang menguasai penawaran, baik secara independen maupun secara diam-diam bekerja sama. Contohnya adalah industri mobil atau motor, industri baja dan industri rokok. Kurva permintaan pada bentuk pasar ini patah pada satu titik harga tertentu untuk mencerminkan perilaku produsen oligopoly.

Pasar monopolistik adalah pasar yang terjadi apabila dalam suatu pasar terdapat banyak produsen namun ada perbedaan produk diantara produk yang dihasilkan oleh masing-masing produsen, sehingga pada dasarnya pasar persaingan monopolistik sama dengan model pasar persaingan sempurna hanya saja dalam pasar monopolistik diperkenalkan adanya perbedaan produk. Contohnya adalah rumah makan, dan perusahaan angkutan.

Nurhayati (2017) menyebutkan bahwa jenis pasar menurut transaksinya dibedakan menjadi dua, yaitu:

**1) Pasar Tradisional**

Pasar tradisional adalah pasar yang didirikan dan dikelola oleh Pemerintah termasuk kerjasama dengan swasta. Kerjasama yang dimaksud dalam bentuk tempat usaha yang berbentuk toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang melalui proses jual beli barang dagangan dengan tawar menawar. Pada umumnya, pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Pasar tradisional umumnya mempunyai letak yang berdekatan dengan pemukiman penduduk. Pasar tradisional mempunyai sisi negatif yaitu keadaannya yang cenderung kotor dan kumuh sehingga banyak orang yang segan berbelanja di pasar tradisional. Untuk menghilangkan kesan kotor dan kumuh diperlukan kerjasama antara pemerintah, pengelola dan masyarakat dalam mengelola kebersihan, sehingga pasar tradisional menjadi nyaman untuk proses transaksi jual beli barang dan jasa.

**2) Pasar Modern**

Pasar modern adalah pasar atau toko yang mempunyai sistem pembayaran secara mandiri, serta penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melakukan pelayanan secara mandiri (swalayan) atau terkadang dilayani oleh pramuniaga (Atun, 2016 dalam Nurhayati, 2017).

Pada umumnya pasar modern menjual barang-barang kebutuhan pokok. Selain itu juga menjual barang-barang tahan lama seperti barang pecah belah, barang elektronik (Artaman, 2015 dalam Nurhayati, 2017). Pasar modern cenderung mempunyai kesan yang bersih, wangi, dan rapi, berbeda dengan kesan pasar tradisional. Pasar modern meliputi pasar swalayan, hypermarket, supermarket dan minimarket (Artaman, 2015 dalam Nurhayati, 2017).

Hentiani (2011 dalam Nurhayati, 2017) menyebutkan bahwa pasar terdiri dari berbagai jenis, yaitu:

1) Pasar menurut jenis barang Jenis pasar ini hanya menjual satu jenis produk tertentu, misalnya pasar hewan, pasar sayur, pasar ikan dan daging, pasar loak dan pasar seni.

2) Pasar menurut bentuk kegiatannya Menurut bentuk kegiatannya, pasar terbagi menjadi dua yaitu pasar nyata dan pasar tidak nyata. Pasar nyata adalah pasar dimana produk yang akan diperjualbelikan dapat dilihat dan dipegang secara langsung serta dapat dibeli oleh pembeli. Misalnya pasar tradisional dan pasar swalayan. Pasar tidak nyata (abstrak) adalah pasar dimana para pedagangnya tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak dibeli secara langsung, tetapi hanya melalui surat dagangnya saja. Misalnya pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.

3) Pasar menurut keleluasaan distribusi Pasar jenis ini terbagi menjadi empat, yaitu pasar lokal, pasar daerah, pasar nasional dan pasar internasional. 2.7.2. Fungsi Pasar Soeratno (2003 dalam Nurhayati, 2017) menyebutkan bahwa terdapat lima fungsi utama pasar, yaitu :

1) Pasar menentukan harga barang

2) Pasar dapat mengorganisasi produksi

3) Pasar mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

4) Pasar melakukan penjatahan

5) Pasar menyediakan barang dan jasa untuk masa yang akan datang

**2.6 Tata Kelola Pasar Tradisional**

**2.6.1. Definisi Tata Kelola**

Tata kelola atau pengelolaan merupakan sebuah yang meliputi pengelolaan uang, waktu, orang, sumber daya dan terutama pengeloaan informasi (Anderson, 2004). Nitisemito (2008) dalam Tambunan (2017), menyebutkan pengelolaan sebagai urutan pekerjaan yang melibatkan orang banyak dalam satu bagian atau lebih, dibuat untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksitransaksi yang terjadi dalam suatu organisasi. Jadi, yang dimaksud dengan tata kelola pasar tradisional adalah mengatur dan menggerakkan pedagang pasar tradisional untuk menciptakan pasar yang nyaman, agar mampu bersaing dengan pasar modern.

**1. Langkah-Langkah Pengelolaan Pasar Tradisional**

Sutiyanto (2008) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kemajuan pasar tradisional, yaitu:

a. Lingkungan sosial sekitar pasar yang mulai mengalami perubahan.

b. Gaya hidup konsumen perkotaan yang berubah, dimana mereka menginginkan pelayanan yang lebih bukan hanya sebatas membeli barang.

c. Perubahan kompetesi, dimana pasar tradisional saat ini bukan lagi satu-satunya pusat perdagangan.

d. Globalisasi

e. Tantangan yang memberikan peluang dan usaha untuk maju

 Berdasarkan faktor-faktor tersebut, maka langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam mengelola pasar tradisional agar tetap menjadi pilihan konsumen adalah:

1. Pengelolaan pasar harus lebih professional

2. Merubah pola pikir pedagang

3. Mampu memenuhi keinginan konsumen dengan baik

4.Sarana dan prasarana yang nyaman, seperti tempat parkir yang luas, penerangan, sirkulasi udara, keamanan dan kebersihan

5. Memperbaiki citra pasar tradisional Secara fisik, pasar tradisional harus mampu menarik konsumen untuk berbelanja. Harus mampu meningkatkan laba usaha yang berada di pasar tradisional Kemampuan untuk memuaskan semua pihak yang terkait dengan pasar tradisional.

**2.7. Pengertian Pendapatan**

Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan (Sukirno, 2006 dalam Nurhayati, 2017). Rahardja dan Manurung (2001 dalam Nurhayati, 2017) mengemukakan pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu. Berdasarkan kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh masyarakat berdasarkan kinerjanya, baik pendapatan uang maupun bukan uang selama periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Mankiw (2011 dalam Nurhayati, 2017) menyebutkan bahwa pendapatan dirumuskan sebagai hasil perkalian antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit. Apabila dirumuskan secara matematis maka hasilnya adalah: TR = P x Q Dimana: TR = total revenue P = price Q = quantity Dengan demikian pendapatan penjual diperoleh dari seberapa banyak jumlah barang yang terjual dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang pasar adalah pendapatan yang diterima atas jumlah barang yang terjual dikalikan dengan harga per unit barang tersebut menurut jenis-jenis dagangannya.

**2.8. Jenis-Jenis Pendapatan**

Rahardja dan Manurung (2001 dalam Nurhayati, 2017) membagi pendapatan menjadi tiga bentuk, yaitu:

**2.8.1. Pendapatan ekonomi**

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.

**2.8.2. Pendapatan Uang**

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain sebagainya.

**2.8.3. Pendapatan Personal**

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian, yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi. Menurut cara perolehannya, pendapatan dibedakan menjadi 2 (Tohar, 2003 dalam Nurhayati, 2017):

1. Pendapatan kotor, yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

2. Pendapatan bersih, yaitu pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

Menurut Sundari (2017) jenis pendapatan seorang pengusaha atau organisasi akan sangat ditentukan oleh bidang usaha yang digeluti, Karena itu seorang pengusaha atau organisasi mungkin hanya memiliki satu jenis pendapatan sementara seorang pengusaha atau organisasi lain memiliki lebih dari satu jenis pendapatan. Untuk keperluan Manajerial, pendapatan dapat di dikelompokan menjadi beberapa jenis seperti berikut ini :

1. Pendapatan Total yaitu jumlah seluruh pendapatan dari penjualan, seperti pendapatan total atau total revenue ini adalah hasil perkalian dari jumlah unit terjual dengan harga jual per unit.

1. Pendapatan rata-rata atau pendapatan per unit barang atau jasa (average revenue). Yaitu pendapatan rata-rata dari setiap unit penjualan. Oleh karena itu pendapatan rata-rata dapat dirumuskan sebagai hasil dari pendapatan total dengan jumlah unit terjual.
2. Pendapatan tambahan atau pendapatan marjinal (marjinal revenue) yaitu tambahan pendapatan yang didapat untuk setiap tambahan satu unit penjualan atau produksi. Menurut Nurahayati (2017) Pendapatan pedagang adalah hasil yang diperoleh pedagang dari kegiatan berdagang di pasar dalam satu periode. Pendapatan pedagang diukur dengan indikator sebagai berikut:

a. Besarnya keuntungan pada hari libur/akhir pecan

b. Besarnya keuntungan pada ahri-hari biasa

c. Besarnya biaya retribusi

d. Jumlah karyawan

e. Besarnya biaya untuk membayar karyawan

**2.9. Sumber-Sumber Pendapatan**

Rahardja dan manurung (2001 dalam Nurhayati, 2017) menyebutkan bahwa terdapat tiga sumber pendapatan keluarga, yaitu:

**1. Gaji dan Upah**

Pendapatan dari gaji dan upah merupakan pendapatan sebagai balas jasa yang diterima seseorang atas kesediaannya menjadi tenaga kerja pada suatu organisasi.

**2. Asset Produktif**

Pendapatan dari asset produktif adalah pendapatan yang diterima oleh seseorang atas asset yang memberikan pemasukan sebagai balasa jasa atas penggunaannya.

**2.10. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan**

Menurut Wahyono (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang terdiri dari :

**2.10.1. Modal**

Modal dagang adalah seluruh modal seorang pedagang pada saat menyediakan barang dagangan per bulan dengan satuan rupiah. Modal ini terdiri dari dua, yaitu modal uang dan modal barang dagangan. Modal uang ialah modal yang digunakan pedagang untuk belanja sayuran kepada petani langsung yang bersumber dari milik pribadi atau pinjaman dari pihak lain. Sedangkan modal barang dagangan adalah modal berasal dari suplier yang menitipkan barang dagangan dengan perjanjian pembayaran setelah laku terjual atau pada waktu pengiriman berikutnya.

Pengertian modal usaha menurut Putri (2014) adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis

Menurut Nurhayati (2017) dalam mengukur pendapatan dalam sebuah usaha maka dapat digunakan indikator-indikator sebagai berikut :

1. Besarnya keuntugan pad hari libur/ hari pekan

2. Besarnya keuntungan pada hari-hari biasa

3. Besarnya biaya retribusi

**2.10.2. Jam Kerja**

Menurut Sari (2017). Analisis Jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapatkan. Menurut Nurhayati (2017) Jam kerja adalah jumlah waktu yang diperlukan pedagang dalam melakukan aktivitas jual beli di pasar. Jam kerja diukur dengan indikator sebagai berikut:

1.Lama waktu Berdagang selama satu hari

2.Hari libur. Lama waktu yang digunakan untuk berdagang dihari libur.

3.Jam ramai dikunjungi para konsumen Waktu-waktu tertentu yang ramai dikunjungi konsumen, seperti jam istirahat atau jam makan siang

**2.10.3. Lama Usaha**

Lama usaha adalah lamanya seseorang menekuni usaha yang dijalankan. Lama usaha juga dapat diartikan sebagai lamanya waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usaha. Dalam melakukan pengukuran lama usaha menurut putri (2017) ada beberapa indikator lama usaha yang dapat dijadikan acuan dalam sebuah penelitian yaitu :

1.Lama usaha berdiri Seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya sudah lama dan berjalan dengan baik.

2.Mengetahui keinginan para konsumen Memberikan pelayanan yang terbaik kepadan konsumen dengan memenuhi permintaan atau pesanan.

3.Memahami kriteria pesaing. Mendalami sifat dan karakter-karakter dari masing-masing pesaing atau para penjual lainnya. Lama usaha adalah seberapa lama waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usaha dagangnya (Nurhayati, 2017). Lama usaha di ukur dengan indikator sebagai berikut:

a. Lama berdagang

b. Waktu berdagang

**2.10.4. Lokasi Usaha**

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi atau ilmu menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruh lokasi terhadap berbagai macam usaha/ kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Lokasi berbagao kegiatan seperti rumah, pertokoan, pertanian, pabrik, pertambangan, sekolah dan tempat ibadah tidaklah asal saja/ acak berada dilokasi tersebut melainkan menunjukan pola dan susunan (mekanisme) yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti.

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

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen dapat pula diartikan sebagai tempat memajangkan barang-barang dagangannya.konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual baik jenis, jumlah mapun harganya. Dengan demikian konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi pembelanjaan terhadap produk yang ditawarkan secara langsung

**2.11 Hubungan Variabel Penelitian**

**2.11.1 Pengaruh Modal Berdagang terhadap Pendapatan Pedagang**

Modal merupakan sesuatu yang sangat penting. Keberadaan modal dalam suatu usaha menjadi kunci pokok kelangsungan hidup dari usaha tersebut. Hal ini disebabkan karena besar kecilnya modal akan berdampak pada jumlah barang atau jasa yang diperdagangkan. Semakin besar modal yang digunakan maka akan semakin banyak jumlah barang atau produk yang dijual. Sebaliknya, semakin sedikit modal yang digunakan maka jumlah barang atau produk yang diperdagangkan juga sedikit. Dengan semakin banyaknya barang atau produk yang diperdagangkan akan meningkatkan pendapatan pedagang.Sebaliknya apabila modal yang digunakan sedikit, maka jumlah barang yang diperdagangkan juga sedikit yang pada akhirnya jumlah pendapatan yang diterima pedagang jugasedikit. Dengan demikian semakin banyak modal yang dimiliki pedagang maka akan semakin besar juga pendapatan pedagang. Penelitian Artaman (2015) menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

Ha 1 : Modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang

**2.11.2 Pengaruh Kondisi Tempat Berdagang terhadap Pendapatan Pedagang**

Kondisi tempat berdagang berkaitan dengan keadaan dimana pedagang menjual dagangannya. Misalnya luas tempatnya berjualan, dekat tidaknya pedagang dengan pedagang pesaing di sampingnya dan jumlah pedagang yang menjual barang-barang yang sejenis. Tempat berdagang luas akan memudahkan pedagang menata dagangannya dengan baik dan memperbesar jumlah jenis produk yang diperdagangan, sehingga kesempatan pedagang untuk memperoleh pendapatan yang besar akan semakin luas. Tempat berdagang yang dekat dengan lokasi parkir, menjadikan pedagang mempunyai kesempatan pertama untuk menawarkan barang dagangannya kepada pembeli sehingga dapat memungkinkan pedagang memperoleh keuntungan apabila transaksi jual beli terjadi. Jumlah pedagang pesaing juga dapat mempengaruhi besar kecilnya pendapatan yang diperoleh pedagang. Semakin sedikit pedagang pesaing akan semakin banyak keuntungan yang diperoleh, karena sedikitnya persaingan. Dengan demikian semakin baik kondisi tempat berdagang maka akan semakin tinggi pula pendapatan yang diterima pedagang berpengaruh positif terhadap pendapat Firdausa dan Fitrie (2013) menunjukkan bahwa kondisi tempat berdagang berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

Ha 2 : Kondisi tempat berdagang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang

**2.11.3. Pengaruh Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang**

Faktor lama usaha juga mempunyai peran penting dalam perdagangan. Lama usaha berkaitan dengan pengalaman yang diperoleh pedagang. Semakin lama pedagang menjalankan usahanya, maka semakin banyak pengalaman yang diperolehnya. Dalam hal ini pengalaman yang diperoleh tersebut tentang bagaimana menekan biaya produksi agar lebih kecil daripada penjualan. Selain itu, semakin lama pedagang menjalani usaha dagangnya maka pengetahuan pedagang tentang minat dan perilaku pembeli juga akan meningkat, serta akan menambah relasi bisnis dan pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Dengan demikian semakin lama usaha berdagang maka semakin tinggi pendapatan pedagang. Penelitian Artaman (2015) menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun hipotesis sebagai berikut: Ha 3 : Lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang

**2.11.4. Pengaruh Jam Kerja terhadap Pendapatan Pedagang**

Jam kerja berkaitan dengan berapa lama waktu pedagang dalam membuka kiosnya. Pedagang yang membuka kiosnya dalam waktu yang lama akan memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada pedagang yang hanya membuka kiosnya sebentar. Karena waktu membuka kios yang lama akan memperbesar kesempatan pedagang dalam memperoleh pembeli yang pada akhirnya mempengaruhi meningkatkan pendapatan pedagang. Semakin lama waktu yang digunakan pedagang untuk bekerja atau membuka kiosnya maka akan meningkatkan pendapatan yang diterima pedagang. Demikian juga sebaliknya. Penelitian Firdausa dan Fitrie (2013) menunjukkan bahwa jam kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

Ha 4 : Jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan pedagang

**2.12. Penelitian Terdahulu**

 Penelitian Sasmita siregar (2015) yang meneliti tentang peranan wanita pedagang sayur terhadap pendapatan rumah tangga. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur, modal usaha, pengalaman, jumlah tanggungan dan tingkat pendidikan mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang pasar di uji secara serempak setelah diuji secara parsial maka modal dan pengalaman berpengaruh terhadap pendapatan pedagang sayur, sedangkan umur, jumlah tanggungan, dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel independen, subyek penelitian, dan teknik pengambilan sampel

 Penelitian Nurhayati (2017) yang meneliti Analisis faktor-faktro yang mempengaruhi pendapatan pedagang sayur di pasar tradisional kabupaten Majalengka. Dengan faktor idependen yaitu Modal usaha, lokasi, kondisi tempat, lama usaha dan jam kerja. Jenis penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan cluster Random sampling sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal, lokasi berdagang dan kondisi tempat berdagang sangat berpenaguh nyata terhadap pendapatan pedagang sayur. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah beberapa faktor independen yang sama, sampel penelitian dan metode analisis data.

 Penelitian Budi wahyono (2013) yang meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar Bantul kabupaten Bantul. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian diskriptif dengan pendapatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel Proportionate Stratified Random Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan metode quisoner dan wawancara. Teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal dan jam kerja berpengaruh secara positif terhadap pendapatan, dan kondisi tempat berdagang secara simultan maupun parsial berpengaruh. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel idependen dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel dependen.

 Anton sudrajat (2014) yang meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang Muslim Studi kasus : Pada pedagang sayuran di pasar jagasatru cirebon. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data skunder. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal usaha, jam kerja dan pengalaman berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang baik secara simultan maupun parsial. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel independen dan subyek penelitian

 Penelitian Astuti romida (2018) yang meneliti tentang analisis biaya dan pendapatan usaha pedagang sayur dipasar Tamin kota Bandar lampung . Jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode penelitian menggunakan deskriptif, Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah varibel dependen. Perbedaannya pada variabel independen dan metode analisis data

 Penelitian Artaman (2015) yang meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar Seni Sukawati di kabupaten Gianyar. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha, lama usaha dan lokasi usaha mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang pasar, sedangkan jam kerja dan parkir tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar.Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel independen, subyek penelitian, dan teknik pengambilan sampel.

 Penelitian Atun (2016) yang meneliti tentang pengaruh modal, lokasi dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang pasar prambanan kabupaten Sleman. Jenis penelitian ini merupakan penelitian ex-post facto bersifat asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, angket dan dokumentasi. Metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif modal, lokasi dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang pasar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel independen, subyek penelitian, dan teknik pengumpulan data.

 Penelitian Ma’arif (2013) faktor–faktor yang meneliti yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar Bandarjo Ungaran kabupaten Semarang. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket. Teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal, lokasi berdagang, dan kondisi tempat berdagang secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Faktor yang paling dominan mempengaruhi pendapatan pedagang sayur adalah modal berdagang.Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel independen, dan subyek penelitian.

 Firdausa dan Fitrie (2013) yang meneliti tentang pengaruh modal awal, lama usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang kios di pasar Bintoro Demak. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dengan metode random sampling. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal usaha, lama usaha dan jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang baik secara simultan maupun parsial. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dependen, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data. Perbedaannya pada variabel independen dan subyek penelitian.

**2.13. Kerangka Pemikiran**

Setiap hari sayur mayur tidak akan lepas sebagai menu pelengkap pada makanan yang akan disajikan selain daging dan buah. Selain itu sayur juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan banyak diusahakan di Deli Serdang. Untuk itu banyak juga yang menjadi pedagang sayur mayur di Kecamatan Batang Kuis salah satunya di pasar tradisional Batang Kuis Pekan dengan tujuan mendapatkan pendapatan. Didalam penelitian ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan yaitu modal, jam kerja, lama usaha dan sewa kios. Maka faktor-faktor itu berpangaruh terhadap pendapatan pedagang sayur mayur di pasar tradisional. Berdasarkan hal tersebut maka skema kerangka pemikiran ini dapat dibuat sebagai berikut :

**Modal Usaha (X1)**

* Jumlah Modal Awal
* Sumber Modal
* Jumlah Sumber Modal

**Jam Kerja (X2)**

* Lama Waktu Berdagang Selama Satu Hari
* Hari Libur
* Jam Ramai di Kunjungi Konsumen

**Gambar 2.1.****Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Mayur di Pasar Tradisional Desa Batang Kuis Pekan Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang**

**Sewa Kios (X4)**

* Luas Lokasi Usaha
* Jarak Parkir ke Tempat Usaha
* Jarak Pintu Masuk ke Tempat Usaha

**Lama Usaha (X3)**

* Lama Berdagang
* Waktu Berdagang
* Jumlah Pelanggan

**Pendapatan (Y)**

* Besarnya Keuntungan Pada Hari Libur/Hari Pekan
* Besarnya keuntungan pada hari-hari biasa
* Besarnya biaya restribusi