

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL INTERN TERHADAP
PENDAPATAN USAHA
(Studi kasus Pada Pedagang Kaki Lima Makan dan Buah-buahan di
Kota Malang)**

Moh. Munir

ABSTRACT: The existence of informal sector in the cities is part of both macro and micro economic system. Implicitly, the informal sector is needed and, indeed, its emergence conversely helps the formal sector. However, it is necessary to understand that some people resist its emergence and existence. Apart from the remark that the informal sector still needs some justification and approaches in order to minimize and to remove the resulted impacts, what is more important to know is that the incomes obtained from this sector are quite sufficient to fulfill the daily minimum basic needs. The objective of the study is to know the influence of the internal variables on the operational incomes of the street vendors. The internal variables consist of such independent variables as Personnel (X1), Finance/Capital (X2), Marketing (X3), and a dependent variable of Operational Incomes (Y). Therefore, the methodology concerning the objective pursued is as follows: The data are collected using closed questionnaires and purposive sampling. Its sample consists of 70 respondents. Then, the collected data are analyzed using a computer program of SPSS 12.00 in order to know their correlations and regressions. Based on the data analysis, it is partially proven that all the internal variables have a positive correlation with the operational incomes, being seen from the correlational coefficient (r) of X1 = 0.623 (P=0.000), X2 = 0.638 (P=0.000), X3 = 0.786 (P=0.000). Partially, all the internal variables have a significant influence on the operational incomes, being proven by the finding that the t table values of X1 = 4.959 (P=0.000), of X2 = 3.972 (P=0.000) and of X3 = 7.017 > the t table value on DF (67:0.05) of 1.67. Simultaneously, the internal variables (X1, X2, X3) have a significant influence on the operational incomes, being proven by the finding that the F calc on DF (3:73:0.05) of 2.75. The contribution of each internal variable to the dependent variable is that Operational Incomes : Personnel (X1) = 32.37 %, Finance/Capital (X2) = 27.4% and Marketing (X3) = 50.7%. The internal variable having the most dominant influence on the operational incomes is Marketing (X3). Next, the amount of the influence can be simultaneously seen from the resulting R square of 0.774, meaning that the contribution of the internal variables simultaneously to the dependent variable is 77.4% whereas the remaining 22.6% is influenced by other variables being not studied.

Kata Kunci : Variabel Intern – Pedagang Kaki Lima.

PENDAHULUAN

Pembangunan di Indonesia masih nampak terkonsentrasi di perkotaan, dan cenderung kurang pemerataan dan memberikan kesempatan yang sama pada pedesaan. Hal ini nampak banyaknya industri investasi dan fasilitas-fasilitas modern diarahkan keperkotaan. Keadaan ini memancing dan memberikan iming-iming kepada masyarakat pedesaan untuk berbondong-bondong pindah ke kota untuk mencari kerja dan meninggalkan pekerjaan lama dan kurang menjanjikan pada sektor pertanian. Senada pendapat dari Alisyahbana (2003 : 25) ,”Dampak dari pembangunan terutama pembangunan di kota adalah terjadinya perpindahan sebagian penduduk dari daerah pedesaan ke kota.”.

Fenomena ini memunculkan tingginya laju pertumbuhan penduduk perkotaan . Penduduk desa pindah ke kota tidak lain adalah untuk mencari kerja , namun lapangan kerja di perkotaan tidak dapat menampung semua urban mencari kerja. “Dampak dari situasi ini adalah tumbuh pesatnya sektor informal “. (Alisyahbana, 2003 : 25). Sektor informal inilah yang dijadikan tumpukan sekaligus alternatif terakhir untuk mempertahankan hidup di perkotaan , mereka tidak dapat tertampung di sektor formal. Kemunculan sektor informal memunculkan pendapat pro dan kontra dengan berbagai kepentingan dan sudut pandang yang berbeda.

Menurut Ali Syahbana (2003 : 7) ,” Sektor informal dapat dijadikan sebagai kutup pengaman”. Dalam penciptaan lapangan kerja dan pengurangan pengangguran dan kemiskinan di Indonesia . Dari pola pikir tersebut dapat dipahami , bahwa sektor informal merupakan lapangan kerja dan sekaligus sdebagai mata pencaharian para Urban di perkotaan.

Bertolak dari pandangan pemikiran tersebut penulis ingin meneliti tentang pengaruh variabel intern terhadap pendapatan usaha yang diperoleh Pedagang Kaki Lima (PKL) dalam setiap harinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel intern terhadap tingkat pendapatan usaha Pedagang Kaki Lima perhari.

TINJAUAN PUSTAKA

Pedagang kaki Lima

Pedagang Kaki Lima (PKL) tidak lain adalah salah satu bentuk saluran distribusi yang melayani langsung kepada konsumen akhir. Namun pada kondisi tertentu PKL juga dapat berperan sebagai produsen, dalam arti mereka membuat barang / jasa untuk selanjutnya dijual sendiri. Dalam penjelasan di atas PKL dapat berperan sebagai penjual barang / jasa untuk dijual langsung pada konsumen (pengecer).

Menurut Basu Swastha DH (1984 : 192) menyatakan ,” pengecer atau toko pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi”. Yang paling mendasar , PKL merupakan pelaku usaha yang bermotif mencari keuntungan dengan cara mendistribusikan barang langsung kepada konsumen akhir. Secara konseptual dan teoritis PKL yang berperan sebagai pedagang eceran melakukan kegiatan usaha atas dasar manfaat yang diciptakan. Menurut Inriyo Gitosudarmo (1992 : 8) ,” macam kegiatan bisnis atas dasar kegunaan / manfaat yang diciptakan sebagai berikut : (1) Kegunaan bentuk (*form utility*) , (2) Kegunaan tempat (*place utility*), (3) Kegunaan waktu (*Time Utility*), (4) Kegunaan milik (*Possecion Uility*) “.

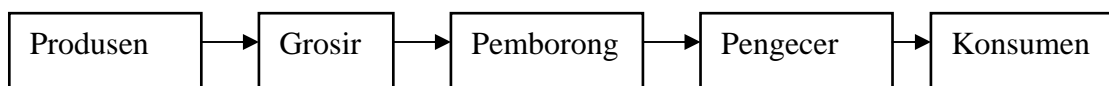
Pedagang kaki lima yang berperan sebagai pedagang eceran secara umum mereka menciptakan milik yaitu dengan terjadinya transaksi jual dan beli dengan konsumen akhir.pada konteks lain mereka menciptakan kegunaan bentuk dalam arti merubah bahan yang kurang diminati konsumen menjadi bentuk barang (menu makanan) yang lebih bermanfaat / diminanti konsumen. “Jenis barang yang diperdagangkan oleh PKL dapat

dikategorikan jenis : Convenien Goods jarang sekali Specialy goods “. (Alisyahbana , 2003 : 23) .

Ciri-ciri sektor informal menurut Mahdalena dalam bukunya Ahmad Erani Yustika (2000 : 195) sebagai berikut :

1. Kegiatan usahanya tidak terorganisir, karena unit usaha timbul tanpa menggunakan fasilitas atau kelembagaan yang tersedia di sektor formal.
2. Pada umumnya unit usaha tidak mempunyai ijin usaha.
3. Pola kegiatan usaha tidak teratur dengan baik dalam arti lokasi maupun jam kerja.
4. Pada umumnya kebijaksanaan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi lemah tidak sampai di sektor ini.
5. Unit usaha berganti-ganti dari satu sub sektor ke sub sektir lainnya.
6. Tehnologi yang digunakan tradisional.
7. Modal dan perputaran usaha relatif kecil , sehingga skala operasinya juga kecil.
8. Untuk menjalankan usaha tidak diperlukan pendidikan formal , sebagian besar diperoleh hanya dari pengalaman sambil bekerja.
9. Pada umumnya unit usahanya termasuk “one man enterprise” dan walaupun bekerja biasanya berasal dari keluarga sendiri.
10. Hasil produksi dan jasa terutama di konsumsi masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah.

Pengecer merupakan selesmen distribusi dalam pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen akhir , dalamarti pembelian barang yang dilakukan untuk konsumsi akhir. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan P Kotler (1988, II : 175) ,” mengenai saluran bertingkat , pengecer berhadapan langsung dengan konsumen dan tidak melakukan transaksi langsung kepada produsen , seperti alur distribusi di bawah ini “.



Lingkungan Intern dan Ekstern

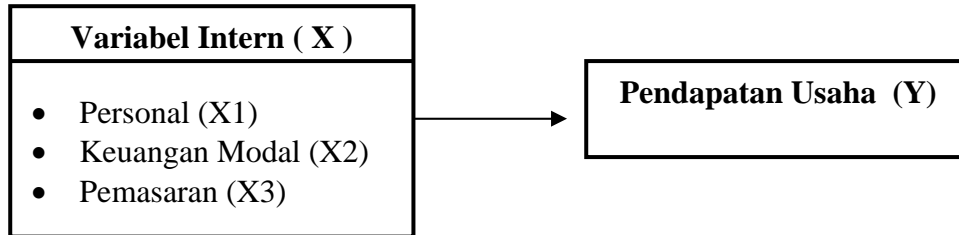
Lingkungan variabel intern tersebut menurut Basu Swastha DH. (1984 : 42) adalah ,” 1) Sumber- sumber bukan penawaran dan 2) marketing mix”. Sumber-sumber bukan penawaran meliputi produksi, keuangan, dan personal , sedangkan komponen marketing mix meliputi : produk, harga , promosi dan sistem distribusi. Variabel- variabel intern tersebut dapat dikontrol oleh manajemen / pelaku usaha . Lingkungan / variabel ekstern menurut Basu Swastha DH (1984 : 32) ,”...dibedakan menjadi 2 yaitu makro ekstern dan mikro ekstern “. Makro ekstern meliputi : a) demografi, b) kondisi perekonomian, c) faktor sosial, d) faktor politik dan hukum, e) tehnologi , f.) persaingan. Lingkungan makro ekster meliputi : a) pelanggan, b) pemasok, c) perantara pemasaran. Lingkungan variabel ekstern tersebut secara umum sulit untuk dikontrol, namun, lingkungan mikro yang memberikan pengaruh lebih besar.

Menurut Basu Swastha DH. Dalam mukunya manajemen Penjualan (1981 : 11) faktor- faktor dalam praktek , kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor , faktor-faktor tesebut adalah ,” (1) kondisi dari kemampuan penjual, (2) Kondisi pasar, (3) Modal (4) Kondisi organisasi perusahaan , (5) Faktor-faktor lain yang dimaksud seperti , periklanan, peragaan, kampanye , pemberian hadiah.

Perusahaan dan pelaku usaha dalam bentuk apapun barang yang dihasilkan atau diperdagangkan merupakan bagian dalam suatu sistem sosial maupun sistem perekonomian baik secara makro maupun mikro. Senada apa yang disampaikan oleh

Murti Sumarni – John Supriyanto (1991 : 9) ,” Perusahaan sebagai suatu sistem , berarti merupakan kombinasi dari berbagai sumber-sumber ekonomi yang langsung maupun tidak langsung mempengaruhi proses produksi dan distribusi barang dan atau jasa untuk mencapai tujuan tertentu antara lain keuntungan dari pemenuhan kebutuhan masyarakat “.

Kerangka Konseptual Penelitian



Hipotesis Penelitian

Dari kajian teori dan konseptual di atas peneliti mengajukan hipotesis seperti berikut

- 1) Ada pengaruh variabel intern secara bersama – sama terhadap pendapat usaha Pedagang Kaki Lima makanan dan buah-buahan di Kota Malang.
- 2) Ada pengaruh secara parsial variabel intern (personal (X1), Keuangan/modal (X2), Pemasaran (X3)) terhadap pendapat usaha Pedagang Kaki Lima makanan dan buah-buahan di Kota Malang.
- 3) Ada variabel intern yang dominan berpengaruh terhadap pendapatan usaha Pedagang Kaki Lima makanan dan buah-buahan di Kota Malang.

METODE PENELITIAN

Populasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah semua Pedagang kaki Lima yang di Kota Malang dengan jumlah / populasi PKL tidak dapat diidentifikasi secara pasti. Sehingga penelitian ini menggunakan metode sampling bertujuan dengan jumlah responden 70 orang Pedagang kaki Lima makanan dan buah-buahan. PKL makanan dan buah tersebar diseluruh wilayah kota , maka dibagi menjadi 7 wilayah yang relatif ramai dengan PKL makanan dan buah-buahan . tujuh wilayah tersebut meliputi :

1. Sekitar Pasar Besar Matahari.
2. Sekitar pasar Comboran.
3. Sekitar Stasiun Kota Baru.
4. Sekitar Terminal Arjosari.
5. Sekitar Pasar Gadang
6. Sekitar Pasar Dinoyo
7. Sekitar pabrik Sampoerna

Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode angket tertutup dan responden / PKL tinggal memilih jawaban yang sesuai). Sedangkan penyekoran dengan ketentuan : jawaban 1 = (Skor 1) , jawaban 2 = (sekor 2) , jawaban 3 = (skor 3) , jawaban 4 = (skor 4) dan jawaban 5 = (skor 5) .

Metode analisis data adalah regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 12.00 , dengan Model :

$$Y = a + B1X1 + B2X2 + B3X3 + e$$

Keterangan :

- Y = Pendapatan Usaha
a = Intersep / konstanta
B...Bi = Koefisien Regresi Xi

- X1 = Personal
 X2 = Keuangan / Modal
 X3 = Pemasaran

Variabel, Indikator dan Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen
1	Variabel Intern X (variabel bebas) X1 Personal X2. Keuangan / Modal	X11.Tingkat Pendidikan X12. Lama Menjadi PKL X13. Lama Jam kerja X21. Besar Modal X22.Perbandingan modal sendiri dengan hutang X23.Persentase pendapatan	1.1 Tingkat pendidikan 1. tidak sekolah 2. SD 3. SMP 4. SMA 5. Sarjana 1.2 Lama menjadi PKL 1. sampai dgn 2 th. 2. 3-5 th. 3. 6 – 8 th. 4. 9 – 11 th. 5. 12 th. Keatas 1.3 Lama jam kerja 1. sampai dengan 6 jam 2. sampai dengan 7 jam 3. samai dengan 8 jam 4. sampai dengan 9 jam 5. lebih dari 10 jam 2.1. Berapa besar modal 1. Rp. 50.000. 2. Rp. 51.000 – 100.000 3. Rp. 101.000-150.000 4. Rp.151.000– 200.000 5. Rp. 201 lebih 2.2. Perbandingan modal 1. Semua modal hutang 2. 75% hutun & 25% modal sendiri. 3. 50% htg dan 50% MS 4. 24% Htg & 75% MS 5. 100% modal sediri 2.3 Berapa % pendapatan yg digunakan untuk penambahan modal 1. tidak ada 2. 1 % – 10% 3. 11 %– 20% 4. 21% - 30% 5. 31% lebih

21% - 31%. Pendapatan usaha yang diperoleh dari PKL perhari di Kota Malang adalah sebanyak 36 responden atau 51,4 % berpendapatan perhari di atas Rp. 25.000 , sebanyak 26 responden 37,1% berpendapat perhari Rp. . 21.000 - Rp. 25.000 dan sebanyak 8 responden atau 11,4% mempunyai pendapatan perhari Rp. 16.000 – Rp.20.000.

Dari hasil analisis data menggunakan program SPSS semua instrumen valid terbukti besar alpha (P) variabel personal (X1) $< p = 0,01$ atau $0,05 = (X11 = 0,00, X12 = 0,001$ dan $X13 = 0,000)$, Variabel keuangan / modal (X2) mempunyai $P < 0,01$ atau $0,05$ terbukti variabel X2 setiap intrumennya memiliki $P = (X21 = 0,000, X22 = 0,001$ dan $X23 = 0,000)$. variabel Pemasaran (X3) mempunyai $P < 0,01$ atau $0,05$ terbukti $P = (X31 = 0,000, X32 = 0,000$ dan $X33 = 0,000)$, dengan demikian semua instrumen mendukung variabel Intern

Dari hasil analisis uji uga terbukti bahwa semua variabel dalam variabel intern mempunyai instrumen yang reliabel terbukti semua variabel mempunyai alpha Cronbach, s diatas $0,5$ terbukti $X1 = 0,694, X2 = 0,553$ dan $X3 = 0,548$.

Dari hasil analisis data terbukti lolos dari uji asumsi 1) Uji autokorelasi memiliki $DW = 1,720$ di atas batas atas ($X1 = 0,424, X2 = 0,435$ dan $X3 = 0,848$). 2) Bebas dari uji multikolinieritas terbukti data tidak mengandung nilai $0,5$ yang berurutan . 3) Bebas dari uji heteroskedastisitas terbukti pada diagram scatter plot titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan 4) Bebas dari uji Normalitas terbukti bahwa pada diagram (normal P-P Plot) data berdistribusi normal yaitu titik- titik menyebar di atas dan di bawah garis.

Secara parsial semua variabel Intern (personal X1, keuangan X2 dan pemasaran X3) mempunyai korelasi yang signifikan terhadap pendapatan usaha PKL pedagang makanan dan buah-buahan di kota Malang. Hal ini terbukti besar koefisien korelasi (r) masing – masing variabel ($X1 = 0,623$ pada $P = 0,000$; $X2 = 0,638$ pada $P = 0,000$ dan $X3 = 0,786$ pada $P = 0,000$) . Semua variabel mempunyai alpha $< 0,01$ atau $0,05$ berarti ada hubungan yang signifikan variabel intern terhadap pendapatan usaha. Atau H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan menggunakan analisis regresi berganda terbukti bahwa secara parsial variabel Intern (personal X1, keuangan X2 dan pemasaran X3) berpengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha PKL makanan dan buah-buahan di kota Malang. Hal ini dapat dilihat dari perolehan t hitung semua variabel intern $> t$ tabel pada $n = 67$ pada taraf signifikan $5\% = 1,67$ dimana t hitung ($X1 = 4,959$ pada $P = 0,000, X2 = 3,978$ pada $P = 0,000$ dan $X3 = 7,017$ pada $P = 0,000$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesa yang menyatakan “ ada pengaruh secara parsial variabel intern terhadap pendapatan usaha Pedagang kaki Lima makanan dan buah-buaha di kota Malang di terima dan H_0 ditolak “.

Berdasarkan analisis data diketahui besar F hitung diperoleh $75,315$ pada $P = 0,00$ sedangkan F tabel pada DF ($3 ; 67 ; 0,05$) diperoleh sebesar $2,75$, berarti F hitung $> F$ tabel pada taraf signifikan 5% . Dengan demikian terbukti bahwa hipotesa yang menyatakan “ ada pengaruh secara simultan variabel intern terhadap pendapatan usaha Pedagang Kaki Lima makanan dan buah-buahan di Kota Malang diterima dan H_0 ditolak”.

Besar pengaruh secara simultan variabel intern terhadap pendapatan usaha PKL dapat dilihat dari perolehan R square sebesar $= 0,774$, berarti secara bersama-sama variabel intern berpengaruh terhadap pendapatan usaha PKL sebesar $77,4\%$ sedangkan sebesar $22,6\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Besar pengaruh masing-masing variabel intern terhadap pendapatan usaha adalah ($X1 = 32,3\%$, $X2 = 27,4\%$ dan $X3 = 50,7\%$. Dengan melihat besar pengaruh masing-masing variabel maka pernyataan hipotesa yang menyatakan ,” ada variabel intern yang dominan berpengaruh terhadap pendapatan usaha PKL makanan dan buah-buahan di Kota Kediri diterima dan H_0 ditolak”. Variabel intern yang paling dominan berpengaruh terhadap pendapatan usaha adalah variabel X3 pemasaran sebesar $50,7\%$. Dari hasil juga dapat diketahui Besar koefisien regresi (B) adalah $X1 = 0,302$, $X2 = 0,289$ dan $X3 = 0,660$.

Sedang besar konsta = -0,034. Sehingga hasil analisisregresi berganda ini dapat dibuat suatu model regresi $Y = -0,034 + 0,302X_1 + 0,289X_2 + 0,660X_3$.

Dari hasil analisis terbukti bahwa pedagang kaki lima sebagian mempunyai tingkat pendidikan SMA.Lama menjadi PKI rata-rata berkisar antara 9 – 11 th, dan jam kerja yang digunakan untuk bekerja rata-rata 9 jam. Dalam hal modal/keuang PKL mempunyai modal awal rata-rata Rp.151.000 – Rp. 200.000. Dalam hal perolehan modal PKL lebih cenderung menggunakan modal sendiri dari pada modal pinjaman dengan perbandingan 25% pinjaman dan 75% modal sendiri. Prosentase perolehan pendapatan yang digunakan untuk penambahan modal rata-rata para Pedagang Kaki Lima mengunakan 11-20% dari pendapatan.Dalam pemasaran PKL lebih cenderung menjual produk dengan bermacam-macam produk (4 macam). Pedagang Kaki Lima selalu melaku komonikasi dengan konsumen pada saat menawarkan produk dan keuntungan yang diperoleh rata-rata 16 % . – 20 %. Pendapatan yang diperoleh perhari PKI rata – rat berkisar di atas Rp. 25.000.

Dari hasil analisis data terbukti bahwa semua variabel inter (personal X1, keuangan X2 dan pemasaran X3) mempunyai koefien korelasi positif. Hal ini menunjukkan bahwa keeratan hubungan kedua variabel tersebut bersifat positif , artinya kenaikan pada variabel intern (X1,X2 dan X3) selalu diikuti oleh kenaikan pendapatan usaha Pedagang Kaki Lima makanan dan buah-buahan di Kota Malang”.

Dari hasil analisis data terbukti bahwa semua variabel intern secara parsial berpengaruh terhadap pendapatan usaha PKL makanan dan buah-buahan di kota Malang dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan variabel intern (personal X1, keuangan X2 dan pemasaran X3) berpengaruh pada naiknya pendapatan usaha Pedagang Kaki Lima di Kota Malang. Besar pengaruh secara parsial adalah variabel intern terhadap pendapatan usaha PKL adalah Personal (X1) = 32,3% , keuangan (X2) = 27,4% dan pemasaran (X3) = 50,7%.

Dari hasil analisis besar koefisien regresi (b1) variabel personal (X1) = 0,302 , hal ini menunjukkan bahwa kenaikan pada varibel X1 satu satuan akan diikuti oleh kenaikan variabel Y sebesar 0,302 dengan asumsi variabel yang lain konstan. Koefisien regresi (b2) variabel keuangan/ modal (X2) = 0,289, hal ini menunjukkan bahwa kenaikan variabel X1 satu satuan diikuti kenaikan pada variabel Y dengan asumsi variabel yang konstan. Koefisien regresi (b3) variabel pemasaran (X3) = 0,660, hal ini menunjukkan bahwa kenaikan pada variabel X3 satu satuan diikuti oleh kenaikan pada variabel Y dengan asumsi variabel yang lain konstan. Sedang konstanta diperoleh sebesar –0,034, hal ini menunjukkan bahwa apabila Pedagang Kaki Lima tidak melakukan personal, keuangan dan pemasaran maka akan mengalami kerugian sebesar 0,034.

Dari hasil analisis juga terbukti bahwa besar pengaruh secara simultan variabel inter terhadap pendapatan usaha Pedagang Kaki Lima sebesar 0,774 atau 77,4%. Artinya sumbangan variabel intern (personal, keuangan dan pemasaran) secara bersama-sama terhadap variabel pendapatan usaha PKL adalah sebesar 77,4% sedangkan sebesar 22,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data ada pengaruh secara parsial variabel Intern terhadap Pedagang Kaki Lima makanan dan buah-buahan di Kota Malang terbukti besar t hitung $X_1 = 4,959 (P = 0,000)$, $X_2 = 3,972 (0,000)$, $X_3 = 7,017 (P = 0,000) > t$ tabel pada DF (67 : 0,05) sebesar 1,67.Dengan demikian pernyataan yang menyatakan “ ada pengeruh secara parsial variabel intern terhadap pendapatan usaha Pedagang Kaki Lima makanan dan buah-buahan di Kota kediri di terima dan Ho ditolak. Besar pengaruh / sumbangan masing – masing variabel intern terhadap pendapatan usaha adalah (X1) = 32,3%, X2 = 27,4% dan X3 = 50,7 % . Variabel intern yang paling dominan berpengaruh terhadap pendapatan usaha adalah variabel pemasaran X3 sebesar 50,7%

Ada pengaruh secara simultan variabel intern terhadap pendapatan usaha Pedagang Kaki Lima makanan dan buah-buahan di Kota Malang , terbukti besar F hitung sebesar = 75,315 ($P = 0,000$) > T tabel DF (3;67 ; 0,05) sebesar 2,75. Besar pengaruh secara simulta variabel intern terhadap variabel pendapatan usaha sebesar 77,4 % terbukti R square = 0,774, berarti sumbangan variabel intern secara simultan terhadap pendapatan usaha adalah 77,4% sedangkan sebesar 22,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Dari hasil penelitian ini, maka dapat penulis sarankan sebagai berikut :

- 1) Dalam meningkatkan pendapatan usaha pada Usaha Pedagang Kaki Lima (khususnya PKL di Kota Malang) perlu dipertimbangkan dan ditingkatkan kemampuan personal (pedagang), modal yang digunakan dan sumber perolehannya serta teknik pemasaran sehingga pendapatan usaha akan lebih meningkat lagi.
- 2) PKL khususnya di Kota Malang harus lebih memahami kondisi Intern khususnya dalam pemasaran produk yang dijual sehingga dapat mendukung usahanya dan pendapat usaha akan terus meningkat.
- 3) Perlu adanya kemudahan dalam perolehan permodalan untuk mengembangkan usaha PKL mengingat sektor ini juga berperan dalam kegiatan perekonomian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Syahbana MR. 2003. *Urban Hindden Ekonomi*. Surabaya : Lembaga Penelitian ITS.
- Ahmad Erani Yustika . 2000. *Industrialisasi Pinggiran*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Algifari. 2000. *Analisis Regresi* . Yogyakarta : BPFE.
- Basu Swastha DH. 1981 . *Manajemen Penjualan* , Yogyakarta : Liberty.
- 1984. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Husien Umar . 1999 . *Metodologi Penelitian Aplikasi dan Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Indriyo Gito Sudarmo . 1992. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : BPFE
- Murti Sumarni – John Suprihanto. 1991. *Pengantar Bisnis* . Yogyakarta : Liberty.
- Philip Kotler . 1989 . *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II* . Jakarta : Erlangga.