DAMPAK MODAL USAHA, INOVASI, LAMA USAHA DAN MODAL SOSIAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG BATIK DI PASAR BERINGHARJO DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

Rafid Adhi Pramana
155020101111023

JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2019

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

DAMPAK MODAL USAHA, INOVASI, LAMA USAHA DAN MODAL SOSIAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG BATIK DI PASAR BERINGHARJO DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Yang disusun oleh :

Nama	: Rafid Adhi Pramana
NIM	: 155020101111023
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan	: S-1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi	: Sumber Daya

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai ***persyaratan ujian skripsi*** yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 8 Mei 2019

Malang, 16 Mei 2019
Dosen Pembimbing,

Moh. Athoillah, SE., ME.
NIP. 2016058411211001

DAMPAK MODAL USAHA, INOVASI, LAMA USAHA DAN MODAL SOSIAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG BATIK DI PASAR BERINGHARJO DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Rafid Adhi Pramana
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang
Email: Rafidadhi@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh modal usaha, inovasi, lama usaha dan modal sosial terhadap pendapatan pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden pedagang batik yang diambil. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis Partial Least Square Regression (PLS-R) dengan data yang berbentuk Skala Likert. Data telah dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner pada pedagang batik di Pasar Beringharjo. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel modal usaha memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang batik dan variabel inovasi menunjukkan bahwa variabel inovasi hasilnya tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang batik. Dan hasil pengujian variabel lama usaha dan variabel modal sosial yang keduanya memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel pendapatan pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci: Pedagang Batik, Pasar Beringharjo, Pendapatan, Partial Least Square Regression, Skala Likert

---

A. PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian di indonesia dinilai cukup pesat terutama dalam sektor perdagangan. Perdagangan merupakan salah satu indikator utama dalam kegiatan perekonomian di suatu wilayah. Tempat perdagangan pada umumnya terbagi menjadi dua, yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Salah satu barang atau produk buatan indonesia yang sudah sangat mendunia dan berpotensi dalam meningkatkan pendapatan perekonomian pedagang pasar tradisional adalah produksi kain atau baju batik indonesia. Penjualan batik di Indonesia sudah banyak dijual di pasar tradisional atau toko modern, tidak hanya di pulau jawa tetapi juga terdapat di seluruh indonesia maupun seluruh dunia.

Salah satu daerah yang sudah terkenal dengan kerajinan batiknya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta yang sekaligus telah resmi dinobatkan menjadi kota batik dunia oleh kerajinan dunia atau *(World Craft Council/WCC)*, pada peringatan 50 tahun organisasi di Dongyang, Provinsi Zheijiang pada 18-23 Oktober 2014. Batik merupakan sebuah karya tradisional indonesia dan telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan oleh Daerah Istimewa Yogyakarta. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang menjadi pilihan destinasi para wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Berdasarkan data yang diambil dari Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2017 dijelaskan bahwa jumlah wisatawan nusantara pada tahun 2013 sebesar 2.602.074 sampai dengan tahun 2017 sebesar 4.831.347, dari data tersebut adalah salah satu alasan untuk memilih Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi objek penelitian bagi peneliti.

Perdagangan kerajinan batik menjadi daya tarik bagi pengunjung Daerah Istimewa Yogyakarta, maka dari itu perdagangan batik memiliki peran penting dalam mengatasi ketenagakerjaan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pasar Beringharjo merupakan salah satu tempat destinasi wisata belanja wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara dan sebagai pemenuhan kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat sekitar Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan banyaknya pengunjung atau pembeli yang datang ke Pasar Beringharjo sehingga dapat meningkatkan jumlah pendapatan pedagang, khususnya pada pedagang batik di Pasar Beringharjo. Berdasarkan data jumlah pedagang pasar di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2017 terdapat 10 pasar (hanya

diambil 10 pasar terbesar). Pasar beringharjo merupakan pasar terbesar dan pasar yang memiliki jumlah pedagang terbanyak di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu dengan jumlah 6.000 pedagang.

Selanjutnya berdasarkan penelitian Rais (2015) bahwa jumlah pengunjung di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta di Tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 147.326, berbeda dengan tahun 2015 jumlah pengunjung Pasar Beringharjo sebanyak 141.041 orang perhari. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan Kurniati (2018) yang menyebutkan bahwa yang menjadi variabel dependen (terikat/yang dipengaruhi dengan adanya variabel bebas) adalah pendapatan Batik UKM (Y). Selanjutnya pada penelitian sebelumnya yang dilakukan Ma'arif (2013) yang menunjukan bahwa modal usaha memberikan pengaruh besar terhadap pendapatan pedagang pasar, karena semakin besar modal yang dikeluarkan maka semakin besar pendapatan yang diterima.

Selanjutnya, penelitian dari Farida (2016) yang menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan pendapatan usaha kecil menengah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Kurniati (2018) yang menyebutkan bahwa pentingnya inovasi produk dan inovasi pemasaran karena dapat mempengaruhi efisiensi ekonomi Usaha Kecil Menengah (UKM) batik. Dapat disimpulkan dari kedua penelitian sebelumnya yang membahas tentang pentingnya variabel inovasi terhadap tingkat pendapatan terhadap usaha kecil menengah, maka dari itu penelitian ini menambahkan variabel inovasi (inovasi produk & pemasaran) guna melihat bagaimana pengaruh terhadap pendapatan pedagang di pasar beringharjo.

Alasan selanjutnya dalam menggunakan pendapatan sebagai variabel dependen (terikat) dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan Yuliarmi (2015) menunjukan bahwa variabel pendapatan juga dipengaruhi oleh lama usaha karena semakin lama seseorang dalam membuka usaha perdagangan maka akan semakin banyak pendapatan yang diterima, maka dari itu variabel pendapatan sangat dibutuhkan dalam penelitian ini. Selanjutnya, penelitian sebelumnya yang dilakukan Ferdinand (2005) menyatakan bahwa hubungan modal sosial terhadap pendapatan dapat terjadi apabila pedagang atau perusahaan memiliki jaringan hubungan, kerjasama bisnis yang baik dengan konsumen maka akan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang atau perusahaan yang akan diterima. Jadi, alasan dalam menggunakan pendapatan sebagai variabel dependen (terikat) untuk penelitian ini karena modal sosial merupakan salah satu variabel independen (bebas) yang dapat mempengaruhi variabel pendapatan.

Dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka dari itu peneliti menambahkan modal usaha, inovasi, lama usaha dan modal sosial sebagai variabel penelitian untuk melihat bagaimana pengaruhnya terhadap tingkat pendapatan pedagang di Pasar Beringharjo. Dari data-data yang telah disebutkan dan juga terdapat celah *(gap)* penelitian sebelumnya bahwa masih belum banyak penelitian yang melihat variabel inovasi dan modal sosial secara spesifik dalam mempengaruhi tingkat pendapatan usaha. Dan juga terdapat celah *(gap)* dengan data-data yang telah disebutkan bahwa pasar beringharjo sebagai pasar dengan jumlah pedagang terbanyak dan jumlah pengunjung yang terus meningkat setiap tahunnya, namun pendapatan pedagang batik dari waktu ke waktu tidak mengalami perkembangan yang signifikan Arofah (2017). Dengan adanya fluktuasi pendapatan tersebut, maka para pedagang batik di Pasar Beringharjo dihadapkan oleh persoalan tentang bagaimana untuk mencapai optimalisasi peningkatan laba yang dituangkan pada beberapa variabel keputusan yaitu modal usaha, Inovasi, lama usaha dan modal sosial.

B. LANDASAN TEORI

Hubungan Antara Modal Usaha, Inovasi, Lama Usaha dan Modal Sosial Terhadap Pendapatan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta

Hubungan Antara Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang

Hubungan modal usaha terhadap pendapatan pedagang. Modal merupakan faktor penting dalam melakukan usaha, sebab modal mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan berhasil atau tidaknya suatu usaha yang dijalani. Modal usaha yang dimiliki pedagang pasar tradisional tentunya memberikan keleluasaan bagi pedagang untuk menentukan kuantitas dan jenis barang yang akan dijual pedagang. Serta dengan modal usaha tersebut dapat membeli bahan baku maupun peralatan yang diperlukan yang dapat digunakan untuk meningkatkan produksinya, guna memaksimalkan pendapatan yang diperolehnya. Suatu usaha yang dibangun tidak akan berkembang tanpa didukung dengan modal. Sehingga modal dapat dikatakan jadi jantungnya usaha yang dibangun tersebut.

Menurut Case dan Fair (2007) dalam buku yang berjudul "prinsip-prinsip ekonomi" menyatakan bahwa modal merupakan faktor penting dalam melakukan usaha, sebab modal mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan berhasil atau tidaknya suatu usaha yang dijalani.

Modal yang relatif besar akan memungkinkan suatu unit penjualan menambah variasi komoditas dagangannya. Dengan ini berarti akan semakin memungkinkan diraihnya pendapatan yang lebih besar. Sehingga laba yang didapat pun akan lebih besar. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Asakdiyah (2004), juga membuktikan bahwa variabel modal usaha mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar di Daerah Istimewa Yogyakarta. Disamping itu modal usaha merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar. Modal yang relatif besar akan memungkinkan suatu unit penjualan menambah variasi komoditas dagangannya. Dengan cara ini berarti akan semakin memungkinkan diraihnya pendapatan yang lebih besar.

Hubungan Antara Inovasi Terhadap Pendapatan Pedagang

Hubungan inovasi terhadap pendapatan pedagang. Menurut Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau objek yang dianggap baru oleh seseorang individu atau unit pengguna lainnya. Manfaat dari adanya inovasi adalah menciptakan berbagai desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelangan yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Inovasi memiliki pengaruh signifikan positif terhadap pendapatan. Apabila dapat berhasil melakukan inovasi terbaru bagi usahanya, maka akan menambah pendapatan pedagang pasar tersebut. Sehingga dapat meningkatkan alternatif pilihan dan manfaat atau pilihan yang diterima oleh pelanggan sehingga inovasi produk dan inovasi pemasaran adalah salah satu cara pedagang pasar dalam mempertahankan keunggulan bersaing di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu dengan cara memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial, menampilkan visual/gambar yang dapat menarik konsumen dan nantinya akan dapat membantu meningkatkan pendapatan usaha tersebut.

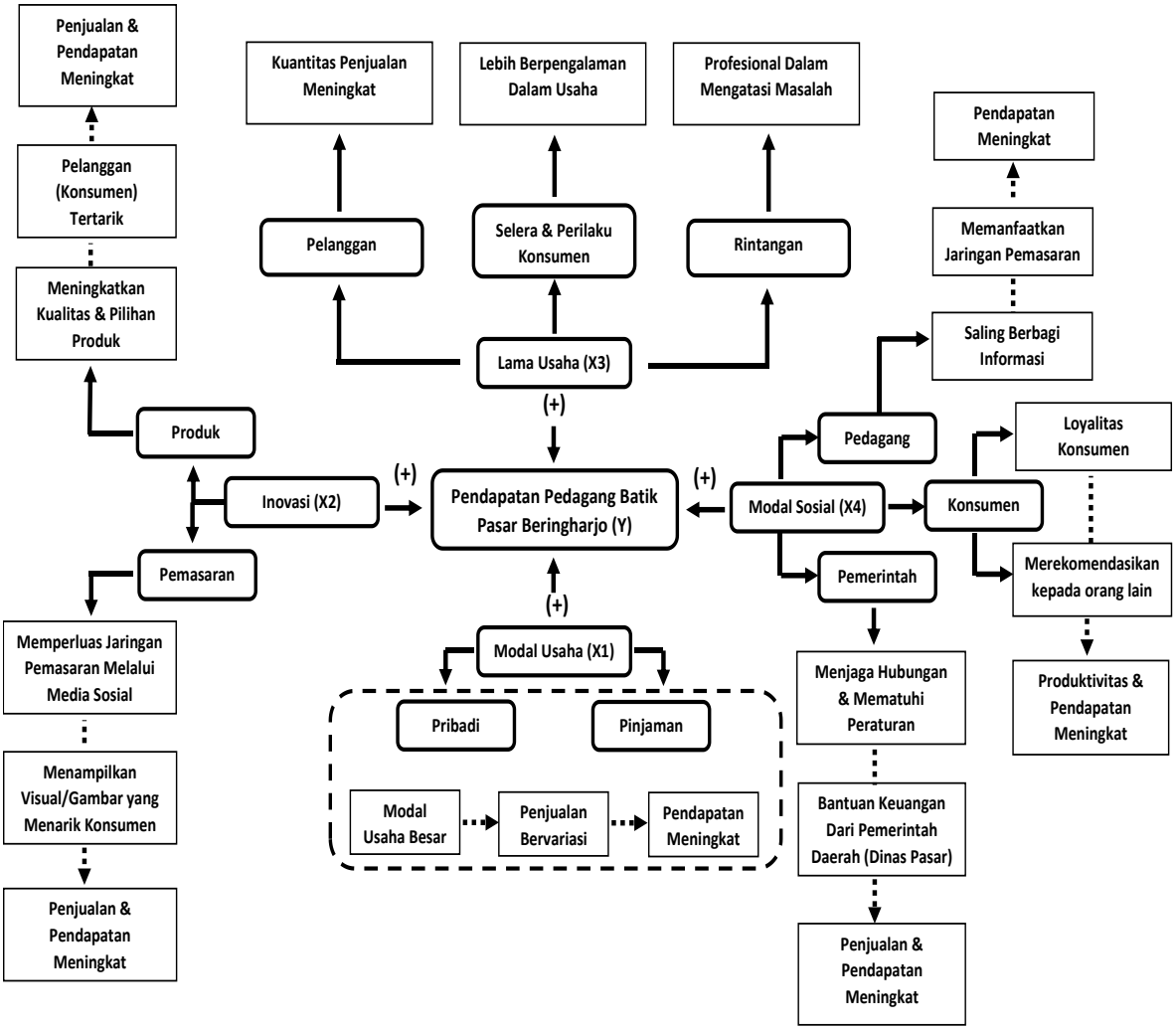
Hubungan Antara Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang

Hubungan lama usaha terhadap pendapatan pedagang. Menurut Firdausa (2013), lama usaha memiliki pengaruh signifikan positif terhadap tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan dapat mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya atau keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Semakin lama seseorang dalam menekuni bidang usaha perdagangan maka akan semakin meningkatkan pengetahuan selera dan perilaku konsumen. Semakin lama usaha dijalankan maka semakin banyak rintangan dalam berdagang di pasar dan semakin mengetahui bagaimana cara untuk mengatasi permasalahan tersebut. Semakin lama usaha dijalankan maka pedagang mampu menyusun strategi untuk dapat lebih menarik konsumen yang datang, sehingga pendapatan akan semakin meningkat jika konsumen semakin banyak.

Hubungan Antara Modal Sosial Terhadap Pendapatan Pedagang

Hubungan modal sosial terhadap pendapatan pedagang. Menurut Ferdinand (2005) menyatakan bahwa modal sosial adalah organisasi jaringan yang dibangun atas dasar norma bersama sistem sistem nilai dan pemahaman seharusnya dapat memperkuat kerjasama dan sosial jangka panjang. Modal sosial meliputi jaringan hubungan, jejaring sosial, rasa saling percaya dan norma sosial. Adapun modal sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang memiliki jaringan hubungan, kerjasama dan kepercayaan dengan baik pada konsumen di Pasar beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. Dan apabila pedagang memiliki jaringan atau kerjasama yang baik serta mematuhi aturan-aturan yang telah dibuat oleh pemerintah daerah yang dimana pemerintah daerah akan berusaha untuk selalu dapat meingkatkan kesejahteraan bagi para pedagang Pasar Beringharjo.

Selanjutnya, apabila pedagang pasar dapat berhasil dalam membentuk kerjasama atau hubungan yang baik terhadap konsumen, maka akan terciptanya loyalitas/kesetiaan konsumen, kepercayaan terhadap produk dan kerelaan konsumen dalam mencari produk/jasa tersebut apabila membutuhkannya. Dapat memperoleh konsumen yang baru, dikarenakan konsumen merasa puas dengan produk/jasa dari usaha pedagang pasar yang akan menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain sehingga orang lain tersebut membeli produk/jasa yang sama. Faktor dari modal sosial pedagang pasar tersebut berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta.



Gambar 1. Kerangka Pikir
Sumber: Penulis, 2019

Berdasarkan kerangka pikir diatas, Hi dari penelitian ini adalah:

H1:Diduga Modal usaha berpengaruh positif terhadap Pendapatan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta.

H2:Diduga Inovasi berpengaruh positif terhadap Pendapatan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta.

H3:Diduga Lama usaha berpengaruh positif terhadap Pendapatan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta.

H4:Diduga Modal Sosial berpengaruh positif terhadap Pendapatan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adlah penelitian yang dikhususkan untuk pengolahan data-data berupa angka. Penelitian kuantitatif dapat memudahkan peneliti dalam mengolah angka yang nantinya dilakukan dengan analisis regresi menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Sedangkan

penelitian deskriptif, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lainnya.

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dalam penelitian ini dilaksanakan di Daerah Istimewa Yogyakarta lebih tepatnya di Pasar Beringharjo. Alasan dipilihnya lokasi tersebut karena Pasar Beringharjo merupakan pasar tradisional yang terletak di pusat kota dan merupakan pusat perdagangan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Menurut Sekaran (2006), teknik *Simple Random Sampling* merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memilih secara acak pada sampel yang akan dipilih dan pada saat itu juga. *Simple Random Sampling* adalah model pengumpulan data dimana sampel dari populasi, tidak memiliki peluang yang sama dan tidak ditentukan sebelumnya untuk terpilih sebagai sampel secara bebas, jika ada seseorang yang bersedia mengisi kuisioner dan memenuhi kriteria yang dibutuhkan peneliti, maka akan dijadikan sampel.

Populasi dan Sampel

Populasi yang akan diteliti adalah 100 pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini memiliki 5 variabel yang diteliti sehingga peneliti menetapkan 50 pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai sampel pada penelitian ini.

Teknik Analisa Data

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis multivariat. Model yang digunakan adalah *Partial Least Square Regression* (PLS-R). Dalam pengolahannya menggunakan Aplikasi SmartPLS 3. Setelah itu akan dilakukan pengujian *outer model (measurement model)* untuk melihat hasil uji validitas dan reliabilitas. Dan selanjutnya akan dilakukan pengujian *inner model (Structural model)* dengan kriteria seperti *T-Statistics*, *Probability Values* dan R2. Dilanjutkan dengan pengujian terakhir yaitu pengujian hipotesis.

Model dan Variabel Penelitian

$PEND = \alpha + \beta 1MU + \beta 2I + \beta 3LU + \beta 3MS + e$

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

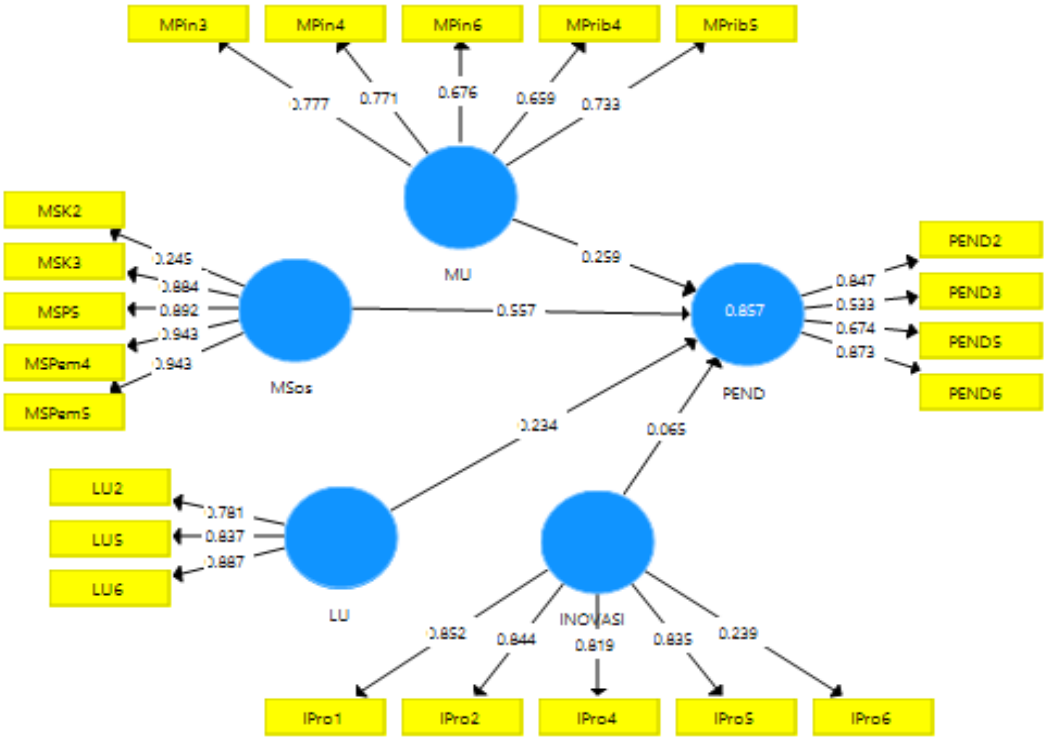
Variabel	Definisi Operasional Variabel	Peneliti
Pendapatan Pedagang (Y)	Pendapatan atau keuntungan ekonomi adalah pendapatan total yang diperoleh pemilik usaha setelah dikurangi biaya produksi. Pendapatan disebut juga sebagai *income* dari seseorang yang diperoleh dari hasil transaksi jual-beli dan pendapatan diperoleh apabila terjadi transaksi antara pedagang dengan pembeli dalam suatu kesepakatan harga bersama.	Sukirno (2005)
Modal Usaha (X1)	Modal usaha adalah barang yang diproduksi oleh sistem ekonomi yang digunakan sebagai input untuk memproduksi barang dan jasa di masa depan, serta tidak hanya terbatas pada uang/aset keuangan seperti obligasi & saham tetapi barang-barang fisik seperti pabrik, peralatan, persediaan & aset tidak berwujud (Case & Fair, 2007). Menurut Sukirno (2006) modal terbagi menjadi 2 yaitu modal tetap & modal tidak tetap. Modal dapat diperoleh melalui berbagai cara yaitu dengan, Modal Sendiri, Modal Asing (Pinjaman bank, lembaga keuangan, perusahaan non perbankan), dan Modal Patungan (uang tabungan sendiri, dari teman atau relasi, pinjaman barang dagangan, kredit bank dan laba yang diperoleh)	Case & Fair(2007) Sukirno (2005)

Inovasi (X2)	Inovasi merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi. Inovasi Produk merupakan pengenalan dan pengembangan jenis barang atau jasa baru yang berbeda dari sebelumnya dan melengkapi kekurangan dari penemuan sebelumnya dengan lebih menekankan pada segi kualitas (Atalay,2013). Inovasi Pemasaran memiliki peran penting dalam keberhasilan dari inovasi produk yang telah diciptakan, karena tanpa pemasaran yang baik, inovasi yang telah dikembangkan menjadi usaha yang sia-sia. Strategi pemasaran sebagai kesatuan prinsip-prinsip dalam bisnis yang digunakan perusahaan atau pedagang untuk melayani konsumen dan mencapai profitabilitas (Amstrong & Kotler, 2003). Kesimpulannya dalam penelitian ini inovasi lebih difokuskan pada inovasi produk dan inovasi pemasaran. Kesimpulannya dalam penelitian ini Inovasi lebih difokuskan pada inovasi produk dan inovasi pemasaran.	Machfoedz (2004) Atalay (2013) Amstrong & Kotler (2003)
Lama Usaha (X3)	Semakin lama usaha seseorang dalam membuka usaha maka semakin terampil dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu lama usaha yang dijalani seseorang akan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan untuk melaksanakan usaha sehingga akan dapat meningkatkan produktivitas usaha tersebut. Kesimpulannya adalah bahwa pengalaman dalam berusaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap jumlah pendapatan yang akan diterima oleh pedagang.	Poniwati (2008)
Modal Sosial (X4)	Modal sosial adalah organisasi jaringan yang dibangun atas dasar norma bersama sistem nilai dan pemahaman seharusnya dapat memperkuat kerjasama dan sosial jangka panjang. Modal sosial meliputi: hubungan jaringan, jejaring sosial, kohesi sosial, kepercayaan dan norma sosial. Modal sosial dapat meningkatkan kemampuan pasar sejalan dengan peningkatan sumber daya. Dalam penelitian ini modal sosial dibahas dari dimensi kepercayaan, norma dan jaringan: 1.Kepercayaan *(trust)*, terbagi menjadi dua yaitu kepercayaan umum (general trust) & Kepercayaan Institusional (institusion trust) 2. Norma (norms) 3. Jaringan (network), terbagi menjadi dua yaitu Jaringan Bisnis (business networks) & Jaringan Informasi (information networks)	Tsai & Ghosal (1998) Dakhli & Clerq, 2004 dalam Doh dan Zolnik (2011)

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Sebelum dilakukan uji hubungan antar variabel, akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Analisis tersebut dilakukan dengan Aplikasi SmartPLS 3.0 yang bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir dari pertanyaan dalam kuisioner dapat dinyatakan valid atau tidak. Setelah dilakukan regresi menggunakan SmartPLS 3.0, Maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 2. Partial Least Square Regression Model
Sumber: Data diolah penulis, 2019.

Melihat hasil diatas dapat diperoleh model:

$$PEN = 0{,}259\ MU + 0{,}065\ I + 0{,}234\ LU + 0{,}557\ MS$$

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui nilai variabel Modal Usaha (MU) terhadap pendapatan pedagang batik sebesar 0,259. Variabel Inovasi (I) terhadap pendapatan pedagang batik sebesar 0,065. Variabel Lama Usaha (LU) terhadap pendapatan pedagang batik sebesar 0,234. Variabel Modal Sosial (MU) terhadap pendapatan pedagang batik sebesar 0,557.

Hasil Uji Outer Model (Measurement Model)

Tabel 2. Hasil Uji Outer Model (Measurement Model)

Variabel	*Average Variance Extracted*	*Cronbach's Alpha*	Composite Reliability
Pendapatan Pedagang	0,554	0,720	0,828
Modal Usaha	0,525	0,780	0,846
Inovasi	0,573	0,771	0,858
Lama Usaha	0,699	0,791	0,874
Modal Sosial	0,683	0,854	0,906

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji *outer model (measurement model)* dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan pada penelitian ini lolos dari uji validitas, karena semua variabel memiliki nilai AVE yang melebihi angka 0,50 dan dapat dikatakan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini valid dalam mengukur sesuatu yang sedang diukur. Selain itu, semua variabel dinyatakan lolos dari uji reliabilitas karena nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* lebih dari 0,70 sehingga butir pertanyaan dalam variabel dapat dikatakan *reliable* dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat mengukur konsistensi dari responden dalam menjawab setiap item pernyataan.

Hasil Uji Inner Model (Structural Model)

Tabel 3. Hasil Uji Inner Model (Structural Model)

Variabel	*T-Statistics*	*Probability Value*
Modal Usaha →Pendapatan	3,533	0,000
Inovasi →Pendapatan	0,730	0,466
Lama Usaha → Pendapatan	2,615	0,009
Modal Sosial → Pendapatan	6,270	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji *inner model* tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel independen (Modal Usaha, Lama Usaha, Modal Sosial) berpengaruh secara signifikan positif terhadap variabel pendapatan karena nilai *T-Statistics* keseluruhan sudah lebih dari 1,96 dan nilai *P-Values* sudah kurang dari 0,05. Sedangkan untuk variabel Inovasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Pendapatan Pedagang karena nilai *T-Statistics* keseluruhan kurang dari 1,96 dan nilai *P-Values* lebih dari 0,05.

Tabel 4. Uji R-Square

Variabel Dependen	*R Square*	Keterangan
Pendapatan	0,857	Kategori Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa R-Square pada variabel Pendapatan Pedagang (Y) sebagai variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel Modal Usaha (X1), Inovasi (X2), Lama Usaha (X3), Modal Sosial (X4) sebesar 0,857 atau sebesar 85,7% sedangkan sisanya 14,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *R Square* pada penelitian ini termasuk kategori tinggi.

Tabel 5. Uji Hipotesis

Variabel	*P-Values*	Uji Hipotesis	Keterangan
Modal Usaha	0,000	H1 Diterima	Berpengaruh positif pada pendapatan pedagang
Inovasi	0,466	H2 Ditolak	Tidak berpengaruh pada Pendapatan Pedagang
Lama Usaha	0,009	H3 Diterima	Berpengaruh positif pada pendapatan pedagang
Modal Sosial	0,000	H4 Diterima	Berpengaruh positif pada pendapatan pedagang

Sumber: Data Primer diolah, 2019.

Pengaruh Modal Usaha (X1) Terhadap Pendapatan Pedagang Batik (Y) di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan dapat diketahui bahwa variabel Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta yang berarti jika semakin besar modal usaha yang dimiliki oleh pedagang maka tingkat pendapatan oleh pedagang batik Pasar Beringharjo tersebut juga akan naik.

Modal usaha sangat penting untuk memenuhi kebutuhan barang dagangan sehari-hari dan juga akan membantu perkembangan usaha batik tersebut. Kondisi pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki besar modal usaha yang bervariasi tergantung dari jumlah variasi atau model batik yang diperdagangkan. Sumber Modal usaha Pedagang Batik dari hasil penelitian kepada 50 responden menjelaskan bahwa modal paling banyak berasal dari modal pribadi daripada modal pinjaman (pihak pembiayaan *finance*) karena untuk mendapatkan pinjaman harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan seperti adanya jaminan atau agunan dari modal pinjaman tersebut, maka dari itu untuk mencegah terjadinya hal – hal buruk, pedagang lebih baik menggunakan modal sendiri atau modal dari keluarga.

Akan tetapi, lain halnya pada beberapa pedagang lainnya yang beranggapan bahwa modal usaha yang digunakan lebih baik menggunakan dana pinjaman dari pihak pembiayaan *finance*, karena sangat membantu dalam produktivitas usaha berdagang setiap

harinya. Ada beberapa pedagang batik yang masih memiliki modal kecil dan belum lama dalam memulai usahanya menjadi pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta yang secara sadar memerlukan dana pinjaman atau kredit. Untuk itu membantu kemudahan dalam memperoleh pinjaman dana perlu adanya peran dari masyarakat, pemerintah dan pihak ketiga yaitu lembaga keuangan mikro lainnya agar memberikan kredit dengan syarat-syarat dan bunga ringan sesuai dengan keadaan pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta.

Adapun Teori Case & Fair (2007) dalam buku yang berjudul prinsip-prinsip ekonomi menyatakan bahwa modal merupakan faktor penting dalam melakukan usaha, sebab modal mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan berhasil atau tidaknya suatu usaha yang dijalani. Dan juga hasil penelitian dari Salamatun Asakdiyah (2004), membuktikan bahwa variabel modal usaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pendapatan karena modal yang relatif besar akan memungkinkan suatu unit penjualan menambah variasi komoditas dagangannya. Dengan cara ini akan meningkatkan pendapatan yang lebih besar.

Pengaruh Inovasi (X2) Terhadap Pendapatan Pedagang Batik (Y) di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta

Hasil dari penelitian ini dinyatakan bahwa variabel Inovasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan kata lain, besarnya pendapatan yang diterima pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta tidak dipengaruhi oleh variabel Inovasi khususnya pada Inovasi Produk dan Inovasi Pemasaran. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ioanid, A., & Zanin, A. (2018) dimana Inovasi Pemasaran melalui jaringan media sosial yang dilakukan oleh UKM bisnis di Rumania masih sangat sedikit dalam penggunaan teknik Inovasi Pemasaran melalui media sosial karena masih sangat sedikit UKM Bisnis yang benar-benar mempertimbangkan untuk melibatkan pihak lain dalam proses inovasi sehingga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Pendapatan.

Menurut Ioanid, A., & Zanin, A. (2018), walaupun Inovasi Pemasaran melalui media sosial dalam penelitian ini semua dapat membantu mempertahankan pelanggan dan dapat mendapatkan pelanggan baru bagi UKM tersebut, tetapi pelaku UKM yang menggunakan Inovasi Pemasaran melalui media sosial dalam usahanya lebih sering mendapatkan pelanggan yang langsung datang ke pasar untuk melihat inovasi produk terbaru dari UKM tersebut yang dimana pelaku UKM lebih mendapatkan keuntungan secara langsung di pasar daripada lewat media sosial. Sebagian besar responden mengatakan sangat sulit untuk mengukur ide-ide inovatif yang di promosikan lewat media sosial untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk UKM tersebut, sehingga pelaku UKM sangat menerima saran-saran dari konsumen atau pengunjung pasar untuk menciptakan inovasi produk terbaru dalam mengembangkan UKM tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan kepada pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta dari hasil wawancara terstruktur dengan memberikan kesimpulan bahwa pedagang batik disana mayoritas sudah berusia 41-50 tahun yang artinya dengan rentang umur yang susah untuk mempelajari teknologi khususnya pada media sosial. Disana masih banyak terdapat kurangnya pemahaman dari pedagang pasar dalam penggunaan media sosial. Maka dari itu perlunya semua pedagang batik untuk meningkatkan kemampuan dalam hal inovasi pemasaran tanpa harus mengandalkan nama besar dari Pasar Beringharjo. Tujuannya untuk memperluas pemasaran produk agar orang-orang semakin mengetahui keberadaan produk batik tersebut, sehingga semakin banyak orang untuk membeli produk batik tersebut yang nantinya akan dapat meningkatkan jumlah pendapatan dari pedagang atau pengusaha batik tersebut.

Pengaruh Lama Usaha (X3) Terhadap Pendapatan Pedagang Batik (Y) di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta

Pada penelitian ini dinyatakan bahwa variabel Lama Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta yang berarti jika semakin lama usaha seseorang dalam bekerja maka akan dapat memiliki strategi khusus ataupun cara tersendiri dalam berdagang karena memiliki

pengalaman yang lebih banyak dalam menekuni usahanya (Poniwati,2008). Lama usaha adalah ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya dengan baik. Lamanya seseorang dalam menekuni bidang usahanya akan memberikan pengaruh baik terhadap kemampuan profesionalnya.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Firdausa & Arianti (2013) yang membuktikan bahwa variabel Lama Usaha dapat mempengaruhi variabel pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan dapat mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya atau keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Semakin lama seseorang dalam menekuni bidang usaha perdagangan maka akan semakin meningkatkan pengetahuan selera dan perilaku konsumen. Semakin lama seseorang dalam berusaha maka pelanggan yang dimiliki akan semakin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis yang dijaring.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan yang dilakukan Artianto (2010) membuktikan bahwa variabel Lama Usaha mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap pendapatan pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama usaha yang didirikan maka akan dapat meningkatkan kemampuan profesionalitas atau keterampilan dalam berdagang. Sehingga pedagang mampu memenuhi keinginan atau selera konsumen yang nantinya akan dapat meningkatkan jumlah pendapatan. Penjelasan-penjelasan sebelumnya adalah beberapa indikator dari variabel Lama Usaha yang dibuat dalam penelitian ini guna mengetahui pengaruh dari variabel Lama Usaha.

Pengaruh Modal Sosial (X4) Terhadap Pendapatan Pedagang Batik (Y) di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta

Pada penelitian ini dinyatakan bahwa variabel Modal Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pendapatan oleh Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta yang berarti bahwa modal sosial adalah organisasi jaringan yang dibangun atas dasar norma bersama sistem-sistem nilai dan pemahaman yang dapat memperkuat kerjasama dan sosial jangka panjang (Ferdinand,2005). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Farida (2016) yang membuktikan bahwa variabel Modal Sosial mempunyai pengaruh signifikan positif dalam kemampuan pasar dan kinerja pemasaran, maka dari itu modal sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran UKM. Apabila semua berjalan dengan baik maka akan meningkatkan jumlah pendapatan UKM tersebut.

Adapun Modal Sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang memiliki jaringan hubungan, kerjasama dan kepercayaan dengan baik kepada konsumen, pedagang dan pemerintah, ketika pedagang berhasil membentuk kerjasama atau hubungan yang baik dengan konsumen, pedagang dan pemerintah maka akan terciptanya loyalitas/kesetiaan konsumen, kepercayaan terhadap produk, saling percaya dengan sesama pedagang dan adanya hubungan baik pedagang dengan pemerintah yang dimana pemerintah (dinas pasar) akan lebih cepat dan tanggap dalam mengatasi atas keluhan dari pedagang ataupun pengunjung pasar.

Pentingnya Modal Sosial sangat mempengaruhi bagi keberlangsungan bisnis bagi para Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta yang artinya modal sosial dapat dibangun melalui rasa saling percaya dan kerjasama bisnis yang baik. Apabila semuanya dapat berjalan dengan baik, maka seorang pedagang batik tersebut dapat memiliki jaringan & kerjasama bisnis yang baik serta memiliki hubungan yang baik dengan pemerintah daerah setempat, sehingga dengan memiliki modal sosial akan dapat meningkatkan kemampuan pasar mendapatkan modal sosial yang lebih baik menjadi kemampuan pasar yang lebih tinggi, sehingga pedagang semakin mudah untuk mendapatkan pelanggan dan jumlah pendapatan menjadi lebih meningkat dan pedagang pasar menjadi lebih sejahtera.

Ada beberapa Indikator-indikator yang dibuat dalam penelitian ini guna untuk mengetahui item pernyataan tentang modal sosial yang meliputi Modal Sosial dengan Konsumen, Modal Sosial dengan Pedagang dan Modal Sosial dengan Pemerintah. Modal sosial dengan konsumen pada Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah berjalan dengan baik dalam meningkatkan kepercayaan dan kerjasama bisnis yang baik dengan konsumen dapat dibuktikan dengan jawaban pada

pernyataan “saya memberikan jaminan terhadap kualitas produk yang dijual kepada konsumen“ dan pernyataan “saya terbuka dengan tawar menawar mengenai penentuan harga dengan konsumen” yang dimana paling banyak yang menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah istimewa Yogyakarta menyadari bahwa pentingnya memberikan kepercayaan berupa jaminan atas kualitas produk yang dijual serta terbukanya tawar menawar dalam penentuan harga karena ketika pedagang memberikan jaminan kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau membuat para konsumen akan tertarik lagi untuk membeli barang yang dijual oleh pedagang tersebut.

Selain Modal Sosial dengan Konsumen dalam bentuk pemberian jaminan atas kualitas produk yang dijual dan terbukanya tawar menawar dalam penentuan harga barang, modal sosial dengan pedagang juga termasuk di dalamnya. Modal sosial dengan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta dinilai sudah berjalan dengan baik dalam menjaga kekeluargaan/hubungan baik dengan pedagang pasar lainnya dapat dibuktikan dengan jawaban pada pernyataan “saya menjaga hubungan baik dengan pedagang pasar lainnya” dimana paling banyak pedagang yang menjawab setuju pada pernyataan tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah istimewa Yogyakarta menyadari bahwa pentingnya menjaga hubungan dengan baik antar sesama pedagang serta saling membantu sesama pedagang apabila ada yang membutuhkan bantuan di pasar. Apabila semuanya dapat berjalan dengan baik maka kedepannya akan terus terjalinnya rasa kekeluargaan yang sangat erat antar sesama pedagang.

Selain Modal Sosial dengan Pedagang dalam menjaga kekeluargaan/hubungan baik dengan pedagang pasar lainnya, Modal Sosial dengan Pemerintah juga termasuk di dalam indikator dari Modal Sosial. Modal sosial dengan Pemerintah Daerah (Dinas Pasar) di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta dinilai sudah berjalan dengan baik dalam menjaga hubungan pedagang dengan pemerintah. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan jawaban pada pernyataan “Saya menjaga hubungan baik dengan pemerintah daerah” dan saya bersedia untuk mematuhi aturan yang telah dibuat oleh pemerintah daerah” dimana paling banyak pedagang yang menjawab setuju pada pernyataan tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah istimewa Yogyakarta menjaga hubungan baik dengan pemerintah daerah (Dinas Pasar) dan patuh terhadap peraturan-peraturan yang telah dibuat oleh Pemerintah Daerah (Dinas Pasar) untuk menjaga ketertiban dan kebersihan di Pasar Beringharjo. Dan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Pasar Beringharjo tidak pernah terjadi kericuhan atau protes antara Pedagang dengan pihak Dinas Pasar yang bersangkutan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis pengujian dan pembahasan melalui teori yang ada serta fenomena-fenomena ekonomi yang terkait maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Modal Usaha menjelaskan bahwa modal penting dalam melakukan usaha, sebab modal memiliki hubungan kuat dengan berhasil atau tidaknya suatu usaha yang dijalani. Modal Usaha memiliki pengaruh positif terhadap Pendapatan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. Ketika Pedagang Batik tersebut memiliki Modal Usaha yang lebih besar maka pendapatan pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta juga akan meningkat. Semakin tinggi modal usaha yang dikeluarkan dalam berdagang maka hal ini akan dapat membuat pedagang dapat menjualkan produk lebih banyak dan lebih bervariasi sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk usaha batik tersebut dan nantinya pendapatan yang diterima akan semakin bertambah.
2. Inovasi menjelaskan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi terbagi menjadi dua yaitu Inovasi Produk dan Inovasi Pemasaran. Inovasi pada pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta tidak memiliki pengaruh terhadap Pendapatan Pedagang Batik tersebut. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman dari pedagang pasar dalam penggunaan media sosial, serta kurangnya minat dari pengunjung pasar dalam pembelian produk melalui media sosial (Facebook, Instagram,

Bukalapak dan Tokopedia) karena lebih banyak konsumen yang langsung datang ke pasar untuk membeli produk tersebut. Untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar dalam usaha, maka perlunya seorang pedagang untuk meningkatkan kemampuan dalam hal Inovasi khususnya pada Inovasi Pemasaran.

3. Lama Usaha menjelaskan lama waktu seseorang dalam menekuni bidang usahanya. Lama Usaha memiliki arah pengaruh positif terhadap Pendapatan. Saat pedagang Semakin Lama dalam menekuni Usahanya, maka pedagang tersebut akan lebih mengetahui selera dan perilaku konsumen serta akan lebih terampil dalam berusaha, jumlah pelanggan akan semakin bertambah dan semakin banyak relasi dalam berbisnis yang nantinya akan dapat meningkatkan Pendapatan Pedagang Batik tersebut.
4. Modal Sosial menjelaskan manfaat baik dalam hubungan/jaringan & kerjasama dengan Konsumen, Pedagang & Pemerintah Daerah (Dinas Pasar). Modal Sosial memiliki pengaruh positif terhadap Pendapatan. Semakin baik modal sosial yang dimiliki pedagang tersebut, maka kedepannya akan selalu terciptanya kekeluargaan yang sangat erat dan berpengaruh positif bagi kelangsungan usaha dari pedagang tersebut. Dan juga akan semakin meningkatkan Pendapatan Pedagang Batik tersebut.

Saran

Dari kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran yang diajukan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu :

1. Ditinjau dari Modal Usaha, apabila terdapat pedagang yang membutuhkan modal usaha dalam berdagang, pedagang tersebut mempunyai pemikiran yang terbuka mengenai pentingnya bantuan dana pinjaman dari kreditur/pihak pembiayaan *finance*, karena akan membantu dalam produktivitas berdagang setiap harinya. Untuk membantu kemudahan dalam memperoleh pinjaman dana perlu adanya peran dari masyarakat, pemerintah dan pihak pembiayan finance lainnya agar memberikan kredit lunak dengan syarat-syarat dan bunga ringan sesuai dengan keadaan pedagang batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. Apabila memiliki Modal Usaha yang lebih besar, maka akan mendapatkan pendapatan yang lebih besar dari pendapatan sebelumnya yang nantinya akan sangat berpengaruh bagi kelangsungan usaha dari Pedagang Batik tersebut.
2. Berikutnya dari Inovasi, ada baiknya semua pedagang batik di Pasar Beringharjo tidak hanya mengandalkan nama general dari Pasar Beringharjo itu saja, melainkan melakukan sebuah inovasi pemasaran melalui media sosial agar produk usaha batik tersebut semakin meluas. Ketika pemasaran produk usaha batik semakin meluas dan semakin banyak orang mengetahui produk usaha batik itu, maka akan semakin banyak orang yang mencari untuk membeli produk tersebut. Kemudian, hasil dari inovasi produk dan Inovasi pemasaran akan dapat meningkatkan jumlah pendapatan pada pedagang/pengusaha batik tersebut.
3. Berikutnya dari Lama Usaha, untuk menjaga kelangsungan usaha dari pedagang batik, ada baiknya apabila pedagang memiliki pengalaman usaha yang cukup lama agar kedepannya lebih banyak untuk mengetahui lebih dalam bagaimana selera dan perilaku konsumen dan semakin terampil dalam melakukan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan profesionalitas atau keterampilan dalam berdagang semakin baik, sehingga pedagang mampu untuk memenuhi bagaimana keinginan atau selera konsumen yang nantinya akan dapat meningkatkan jumlah pendapatan pedagang batik tersebut.
4. Dan yang terakhir dari Modal Sosial, ada baiknya pedagang terus menjaga jaringan/hubungan/kerjasama dengan baik kepada konsumen, pedagang maupun Pemerintah Daerah (Dinas Pasar), sehingga nantinya dapat menjaga kelangsungan usaha batik tersebut, karena apabila relasi/kerjasama/hubungan bisnis saling percaya antar pedagang, konsumen dan pemerintah (Dinas Pasar) dapat berjalan dengan baik maka modal sosial tersebut akan berpengaruh baik terhadap peningkatan jumlah pendapatan pedagang yang akan diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Arofah, 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Batik Di Pasar Beringharjo D.I Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah.

Artianto, Dany Esaningrat.2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Gladag Langen Bogan Surakarta. Fakultas Ekonomi. Universitas Sebelas Maret.

Asakdiyah, Salamatun & Tina Sulistiyani.2004. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat

Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta. Jurnal Akuntansi dan Manajemen Volume 15, Nomor 1, Hal. 55-56.

Atalay, M., N. Anafartand., F. Sarvan.2013. The Relationship Between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence From Turkish Automotive Supplier Industry. Procedia-Social an Behavioral Sciences 75, pp: 226-235.

Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat.2015. Jumlah Pendapatan Menurut Penggolongan Pendapatan. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.

Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.2018. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka. Daerah Istimewa Yogyakarta: Badan Pusat Statistik.

Case, Karl E. & Ray C Fair. 2017. Prinsip-Prinsip Ekonomi. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Doh, S & Zolnik, E, J.2011. Social Capital And Entrepreneurship: An Exploratory Analysis. African Journal Of Business Management Vol.5 (12) pp. 4961-4875.

Dinas Pengelola Pasar Daerah Istimewa Yogyakarta. 2013. Profil Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. Penerbit Dinas Pengelola Daerah Istimewa Yogyakarta: Yogyakarta.

Farida, N.2016. Determinants Of Marketing Performance: Innovation, 7(31).

Ferdinand, A. 2005. Modal Sosial. Upacara Penerimaan Jabatan Guru Besar Dalam Ilmu Marketing Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang. Jawa Tengah. Indonesia: Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.

Firdausa, R. A., & Arianti, f.2013. Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Pasar Bintoro Demak. Diponegoro Journal Of Economics, 2(1), 1-6.

Hills, Gerald.2008. Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities. Journal Of Small and Medium Entrepreneurships, page: 27-39.

Ioanid, A., & Zanin, A.2018. The Impact Of Social Networks On SMEs' Innovation Potential. The Impact Of Social On Conference SMEs' Potential a Innovation Models For Capacity Optimization In Industry Trade-Off. Procedia Manufacturing, 22, 936-941.

Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2003. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Kurniati, E.D., Dian, S., Prajanti, W., Java, C.,Semarang, U. N., & Java, C.2018. Batik SMEs' Efficiency and Entrepreneurships Role In Innovation, 11(13), 375-389.

Ma'arif, Samsul. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang. Universitas Negeri Semarang. Semarang, Economics Development Analysis Journal, Vol 2 (2).

Mahmud Machfoedz.2004. Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Mankiw, Gregory N.2006. Makroekonomi. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.

Poniwati, Asmie. 2008. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Rais, M. 2018. Perilaku Pedagang Baju Batik Merek Ulfa di Pasar Beringharjo Yogyakarta Dalam Menentukan Harga Jual Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam, Hal, 1-23.

Sekaran, Uma. 2006. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.

Sukirno, Sadono.2005. Mikro Ekonomi, Teori Pengantar. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Yuliarmi, N. N., & Djayastra, I.K.2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali, Indonesia. Hal. 87-105.