

STRATEGI DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PARAPEDAGANG MAKANAN DAN MINUMAN DI DESA PAPONG KECAMATAN LABANG KABUPATEN BANGKALAN

Dynda Tia Ayu Fadilla

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru, Surabaya Indonesia.

Correspondence		
Email: DyndaTiaAyuFadilla@gmail.com	No. Telp:	
Submitted 13 Juni 2024	Accepted 19 Juni 2024	Published 20 Juni 2024

Abstract

Strategy is a word that is often heard in everyday life, both in the trading business and in games, often used to achieve a goal. Measuring the success of a business is not only determined by improving economic and financial performance, but its success can also be seen or measured through moral and ethical values based on social values in sales. This research aims to determine the influence of pricing, product quality and service on the income of food and beverage traders in Papong Village, Labang District, Bangkalan Regency. In this research, the objects taken were all food and drink traders in Papong Village, Labang District, Bangkalan Regency. Data sources include primary and secondary blood. The sample in this study was 100 respondents who were food and drink traders in Papong Village, Labang District, Bangkalan Regency. The data analysis technique is multiple linear regression techniques and using SPSS 25.0 statistical tools. The research method used is quantitative descriptive research. The results of this research show that pricing, product quality and service have a significant influence on the income of food and beverage traders in Papong Village, Labang District, Bangkalan Regency.

Keywords: Pricing, Product Quality, Service and Revenue

Abstrak

Strategi merupakan sebuah kata yang sering terdengar pada kehidupan sehari-hari, baik dalam bisnis perdagangan ataupun dalam permainan, sering digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Mengukur keberhasilan suatu usaha tak hanya ditentukan pada suatu peningkatan kinerja ekonomi serta keuangan, tapi keberhasilannya juga dapat dilihat atau diukur melalui nilai moral dan etika yang berlandaskan nilai sosial dalam penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara penetapan harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap pendapatan pedagang makanan dan minuman di Desa Papong Kecamatan Labang Kabupaten Bangkalan. Pada penelitian ini obyek yang diambil adalah seluruh pedagang makanan dan minuman di Desa Papong Kecamatan Labang Kabupaten Bangkalan. Sumber data meliputi dara primer dan sekunder. Sampel pada penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan pedagang makanan dan minuman di Desa Papong Kecamatan Labang Kabupaten Bangkalan. Teknik analisis datanya adalah teknik regresi linier berganda dan dengan alat bantu statistik SPSS 25.0 Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga, kualitas produk dan pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang makanan dan minuman di Desa Papong Kecamatan Labang Kabupaten Bangkalan.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Kualitas Produk, Pelayanan Dan Pendapatan

Pendahuluan

Strategi merupakan sebuah kata yang sering terdengar pada kehidupan sehari-hari, baik dalam bisnis perdagangan ataupun dalam permainan, sering digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Kecerdasan dan kecermatan pedagang dalam mengelola strategi ini menentukan berhasil tidaknya suatu perusahaan atau pedagang dalam menjual barang dagangannya. Bukan hanya keuntungan yang perlu diperhatikan pedagang, tetapi juga kepuasan pelanggan perlu

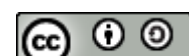
diperhatikan. Melakukan bisnis harus didasarkan pada norma-norma umum dan moral dalam masyarakat. Mengukur keberhasilan suatu usaha tak hanya ditentukan pada suatu peningkatan kinerja ekonomi serta keuangan, tapi keberhasilannya juga dapat dilihat atau diukur melalui nilai moral dan etika yang berlandaskan nilai sosial dalam penjualan.

Penjualan ialah suatu tindakan pada perekonomian yang bisa memberikan kontribusi terhadap ciptaan nilai ekonomi, sedangkan nilai ekonomi menentukan harga barang publik. Penjualan adalah hal terpenting pada siklus yang dimulai dengan kebutuhan konsumen. Aspek penting dari kesuksesan tergantung pada keterampilan penjualan. Ini ditandai dengan adanya beberapa macam usaha dagang, baik swasta maupun publik. Namun tak bisa dipungkiri bahwa semakin banyak orang yang tertarik untuk berbisnis maka semakin tinggi persaingannya, semakin banyak penjual yang menjual barang sejenis akan semakin memperketat persaingan.

Semakin lancarnya transportasi akan meningkatkan kegiatan ekonomi yang selanjutnya akan meningkatkan pertumbuhan *income* per kapita yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat. Sebelum dibangunnya jembatan Suramadu, secara berturut-turut kabupaten yang tertinggi pendapatan per kapitanya adalah Kabupaten Bangkalan, Sumenep, Sampang, dan Pamekasan. Jika *income* per kapita dibandingkan dalam keadaan dengan ditanpa Jembatan Suramadu, maka *income* per kapita rata-rata per tahun di Bangkalan adalah akan bertambah sebanyak (93,63%), Pamekasan (48,68%), Sampang (42,57%) dan Sumenep (20,03%). Sesudah dibangunnya Jembatan Suramadu, secara berturut-turut kabupaten yang tertinggi *income* per kapitanya adalah Kabupaten Bangkalan, Sumenep, Pamekasan, dan Sampang (Hidayat, 2018).

Persaingan yang semakin luas menyebabkan usaha penjualan pedagang pinggir di sekitaran jembatan Suramadu harus mempunyai strategi penjualan yang dapat membuat usahanya tetap berkembang. Supaya berhasil, usaha penjualan harus melakukan tugasnya melebihi pesaing dalam memuaskan konsumen sasaran. Dalam hal ini, strategi penjualan harus disesuaikan menurut kebutuhan konsumen maupun kebutuhan strategi pesaing. Merancang strategi penjualan yang kompetitif dimulai dengan melakukan analisis terhadap pesaing. Dengan cara ini usaha pedagang pinggir di sekitaran jembatan Suramadu dapat menemukan bidang-bidang yang berpotensi untuk dijadikan keunggulan sekaligus mengetahui yang menjadi titik kelemahan kompetitifnya (Saleh & Said, 2019: 63). Strategi penjualan dengan memperhatikan produk yang dihasilkan berkualitas akan mempengaruhi tingkat penjualan. Dengan menerapkan strategi penjualan yang baik, diharapkan usaha penjualan pedagang pinggir dapat meningkatkan volume penjualannya di tengah ketatnya persaingan usaha. Dengan strategi penjualan ini, usaha penjualan dapat mengevaluasi faktor faktor apa saja yang sebenarnya mendorong dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk mereka, sehingga mereka dapat melakukan pengembangan dan inovasi sehingga dapat merebut pangsa pasar dan meningkatkan volume penjualan yang tentunya akan berimbas terhadap pendapatan yang mereka peroleh (Marissa, 2022: 9).

Selain itu, harga harus diperhitungkan saat meningkatkan penjualan. Harga yang dibebankan oleh penjual merupakan imbalan konsumen atas produk tersebut, baik sesuai atau tidak dengan keahlian pembeli. Harga produk mempengaruhi hasil penjualan. Ketika harga sebanding dengan kualitas, konsumen menjadi tertarik untuk berbelanja, memposting strategi dan promosi (Naibaho et al., 2020). Terakhir, pelayanan pelanggan merupakan aspek penting lainnya yang ditekankan oleh pedagang pinggir. Pelaku bisnis ini menyadari bahwa memberikan



pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Beberapa di antara pedagang pinggirannya telah melatih karyawan mereka dalam keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan. Pedagang juga berusaha untuk menjaga kebersihan dan kerapian tempat usaha mereka, menciptakan lingkungan yang nyaman bagi pembeli (Darmawan et al., 2020).

Secara keseluruhan, pedagang pinggirannya di sekitar Jembatan Suramadu memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya beradaptasi dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Dengan mengedepankan kualitas produk, strategi harga yang tepat, dan pelayanan pelanggan yang baik, mereka berusaha untuk meningkatkan pendapatan dan kelangsungan usaha mereka di tengah persaingan yang ketat dan kendala-kendala yang ada

. Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan judul **“Strategi Dalam Peningkatan Pendapatan Para Pedagang Makanan Dan Minuman Di Desa Papong Kecamatan Labang Kabupaten Bangkalan”**

Tinjauan Pustaka

Pengertian Pendapatan

Priyono, (2017:215), berpendapat bahwa pendapatan adalah banyaknya penerimaan uang oleh rumah tangga sepanjang batas waktu tertentu (biasanya satu tahun), yang didapatkan dari perolehan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan dan penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial. Pendapatan didefinisikan sebagai seluruh sejumlah uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu, namun pendapatan rumah tangga itu sendiri mempunyai arti keseluruhan hasil dalam bentuk uang yang didapatkan dari setiap anggota, baik itu suami, istri maupun anak yang sudah bekerja. Uang yang didapatkan tersebut berasal dari gaji, upah usaha, maupun dari sumber lain.

Penetapan Harga

Indrasari (2019) Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. Banyak yang menganggap bahwa harga sebagai kunci kegiatan dari sistem perdagangan bebas, harga pasar sebuah produk mempengaruhi upah, sewa, bunga, dan laba, artinya harga sebuah produk mempengaruhi biaya faktor-faktor produksi tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan. Dalam teori ekonomi dikatakan bahwa harga, nilai dan manfaat merupakan konsep yang saling berkaitan. Harga yang dikenal sehari-hari adalah nilai yang disebut dalam rupiah dan sen atau medium lainnya sebagai alat tukar.

Kualitas Produk

Kualitas telah menjadi harapan dan impian bagi semua orang baik konsumen maupun produsen. Selain itu dalam dunia bisnis persaingan tidak hanya mengenai seberapa banyak tingkat produktivitas perusahaan dan seberapa rendahnya tingkat harga pada produk maupun jasa, namun lebih kepada kualitas produk atau jasa tersebut, kemudahan, kenyamanan serta kecepatan dan ketepatan waktu dalam pencapaiannya (Daga, 2019:33).

Penetapan Harga

Indrasari (2019) Kualitas pelayanan atau service quality ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menjerat pilihan. Hal ini akan semakin membuat sulit untuk mempertahankan konsumen lama, karenanya kualitas layanan harus ditingkatkan semaksimal mungkin (Nugroho, 2019: 57).

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, disebut kuantitatif karena data penelitian berbentuk angka-angka dan analisis dengan statistik. Penelitian kuantitatif berpegang sangat kuat pada penghimpunan data, berupa angka hasil pengukuran, karena itu dalam penelitian ini statistik memegang peranan penting sebagai alat untuk menganalisa (Sahir, 2022:7). Peneliti melakukan penelitian di sekitaran jembatan Suramadu. Lokasi ini dipilih karena berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan sebelumnya dimana jumlah pedagang pinggir di sekitaran jembatan Suramadu yang terus meningkat, sehingga banyak para pedagang yang melakukan strategi dalam meningkatkan pendapatannya. Serta pemilihan lokasi ini karena memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian karena tersebut tersebut terjangkau. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Oktober - November 2023. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, korelasi berganda, uji t dan uji f.

Hasil Penelitian

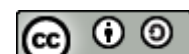
Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:95), analisis yang mengukur suatu variabel bebas (X) lebih dari satu terhadap variabel terikat (Y). Analisis regresi linier berganda ini bertujuan untuk menggunakan variabel-variabel independen yang nilainya diketahui untuk memprediksi nilai dependent tunggal yang dipilih oleh peneliti. Jadi Analisis Regresi Berganda dilakukan apabila jumlah variabel independen (X) lebih dari satu. Berikut adalah tabel hasil perhitungan dengan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25 dari variabel yang di analisis yaitu :

Tabel 4.7
Hasil SPSS Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.222	1.813		.123	.143		
TOTAL_X1	.265	.093	.401	3.442	.000	.525	1.904
TOTAL_X2	.394	.108	.515	4.660	.000	.528	1.894
TOTAL_X3	.237	.065	.107	2.818	.000	.956	1.046

a. Dependent Variable: TOTAL_Y



Sumber : Output Statistik SPSS 25 diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 5.13 dari hasil uji regresi linier berganda maka didapatkan persamaan model regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0.222 + 0.265X_1 + 0.394X_2 + 0.237X_3$$

Keterangan :

Y= Variabel Pendapatan

X₁= Variabel Penetapan Harga X₂ = Variabel kualitas produk X₃ = Variabel kualitas pelayanan

a= Konstanta

b= Koefisien regresi

Berikut penjelasan dari hasil persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

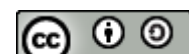
1. Dari persamaan diatas, maka konstanta yang didapat yaitu 0.222 (Alpha = 0.222). Merupakan keadaan saat variabel Pendapatan (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel Penetapan Harga (X₁), kualitas produk (X₂), dan kualitas pelayanan (X₃). Jika variabel independen tidak ada maka variabel minat beli tidak mengalami perubahan.
2. Nilai koefisien Penetapan Harga (X₁) menunjukkan bahwa variabel Penetapan Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap Pendapatan (Y). Nilai koefisien sebesar 0.265 yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan setelah variabel maka akan menaikkan Pendapatan sebesar 0.265.
3. Nilai koefisien regresi kualitas produk (X₂) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X₂) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Pendapatan (Y). Nilai koefisien sebesar 0.394 yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan setelah variabel maka akan menaikkan Pendapatan sebesar 0.394.
4. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X₃) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X₃) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Pendapatan (Y). Nilai koefisien sebesar 0.237 yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan setelah variabel maka akan menaikkan Pendapatan sebesar 0.237.

Uji Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi (R) merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai R berkisar 0-1, semakin mendekati 1 hubungan antara variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen semakin kuat (Sahir, 2022:54).

Tabel 4.8
Hasil SPSS Uji Koefisien korelasi

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		Sig. F Change
1	.847 ^a	.717	.686	.700	.717	22.839	3	27	.000	1.877



a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1
b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Output Statistik SPSS 25 diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.8 di dapat nilai R sebesar 0.847 hal ini menunjukkan bahwa terjadi yang kuat antara variabel Penetapan Harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap pendapatan (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Uji ini mengukur kemampuan model dalam menjabarkan variasi variabel X (modal kerja, jam kerja, lokasi usaha) terhadap Variabel Y (pendapatan). Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Apabila $R^2 = 0$, artinya variasi variabel dependen yang sangat terbatas atau pengaruh variabel X dan variabel Y adalah sangat rendah. Namun $R^2 = 1$, artinya variabel-variabel independen sudah dapat memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen atau pengaruh variabel X dan variabel Y adalah sangat besar (Sahir, 2022:54).

Tabel 4. 9
Hasil SPSS Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		Sig. F Change
1	.847 ^a	.717	.686	.700	.717	22.839	3	27	.000	1.877
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1										
b. Dependent Variable: TOTAL_Y										

Sumber : Output Statistik SPSS 25 diolah tahun 2024

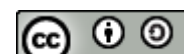
Berdasarkan tabel 4.12 Berikut penjelasan dari hasil koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :

1. Nilai koefisien determinasi diperoleh Adjusted R Square sebesar 0.686 atau 68.6% menunjukkan seberapa besar variasi variabel terikat. Yang artinya 68.6% variabel dari Pendapatan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas yaitu Penetapan Harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3). Untuk sisanya yaitu 31.4% dijelaskan oleh variabel lain yang diluar variabel tersebut..

Uji t (parsial)

Uji t disebut dengan pengujian secara parsial yang digunakan untuk mengetahui variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Keputusan uji t diambil jika H_0 diterima bila signifikansi (nilai t) > 0,05, artinya variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Jika H_0 ditolak bila signifikansi (nilai t) < 0,05, artinya variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Sahir, 2022:53).

Tabel 4. 10 Hasil SPSS Uji t



Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.222	1.813		.123	.143		
TOTAL_X1	.265	.093	.401	3.442	.000	.525	1.904
TOTAL_X2	.394	.108	.515	4.660	.000	.528	1.894
TOTAL_X3	.237	.065	.107	2.818	.000	.956	1.046

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Output Statistik SPSS 25 diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.10 Berikut penjelasan dari hasil signifikan uji t untuk masing-masing variabel yaitu sebagai berikut :

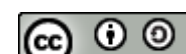
1. Berdasarkan hasil uji statistik t variabel Penetapan Harga (X_1), diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 3.442 dengan tarif nilai signifikan $\alpha=0,05$ maka $t_{\alpha/2} : df = n-k-1 = 31-3-1 = 27$. $t_{\alpha/2(n-k-1)} = t_{0,05/2(31-3-1)} = t_{0,025;27} = 2.051$. Didapat $t_{tabel} = 2.051$ dan nilai signifikan = 0,000, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.442 > 2.051$) dan ($0,000 < 0,05$) H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara variabel Penetapan Harga (X_1) terhadap Pendapatan (Y).
2. Kualitas produk (X_2) hasil uji statistik t diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 4.660 dengan tarif nilai signifikan $\alpha=0,05$ maka $t_{\alpha/2} : df = n-k-1 = 31-3-1 = 27$. $t_{\alpha/2(n-k-1)} = t_{0,05/2(31-3-1)} = t_{0,025;27} = 2.051$. Didapat $t_{tabel} = 2.051$ dan nilai signifikan = 0,000, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.660 > 2.051$) dan ($0,000 < 0,05$) H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara variabel Kualitas produk (X_2) terhadap Pendapatan (Y).
3. Kualitas pelayanan (X_2) hasil uji statistik t diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 2.818 dengan tarif nilai signifikan $\alpha=0,05$ maka $t_{\alpha/2} : df = n-k-1 = 31-3-1 = 27$. $t_{\alpha/2(n-k-1)} = t_{0,05/2(31-3-1)} = t_{0,025;27} = 2.051$. Didapat $t_{tabel} = 2.051$ dan nilai signifikan = 0,000, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.818 > 2.051$) dan ($0,000 < 0,05$) H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara variabel Kualitas pelayanan (X_2) terhadap Pendapatan (Y).

Uji F (simultan)

Uji F bermaksud untuk mengetahui variabel bebas (modal kerja, jam kerja, dan lokasi usaha) secara bersama berpengaruh terhadap variabel terikat (pendapatan). Pada umumnya nilai yang digunakan guna menentukan F tabel (F_{tab}) harus mempergunakan tabel Uji F, untuk $\alpha = 5\%$ $k =$ jumlah variabel bebas dan terikat (Sahir, 2022:53).

Tabel 4. 11 Hasil SPSS Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	33.552	3	11.184	32.839	.000 ^b
Residual	13.222	27	.490		



Total	46.774	30			
a. Dependent Variable: TOTAL_Y					
b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1					

Sumber : Output Statistik SPSS 25 diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.11 diatas didapatkan hasil F_{hitung} sebesar 32.839 sedangkan F_{tabel} didapat menggunakan rumus $df = (n-k-1) = 31-3-1 = 27$. Jadi dihasilkan F_{tabel} 2.96 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel variabel Penetapan Harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap Pendapatan (Y).

Pembahasan

Pengaruh Penetapan Harga terhadap Pendapatan

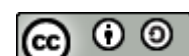
Penetapan harga dalam bisnis, terutama bagi pedagang, adalah langkah strategis yang memainkan peran kunci dalam penentuan pendapatan mereka. Pertama-tama, harga harus mencakup biaya produksi dan operasional untuk memastikan bahwa bisnis tetap berkelanjutan. Hal ini berarti bahwa biaya dan harga memiliki hubungan langsung; jika harga terlalu rendah, pedagang mungkin akan mengalami kerugian, sementara harga yang terlalu tinggi dapat menghalangi pelanggan potensial. Pemahaman yang baik tentang biaya dan pengelolaan efisien merupakan faktor penting dalam meningkatkan pendapatan. Hasil dari pengujian ini menghasilkan bahwa variabel Penetapan Harga berpengaruh secara parsial terhadap Pendapatan. Hasilnya menunjukkan bahwa Penetapan Harga (X_1) $3.442 > t_{tabel}$ 2.051, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mongkito, et al., (2021) mendapati bahwa Penetapan Harga berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan

Kualitas produk adalah faktor kunci dalam keberhasilan bisnis, terutama bagi pedagang. Kualitas produk mencakup sejauh mana produk tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Penting untuk memahami bahwa kualitas produk tidak hanya mencakup aspek fisik, seperti keawetan dan desain, tetapi juga aspek-aspek seperti kinerja, layanan pelanggan, dan kepercayaan merek. Hasil dari pengujian ini menghasilkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap Pendapatan. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk (X_2) $= 4.344 > t_{tabel}$ 2.051, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Satriani, 2020) mendapati bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap Pendapatan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Pendapatan

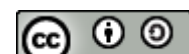
Kualitas pelayanan adalah faktor kunci dalam bisnis pedagang. Kualitas pelayanan mencakup sejauh mana pedagang mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan, baik dalam pelayanan sebelum, selama, maupun setelah transaksi. Pedagang yang memberikan pelayanan berkualitas cenderung menciptakan pelanggan yang puas dan setia. Hasil dari pengujian ini menghasilkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Pendapatan. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_2) $= 4.344 > t_{tabel}$ 2.051, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang



dilakukan oleh (Khairullah, et.al., 2022) mendapati bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Pendapatan

REFERENSI

- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114.
- Alifuddin, M., & Razak, M. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta: In MAGNA Script Publishing.
- Andini, D. S. P., Masiran, H. S., & Piscesa, B. (2020). *Modifikasi Perencanaan Struktur Atas Jembatan Suramadu Menggunakan Konstruksi Jembatan Gantung dengan Side Span Suspended*. *Jurnal Teknik ITS*, 8(2).
- Ardi, Y. (2016). *Pemasaran Jasa*. Padang: Sukabina Press.
- Aziz, A. (2018). *Strategi Berdagang Pedagang Kaki Lima Di Pasar Pagi Notoharjo*. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Aziz, A. (2022). *Manajemen Produk: Efektif dan Efisiensi Produk*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Brien. (2016). *Organisasi Pengusaha yang Efektif*. Jakarta: ILO Publications.
- Badan Pusat Statistik Surabaya, 2022. *Statistik Indonesia Tahun 2022*. Surabaya: Badan Pusat Statistik
- Chairunnissa, C. (2017). *Metode Penelitian Ilmiah Aplikasi Pendidikan dan Sosial*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Chopra, L., Verma, R. S., & Mandal, P. C. (2021). Pricing strategies for companies during the covid-19 pandemic. *International Journal of Business Strategy and Automation (IJBSA)*, 2(4), 1-19.
- Daga, R. (2019). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: *Global Research and Consulting Institute*.
- Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. . N. Y. M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 74-83.
- Dharmmesta, B. S. (2013). *Strategi penetapan harga produk*. Bogor : Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan.
- Defrizal, D., & Dwi Antika, E. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Premium Di Perusahaan Umum Bulog Kantor Wilayah Lampung*. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1771–1780.
- Fatmawati, A. (2022). *Pengantar Keuangan Perusahaan. Edisi Global Asia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fakhrudin, A., Valeria, M., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Sleman: CV Budi Utama.
- Fitroh, A. Kamil, S. dkk. 2019. Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung. *Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 42 No. 1*.
- H.Ahyar, U. Maret, H.Andriana et al. (2020). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.



- Hidayat, M. (2018). *Kebijakan Pembangunan Infrastruktur Fisik Belajar Dari Analisis Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Jembatan Suramadu*. Kebijakan Pembangunan Infrastruktur Fisik, 1(1), 1–16.
- ndrasari. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan pertama, Surabaya: Khairullah, M. N., Irdiana, S., Ariyono, K. Y., & Darmawan, K. (2022). *Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan di Masa Pasca Pandemi Covid 19*. Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi, 15(2), 85–96.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT Erlangga
- Laksana, F. (2016). *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Sukabumi: CV Graha Ilmu.
- Lewa, G. S. S., Tejawati, N. L., & Purawati, N. K. (2022). *Eksistensi Pedagang Kaki Lima Di Desa Tegal Kertha Kecamatan Denpasar Barat Kota Denpasar*. Jurnal Nirwata, 3(2), 114–125.
- Lutfi, A. (2019). *Proses Kegiatan Pemasaran Di PT. Citra Mandiri Wiguna (Perusahaan Media Luar Ruang Di Jakarta)*. Laporan Tugas Akhir Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
- Lyandra Aisyah, D. (2020). *Pengantar Bisnis: Pengantar Bisnis*. Banten: PT Sada Kurnia Pustaka.
- Marissa, G., Ahmad, S., Heri., E. (2022). *Strategi Pemasaran : Konsep, Teori, dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Mulyatiningsih, E. (2013). *Riset Terapan Bidang Pendidikan dan Teknik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Naibaho, H., Suyoto, Y. T., & Barata, D. D. (2020). *Strategi Penjualan Pedagang Pasar Modern Berbasis Custome Data Mining*. Jurnal Terapan Abdimas, (1), 1-15.
- Nalendra, A. R. A. (2021). *Stastitika Seri Dasar dengan SPSS*. Bandung: In Media Sains Indonesia.
- Ngatno, D. D. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: CV Epress Digimala.
- Nugroho, S. (2019). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik Prihatminingtyas, B.
- (2019). *Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Volume Pendapatan*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Priyono. (2017). *Teori Ekonomi*. Surabaya : Dharma Ilmu.
- Putra, I. C. (2022). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Disekitar Jembatan Suramadu Kota Surabaya*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan. 2 (1), 1–9.
- Putri, N. D., & Rahmizal, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Penjualan Di Indoriva Online Pada Pt. Multisukses Energi*. Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 2(2), 1285–1297.
- Rachmadina, D. T., Saprida, & Satria, C. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha dan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Pendapatan Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Bakso Seitalo di Kota Palembang)*. Mahasiswa Ekonomi Syariah STEBIS Indo Global Mandiri, 19, 135.
- Rahmawati, A. (2020). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Medan: Perdana Mulya Sarana.
- Rahmawaty, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pedagang Kaki Lima Pasar Aur*

