

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Lokasi

1. Definisi Lokasi

Lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Karena pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses di banding gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun sama-sama menjual produk yang sama dan juga mempunyai pramuniaga yang sama banyak dan terampilnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik, seperti fleksibilitas, competitive positioning, manajemen permintaan, dan focus strategic. Fleksibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah usaha mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah. Sedangkan competitive positioning adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi

relatifnya dibandingkan dengan parapesaing. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar. atas kegiatan masing-masing karena lokasi yang berdekatan (berjauhan) tersebut¹.

2. Teori Lokasi

Teori lokasi merupakan konsep ilmu dengan cakupan analisa yang cukup luas meliputi beberapa sektor kegiatan. Cakupan utama analisis adalah menyangkut dengan analisis lokasi kegiatan ekonomi, terutama kegiatan industri pengelolaan (manufaktur) dan jasa.

Untuk memudahkan pemahaman teori-teori yang cukup luas, maka secara umum teori lokasi dapat di kelompokkan ke dalam 3 bagian besar yaitu²:

a. *Bid-Rent Theories*

Kelompok teori lokasi yang mendasarkan analisa pemilihan lokasi kegiatan ekonomi pada kemampuan

¹ Heni Gustina, skripsi: “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Masita” (MEDAN: UIN SUMUT, 2018), Hal.21.

² Syafrizal, “*ekonomi regional: teori dan aplikasi*”, (Jakarta: Baduose Media, 2008), hal.26

membayar harga tanah (*bid-rent*) yang berbeda dengan harga pasar tanah (*land-rent*). Berdasarkan hal ini, lokasi kegiatan ekonomi di tentukan oleh nilai *bid-rent* yang tinggi. Kelompok teori ini dipropori oleh Von Thunen (1854).

b. ***Least Cost Theories***

Kelompok teori lokasi yang mendasarkan analisa pemilihan lokasi kegiatan ekonomi pada prinsip biaya minimum (*least-cost*). Dalam hal ini lokasi yang terbaik (*optimal*) adalah pada tempat dimana biaya produski dan ongkos angkut adalah yang paling kecil. Bila hal ini di capai maka tingkat keuntungan perusahaan akan menjadi maksimum. Kelompok teori ini lokasi ini dipelopori oleh Alfred Weber (1929).

c. ***Market Area Theories***

Kelompok teori yang mendasarkan analisa pemilihan lokasi kegiatan ekonomi pada prinsip luas pasar (*market area*) terbesar yang dapat dikuasai perusahaan. Luas perusahaan tersebut adalah mulai dari lokasi pabrik sampai ke lokasi konsumen yang membeli produk. Maka tingkat keuntungan perusahaan menjadi maksimum. Kelompok teori lokasi ini dipelopori oleh August Losch (1954).

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi

Dengan bahasa yang sederhana, jika sesuatu perusahaan menginginkan keuntungan yang maksimal maka ia perlu menekan atau meminimumkan biaya sekecil-kecilnya. Maka, perusahaan atau pelaku produksi harus bisa memilih dan menentukan lokasi yang tepat. Gampangnya jika konsumen ingin melirik dagangan kita maka harus dekat dengan konsumen. Maka lokasi dan lingkungan yang ramai atau dekat dengan pasar bisa menjadi opsi pertama. Namun, Bagi industri manufaktur Kesalahan penempatan lokasi dapat menyebabkan kerugian lingkungan yang kadang dampaknya dapat berbahaya bagi lingkungan. Pemerintahakan angat memperhatikan penempatan lokasi perusahaan terutama bagi perusahaan yang menghasilkan limbah berahaya demi terjaganya ekosistem dan terjaminnya kesehatan masyarakat di kota tersebut³.

Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi geografi ekonomi adalah sebagai berikut:

1. Faktor *endowment*
2. Keberadaan konsumen dan harga barang/jasa

³ Yudi antomi, “*aktivitas ekonomi dalam prespektif ruang dan lingkungan*”, (yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2021), Hal. 8.

3. Bahan mentah dan kebutuhan energi
4. Kebijakan dan aturan pemerintah
5. Biaya transportasi dan pengangkutan
6. Faktor lingkungan.

4. Indikator Lokasi

- a. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau oleh transportasi umum.
- b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas jarak pandang normal.
- c. Lalu lintas (*traffic*) menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu:
 - a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan atau tanpa melalui usaha khusus.
 - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan, misalnya terhadap layanan kepolisian, pemadam kebakaran atau ambulans.
- d. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun tempat.

- e. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Sebagai contoh, warung makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama mahasiswa, kampus, sekolah dan perkantoran.
- g. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh dalam menentukan lokasi wartel (warung telekomunikasi), perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat banyak wartel lainnya.
- h. Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang bengkel kendaraan bermotor berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk⁴.

5. Konsep Lokasi Usaha Menurut Perspektif Islam

Pemilihan lokasi adalah salah satu yang harus diperhatikan oleh pedagang agar usahanya dapat terlihat strategis dalam memperoleh pelanggan. Sehingga terdapat beberapa pertimbangan yang harus dipikirkan untuk menentukan lokasi yang tepat,

⁴ Heni Gustina, skripsi: "*Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Masita*" (MEDAN: UIN SUMUT, 2018), Hal.26

Penentuan lokasi tersebut harus di perhatikan oleh pedagan karena tidak lepas dari tanggungjawab dari lingkungan sekitarnya. Dan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur seluruh aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagai mana manusia melindungi dan menjaga lingkungan serta tidak mencoba untuk merusak lingkungan. Hal ini merupakan suatu ajaran Islam yaitu melarang melakukan kerusakan lingkungan, Al-Quran surat Al-A'raaf

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: *Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepadanya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan (Qs. Al-A'raaf : 56).*

Pemilihan lokasi dalam Islam Islam merupakan suatu ikhtiar yang berarti proses merencanakan dan menentukan hal yang baik perihal lokasi usaha yang dalam Islam dikenal dengan bahasa *al-makanu* yang berarti tempat. Terkait pemilihan lokasi sudah tercantum sabda rasulullah SAW sebagai berikut :

“Jika engkau ingin mengerjakan suatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan itu baik maka ambilah, dan jika pekerjaan itu buruk maka tinggalkanlah.” (H.R. Ibnu Mubarak).

Hubungan hadis tersebut dengan konsep pemilihan lokasi adalah bahwa pilihlah lokasi yang baik baik, karena lokasi yang baik akan berdampak baik pada bisnisnya, begitupun sebaliknya jangan memilih lokasi yang jelek karena dapat berakibat buruk terhadap oprasional suatu usaha bisnis⁵.

B. Biaya Sewa

1. Definisi Biaya

Biaya merupakan salah satu komponen terpenting dalam menunjang kegiatan usaha untuk mencapai tujuan. Secara luas, biaya dapat didefinisikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan moneter untuk tujuan tertentu yang tidak dapat dihindari. Baik sudah terjadi, ataupun akan terjadi. biaya didefinisikan sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat. Dalam akuntansi, pengeluaran atau

⁵ Didin Burhanuddin Rabani, Tesis: *“Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islam, Lokasi Usaha Dan Pendidikan Terhadap Pendapatan”* (Malang: UIN MALANG, 2018), Hal.37

pengorbanan pada saat akuisisi diwakili oleh penyusutan saat ini, atau dimasa yang akan mendatang dalam bentuk kas atau aktiva lainnya. biaya adalah kas, atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang dan jasa yang diharapkan memberi manfaat bagi saat ini atau dimasa yang akan datang bagi organisasi Dengan adanya pendapat diatas, maka dapat diambil suatu kesimpulan jika biaya merupakan pengorbanan dari segi ekonomi, atau pengeluaran dari sumber ekonomi yang dapt diukur dalam satuan uang.

Menurut undang-undang hukum perdata pasal 1548 disebutkan pengertian sewa adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya kepada pihak yang lain kenikmatan dari suatu barang, selama suatu waktu tertentu dan dengan pembayaran suatu harga, yang oleh pihak tersebut belakangan itu di sanggupi pembayarannya⁶.

Lebih sederhananya Sewa merupakan suatu kewajiban sebuah perusahaan yang harus di bayarkan kepada pihak lain (penyewa) yang telah meminjamkan sesuatu (aktiva) untuk kepentingan perusahaan, dengan pembayaran dalam jangka waktu yang telah di sepakati oleh kedua belah pihak.

⁶ Erni Yanti Natalia, “*Pengaruh Pajak Restoran Dan Biaya Sewa Gedung Terhadap Penetapan Harga Jual Pada Restoran Di Kota Batam*”, Jurnal Akuntansi Barelang, Edisi 30, Mei 2017, Hal. 118.

2. Penggolongan Biaya

Pada dasarnya, perhitungan biaya mempunyai empat tujuan pokok yaitu menilai persediaan, menghitung laba, dan untuk maksud perencanaan dan pengendalian.

Berikut ini adalah macam-macam biaya yang sering di gunakan ialah sebagai berikut.

a) Biaya Langsung dan Tidak Langsung

1. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang langsung di bebaskan pada objek atau produk dan disebabkan oleh hal yang harus di biayai, misalnya bahan baku, biaya iklan, ongkos angkut, upah pekerja yang terlibat dalam proses produksi dan lain sebagainya.
2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang tidak dapat dibebankan secara tidak langsung dan biaya yang terjadi tidak hanya di sebabkan oleh suatu hal yang wajib di biayai.

b) Biaya Tunai dan Tidak Tunai

1. Biaya Tunai

Biaya tunai biaya yang saat ini atau di masa yang akan datang timbul dan di akui sebagai biaya serta di bayarkan

secara tunai. Misalnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan sebagainya.

2. Biaya Tidak Tunai

Biaya tidak tunai adalah biaya yang saat ini atau di waktu yang akan datang tidak akan dan tidak pernah dikeluarkan secara tunai, Misal biaya penyusutan.

c) Biaya Tetap, Variabel, Semi Variabel dan *Semifixed*

1. Biaya Tetap

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah dalam rentang waktu tertentu, berapapun besar penjualannya atau produksi perusahaan. Misalnya, biaya sewa gedung kantor, apabila biaya sewa kantor sebesar Rp15.000.000,-per bulan, perusahaan harus tetap membayar beban tersebut, berapapun jumlah barang yang terjual atau yang mampu di produksi oleh perusahaan. Bahkan meskipun perusahaan tidak mampu menjual barang sekali pun, perusahaan tersebut harus tetap membayar biaya sewa kantor sebesar Rp15.000.000,-per bulan.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang dalam rentang waktu dan sampai batas-batas waktu tertentu

jumlahnya berubah-ubah secara proporsional dan sebanding dengan perubahan volume dalam kegiatan.

3. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang sulit di golongan kedalam kedua jenis biaya di atas (tidak termasuk ke dalam biaya tetap atau biaya variabel).

4. Biaya *semifixed*, merupakan biaya yang tetap untuk volume kegiatan tertentu, dan dapat berubah dengan jumlah yang konstan dalam volume produksi tertentu.

d) Biaya Produksi

Biaya produksi berkaitan dengan perhitungan beban pokok produksi atau beban pokok penjualan. Beban produksi terdiri atas:

1. Biaya bahan baku dan bahan penolong
2. Biaya tenaga kerja dan langsung
3. Biaya *overhead* pabrik

Sebelum barang terjual, tentu diperlukan biaya lain di luar biaya yang timbul di pabrik, misalnya biaya distribusi, penjualan, umum dan administrasi, keuangan (beban bunga), dan lain-lain⁷.

⁷ Yudi antomi, aktivitas ekonomi dalam perspektif ruang dan lingkungan, (yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2018), hal. 22.

e) Pengeluaran Modal dan Pengeluaran Pendapatan

1. Pengeluaran modal (*capital expenditure*) Merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi
Misalkan: pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva, biaya depresiasi, dan amortisasi.
2. Pengeluaran Pendapatan Merupakan biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contoh: biaya iklan, biaya tenaga kerja⁸

3. Konsep Biaya Sewa Menurut Prespektif Islam

Dalam fiqih Islam disebut sewa menyewa disebut ijarah. Al-ijarah menurut bahasa berarti “Al-Ajru” yang berarti al-
iwadu (ganti) oleh sebab itu as-sawab (pahala) dinamai ajru
(upah). Menurut istilah, al-ijarah ialah menyerahkan
(memberikan) manfaat benda kepada orang lain dengan suatu
ganti pembayaran. Sehingga sewa menyewa atau ijarah
bermakna akad pemindahan hak guna/manfaat atas suatu

⁸ Bagus Suryo Nugroho Brianto, skripsi: “Pengaruh Lokasi, Biaya Sewa Serta Pungutan Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pondok Ranji, Jurangmangu, Dan Sudimara - Tangerang Selatan” UIN SHJ, 2019, hlm. 23.

barang/jasa, dalam waktu tertentu dengan pembayaran upah sewa (ujrah), tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri⁹.

a) Dasar Hukum

QS Al-Baqarah : 233

وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا
ءَاتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ
٢٣٣

Artinya: “Dan jika dan jika ingin anakmu disusukan orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah maha melihat apa yang kamu kerjakan.”(Q.S Al-Baqarah : 233).

b) Rukun Sewa Menyewa

- Pelaku sewa menyewa yang meliputi mu’jir dan musta’jir. Dalam hal sewa menyewa, mu’jir / lessor adalah orang yang menyewakan sesuatu, sedangkan musta’jir / lessee adalah orang yang menyewa sesuatu. Syarat mu’jir dan musta’jir adalah orang yang baligh, barakal, cakap melakukan tasharruf (mengendalikan harta), dan saling meridhai.

⁹ Dwiani Kartikasari “Sewa Menyewa dalam Hukum Islam”

- Objek akad meliputi manfaat aset / ma'jur dan pembayaran sewa atau manfaat jasa dan pembayaran upah.

C. Modal

1. Defnisi Modal Usaha

Modal usaha merupakan salah satu aspek yang harus ada dalam berwirausaha selain aspek lain yang tidak kalah pentingnya yaitu SDM (keahlian tenaga kerja), teknologi, ekonomi, serta organisasi atau legalitas. Modal usaha dapat di artikan sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha agar tetap berjalan. biasanya sebagai modal pertama kali buka usaha, modal untuk melakukan perluasan usaha dan modal untuk menjalankan usaha sehari-hari.

Namun, permasalahan yang utama bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yaitu modal keuangan (finansial) dalam mengelola usahanya. Kesulitan pengusaha mikro, kecil, dan menengah juga bukan hanya sebatas modal uang saja, tetapi juga dalam hal tenaga kerja, pemasaran, teknologi sarana produksi dan sarana lainnya.

2. Manfaat Modal Usaha

Berdasarkan manfaatnya, modal usaha terbagi atas:

- 1) Modal kerja, merupakan harta lancar dengan modal berbentuk modal uang yang digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran produksi atau kegiatan oprasional seperti:
 - a. Membayar gaji karyawan
 - b. Membli bahan baku atau bahan pembantu
 - c. Biaya trmasfortasi
 - d. Biaya administrasi dan umum
- 2) Modal Investasi (Aset)

dikenal dengan harta tetap, merupakan uang yang dikeluarkan untuk membeli barang-barang. Tergantung kepada jenis usaha barang atau jasa, apabila usaha yang dijalankan berupa produksi barang maka bisa di alokasikan untuk membeli peralatan dan mesin-mesin produski, apabila usaha yang dijalankan di bidang jasa biasanya investasi dalam bentuk sewa atau beli tempat atau peralatan yang mendukung perkembangan usaha.

3. Sumber-Sumber Modal

a. Modal Sendiri,

Modal sendiri merupakan dana yang harus di siapkan pengusaha untuk memulai serta mengembangkan usaha yang akan di jalankan. Bisa berasal dari tabungan yang dikumpulkan dan disisihkan dari penghasilan di masa lalu baik yang disimpan dirumah atau disimpan di bank dalam bentuk tabungan dan deposito. Bisa juga modal sendiri yang berasal dari penjualan barang yang dimiliki pengusaha berupa hasil penjualan dari barang-barang yang menumpuk di gudang atau barang berharga lainnya yang disimpan seperti sertifikat tanah dan lain-lain.

Memulai usaha ataupun mengembangkan usaha dengan modal sendiri akan lebih aman. Dengan jumlah modal yang dimiliki justru membantu kita untuk mengetahui seberapa besar kemampuan kita dalam menggunakan dan mengelola uang tersebut, adapun usaha gagal tidak mendapatkan masalah karena tidak di tuntutan oleh pihak lain.

b. Koperasi Simpan Pinjam/Unit Simpan Pinjam-Koperasi

Koperasi merupakan badan usaha atau badan hukum yang kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan dapat menjadi alternatif pembiayaan untuk menabuh modal kerja dan investasi bagi pengusaha mikro kecil dan menengah. Koperasi simpan pinjam ialah koperasi di bidang pelayanan tabungan dan pinjaman bagi anggotanya.

Beikut ini ketentuan umum koperasi simpan pinjam memberikan pinjaman:

- a. Telah terdaftar menjadi anggota koperasi KSP/USP-Koperasi minimalnya selama 3 bulan
- b. Mempunya usaha yang produktif
- c. Tidak mempunyai tunggakan atau pinjaman kepada pihak koperasi
- d. Mangajukan permohonan kepada pihak koperasi
- e. Mendapat persetujuan pinjaman dari pengurus koperasi

c. Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan merupakan badan usaha yang mempunyai fungsi sebagai penghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan selanjutnya menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pinjaman, berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku:

- ❖ UU No. 7 Tahun 1992 diubah dengan UU No.10 Tahun 1998 tentang perbankan
- ❖ UU No. 2 Tahun 1992 tentang asuransi
- ❖ UU No. 11 tentang dana pensiun
- ❖ UU No. 8 1995 tentang pasar modal
- ❖ UU No. 23 Tahun 1999 tentang bank indonesia

Lembaga keuangan dan aktivitasnya memberika jasa:

- ❖ Memberikan kredit
- ❖ Menawarkan tabungan
- ❖ Proteksi asuransi
- ❖ Program pensiun
- ❖ Menyediakan sistempembayaran
- ❖ Transfer dana.

4. Modal Menurut Sifatnya

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 (Bambang Prishardoyo, 2005: 67). Dalam penelitian ini difokuskan untuk mengukur modal lancar dimana hanya modal yang digunakan untuk proses produksi. Modal lancar adalah modal yang habis dalam satu kali proses produksi atau berubah menjadi barang jadi. Modal diukur dengan rata-rata modal perbulan dalam satuan rupiah.

D. Pendapatan

1. Definisi Pendapatan

Pendapatan (*income*) adalah hasil yang diterima oleh perusahaan yang diperoleh dari kegiatan ekonomi berkaitan dengan aktivitas perusahaan dan hasil penjualan faktor produksi yang dimiliki perusahaan. Pendapatan pengusaha merupakan keuntungan, Keuntungan tersebut ditentukan dengan cara

mengurangi berbagai pengeluaran dari hasil penjualan yang diperoleh oleh perusahaan. pendapatan sangat berhubungan dengan aliran penghasilan pada suatu periode tertentu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga secara berurutan.

Pendapatan pedagang ditentukan oleh faktor penjualan barang yang diproduksi dan harga per unit dari masing-masing faktor produksi. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan antara penjual dan pembeli di pasar. Pendapatan pedagang dalam penelitian ini disebut juga Total Revenue (TR) yang merupakan jumlah pendapatan yang diterima pedagang sebagai hasil dari total penjualan. Pendapatan dirumuskan sebagai hasil kali antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit¹⁰.

Jika dirumuskan secara matematis adalah sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total Revenue (penerimaan total)

P = Price (harga barang)

¹⁰ Bagus Suryo Nugroho Brianto, skripsi: “*Pengaruh Lokasi, Biaya Sewa Serta Pungutan Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pondok Ranji, Jurangmangu, Dan Sudimara - Tangerang Selatan*” UIN SHJ, 2019, hlm. 33

Q = Quantity (jumlah barang)

Pendapatan pedagang juga ditentukan dari berapa banyak jumlah barang yang mampu dijual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli di pasar. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang pasar dalam penelitian ini adalah jumlah yang terjual dikalikan dengan harga per unit barang dari masing-masing jenis dagangan. Harga barang diperoleh dari hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli saat melakukan transaksi jual beli di pasar yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

2. Teori Pendapatan

a. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Sukirno mengatakan bahwa pendapatan merupakan balas jasa yang di terima pemilik faktor produksi atas pengorbanannya dalam proses produksi. Masing-masing faktor produksi seperti tanah akan memperoleh balas jasa dalam bentuk sewa tanah, tenaga kerja akan memperoleh jasa berupa upah/gaji, modal akan memperoleh balas jasa dalam bentuk bunga modal, serta keahlian termasuk para

enterprenuer akan memperoleh balas jasa dalam bentuk laba.

Budiono mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Sedangkan menurut winardi pendapatan adalah hasil berupa uang atau materi lainnya yang dapat di capai dari pada penggunaan faktor-faktor produksi. Berdasarkan kedua pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa pendapatan merupakan nilai dari seluruh barang dan jasa yang di hasilkan oleh suatu badan usaha dalam waktu periode tertentu.

Pendapatan juga dapat di definisikan sebagai jumlah seluruh uang yang di terima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu, pendapatan terdiri dari upah atau penerimaantenaga kerja, pendapatan kekayaan seperti sewa, bunga, dan deviden. Serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran.

Dari beberapa penjabaran teori mengenai pendapatan maka dapat di tarikkesimpulan bahwa

pendapatan adalah penerimaan bersih seseorang, baik berupa uang kontan maupun natura.

b. Teori Signaling (signaling theory)

Menurut howkins pendapatan seseorang muncul karena kreatifitas dalam bidang ekonomi atau pun usaha merupakan syarat untuk mengisi peranan dalam industri usaha UMKM adalah jalan untuk membangun ekonomi kreatif atau ekonomiberbasis pengetahuan baik untuk mengembangkan dalam hal produksi dan pemasaran guna meningkatkan pendapatan. Berdasarkan uraian di atas, teori persinyalan merupakan teori yang erat kaitannya dalam peningkatan pendpatan masyarakat karena menyampaikan sinyal khusus kepada pelaku UMKM.

3. Jenis-Jenis Pendapatan

Jenis Pendapatan Menurut Cara Perolehannya:

- a. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lain.
- b. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi

pengeluaran dan biaya lain.

4. Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan antara lain:

b. Kondisi dan kemampuan pedagang

Kemampuan pedagang yang mampu meyakinkan para pembeli untuk membeli dagangannya dan dapat memperoleh pendapatan yang diinginkan.

c. Kondisi pasar

Kondisi pasar berkaitan dengan keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok pembeli yang ada dalam pasar tersebut, lokasi berdagang, frekuensi pembeli dan selera pembeli dalam pasar tersebut.

d. Modal

Setiap usaha membutuhkan untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya

operasional agar tujuan meningkatkan keuntungan sehingga pendapatan dapat meningkat.

e. Kondisi organisasi usaha

Semakin besar suatu usaha akan memiliki frekuensi penjualan yang semakin tinggi sehingga keuntungan akan semakin besar dibandingkan dengan usaha yang lebih kecil.

f. Faktor lain

Faktor lain yang mempengaruhi usaha berkaitan dengan periklanan dan kemasan produk. Dalam pasar jenis dagangan juga dapat mempengaruhi pendapatan¹¹.

3) Indikator Pendapatan

Menurut bramastuti indikator pendapatan antara lain :

- Penghasilan yang di terima perbulan
- Pekerjaan
- Anggaran biaya sekolah
- Beban keluarga yang di tanggung

¹¹ Bagus Suryo Nugroho Brianto, skripsi: “*Pengaruh Lokasi, Biaya Sewa Serta Pungutan Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pondok Ranji, Jurangmangu, Dan Sudimara - Tangerang Selatan*”UIN SHJ, 2019, hlm. 34.

E. UMKM

1. Definisi UMKM

Menurut UUD 1945 kemudian di kuatkan melalui TAP MPR NO. XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi; Usaha mikro kecil dan menengah adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana di atur dalam undang-undang.

2. Prinsip UMKM

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
2. Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.
3. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM.
4. Peningkatan daya saing UMKM.
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

3. Tujuan Pemberdayaan UMKM

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, dan
3. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dan kemiskinan.

4. Kriteria-Kriteria UMKM

Pasal 6 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM:

1. Kriteria Usaha Mikro
2. Kriteria Usaha Kecil
3. Kriteria Usaha Menengah

Kekayaan Bersih: hasil pengurangan total nilai kekayaan usaha (aset) dg total nilai kewajiban tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha. Hasil penjualan tahunan: hasil penjualan bersih (netto) yang berasal dari penjualan barang & atau jasa usahanya dalam 1 tahun buku¹².

¹² Bambang Agus Sumantri, Erwin Putera Permana, “*Manajemen Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*”, (Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2017), Hlm. 41.