

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PELAKU USAHA PAKAIAN DI PASAR RAYA MOJOSARI, KECAMATAN MOJOSARI, KABUPATEN MOJOKERTO

Putri Citra Devi

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Arga Christian Sitohang

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Alamat:

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Jl. Nginden Semolo No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya,
Jawa Timur, 60118

Korespondensi penulis: alicyagremory799@gmail.com dan
Argasitohang@untag-sby.ac.id

***Abstract.** This study aims to analyze the factors that influence the income of clothing business operators at Pasar Raya Mojosari, Mojosari District, Mojokerto Regency. The research employs a quantitative approach with multiple linear regression analysis using SPSS version 25. The data used consist of primary data obtained from questionnaires distributed to clothing business operators, and secondary data sourced from the Pasar Raya Mojosari office. The sampling technique used is saturated sampling, involving 38 respondents. The results show that the variables of product quality (X_1) and price (X_2) have a negative and significant effect on business income (Y). In contrast, the demand variable (X_3) has a positive and significant effect on income (Y). These findings suggest that product quality, pricing strategies, and market demand play an essential role in determining the income levels of clothing entrepreneurs at Pasar Raya Mojosari. It is hoped that this research can provide useful insights and input for clothing business operators to make better decisions, particularly regarding pricing and product quality, to enhance their business performance.*

Keywords: Product Quality, Price, Demand, Income, Clothing Business

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha pakaian di pasar raya mojosari, Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 25. Sumber data penelitian ini diantaranya data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden pelaku usaha pakaian di pasar raya mojosari dan data sekunder yang diperoleh dari kantor pasar raya mojosari. Pada penelitian ini teknik yang diambil dalam pengambilan sampel adalah dengan jenis sampel jenuh dengan jumlah 38 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh 426 eputusa dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha pakaian (Y). Sedangkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel permintaan (X3) terhadap pendapatan pelaku usaha pakaian (Y) di Pasar Raya Mojosari, Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Diharapkan informasi ini dapat memberi manfaat atau masukan kepada pelaku usaha pakaian di pasar raya mojosari, Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto untuk selalu bijak dalam membuat 426 eputusan akan perubahan baik dari segi harga dan kualitas dalam membeli pakaian yang nantinya digunakan untuk berusaha.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Permintaan, Pendapatan Pakaian

LATAR BELAKANG

Industri pakaian merupakan sektor yang menopang dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Pasar Raya Mojosari. Pelaku usaha pakaian di Pasar ini berperan penting dalam menyediakan kebutuhan sandang masyarakat serta menciptakan lapangan kerja. Namun, dalam menjalankan usahanya, mereka dihadapkan pada berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi pendapatan. (Sitohang, 2024) Faktor-faktor seperti kualitas produk, harga jual, permintaan pasar, dan persaingan menjadi determinan utama yang mempengaruhi kinerja usaha mereka. Tingginya permintaan pasar terhadap produk pakaian di Kecamatan Mojosari dalam beberapa tahun terakhir, Kecamatan Mojosari mengalami peningkatan dalam sektor perdagangan, terutama pada industri pakaian. Hal ini

ditandai dengan maraknya pertumbuhan toko-toko fashion lokal, butik, dan pasar pakaian yang tersebar di berbagai sudut kecamatan. Permintaan pasar yang tinggi terhadap produk pakaian menjadi salah satu pemicu utama meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat. Meskipun permintaan terhadap produk pakaian di Kecamatan Mojosari terus meningkat, konsumen menghadapi sejumlah permasalahan yang cukup krusial, terutama dalam hal kualitas produk dan fluktuasi harga. Salah satu keluhan utama konsumen adalah ketidaksesuaian antara harga dan kualitas pakaian yang ditawarkan. Banyak ditemukan produk dengan harga tinggi namun kualitas bahan dan jahitan tidak sebanding, sehingga menimbulkan ketidakpuasan. Sebaliknya, produk yang terlihat menarik dan terjangkau justru cepat rusak setelah beberapa kali pencucian. Selain itu, fluktuasi harga yang tidak menentu juga menjadi masalah tersendiri. Harga pakaian bisa melonjak drastis pada momen-momen tertentu seperti menjelang Hari Raya, tahun ajaran baru, atau akhir pekan, yang membuat konsumen kesulitan merencanakan pengeluaran.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Menurut (Jackson, 2013) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (core) produk itu sendiri. Menurut (N. Siregar, 2017) Kualitas biasanya berhubungan dengan manfaat dan kegunaan serta fungsi dari suatu produk. Konsumen dapat menilai dan merasakan secara langsung bagaimana kualitas produk tersebut. Kualitas menjadi senjata utama perusahaan-perusahaan dalam memasarkan produknya. Kualitas yang baik yang sesuai dengan harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen dapat membawa dampak yang baik pula bagi perusahaan tersebut. Yakni konsumen akan membeli dan loyal terhadap produk perusahaan tersebut. Menurut (Rasmikayati, 2020) Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi, hanya perusahaan dengan kualitas produk yang paling baik akan tumbuh dengan

pesat dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Harga

Menurut (Jackson, 2013) mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. merupakan aspek yang tampak jelas (visible) bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham halhal teknis pada pembelian jasa, seringkali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator untuk kualitas jasa. Menurut (Kotler, P., & Keller, 2016) Faktor - faktor yang mempengaruhi harga adalah berbagai elemen yang secara langsung maupun tidak langsung menentukan tingkat harga suatu produk atau jasa di pasar. harga dipengaruhi oleh variabel internal seperti biaya produksi, strategi pemasaran, dan tujuan perusahaan, serta variabel eksternal seperti kondisi pasar, tingkat permintaan dan penawaran, persaingan, serta regulasi pemerintah. Selain itu, nilai tambah yang diberikan oleh suatu produk, seperti kualitas, merek, dan layanan purna jual, juga turut memengaruhi persepsi konsumen terhadap harga. Menurut (Secapramana, 2020) Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Peranan alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan kekuatan membelinya pada berbagai jenis barang dan jasa.

Permintaan

Teori permintaan (Menger, 1951) menekankan pada nilai subjektif barang bagi konsumen, bukan pada biaya produksi atau jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksinya. Menger berargumen bahwa nilai barang berasal dari manfaat yang diberikan kepada konsumen, dan ini sangat bergantung pada persepsi individu mengenai nilai barang tersebut. Nilai ini kemudian menentukan permintaan, dan permintaan yang

tinggi akan menyebabkan harga naik, sedangkan permintaan yang rendah akan menyebabkan harga turun. Menurut (T. M. Siregar, 2016) Dalam hukum permintaan, dikenal fungsi permintaan. Fungsi permintaan menunjukkan hubungan antara jumlah produk yang diminta oleh konsumen dengan harga produk. Fungsi linier permintaan menyatakan persamaan hubungan antar jumlah barang yang diminta konsumen beserta faktornya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi dan penyebaran kuisisioner pada kepada pelaku usaha pakaian di Pasar Raya Mojosari, Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Metode analisis data yang digunakan adalah metode Analisa data kuantitatif dan statistic analysis dengan menggunakan program SPSS 25 untuk menguji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dan uji instrument.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Varabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.P1	634	0,320	Valid
	X2.P2	738	0,320	Valid
	X3.P3	668	0,320	Valid
Harga (X2)	X2.P1	663	0,320	Valid
	X2.P2	568	0,320	Valid
	X2.P3	681	0,320	Valid
Permintaan (X3)	X3.P1	724	0,320	Valid
	X3.P2	734	0,320	Valid

	X3.P3	609	0,320	Valid
Pendapatan (Y)	Y.P1	514	0,320	Valid
	Y.P2	650	0,320	Valid
	Y.P3	605	0,320	Valid

Dapat dilihat bahwa nilai Corrected Item-Total Correlation (r-hitung) untuk seluruh item pernyataan lebih besar dari nilai r-tabel (0,320). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini adalah valid dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,613	3	Reliabel
Harga (X2)	0,629	3	Reliabel
Permintaan (X3)	0,620	3	Reliabel
Pendapatan (Y)	0,613	3	Reliabel

Diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk semua variable Kualitas Produk (0,613), Harga (0,629), Permintaan (0,620), dan Pendapatan (0,613) lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini adalah reliabel atau konsisten.

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.653	.504

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Nilai *Adjusted R Square* adalah 0.653. Hal ini berarti 65,3% variasi pada variabel pendapatan (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen, yaitu kualitas produk (X₁), harga (X₂), dan permintaan (X₃). Sementara itu, sisanya sebesar 34,7% (100% - 65,3%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.450	3	6.150	24.180	.000 ^b
	Residual	8.648	34	.254		
	Total	27.097	37			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Diperoleh nilai F hitung sebesar 24.180 > F tabel 2,870 (df₂ = n-k = 36) dengan tingkat signifikansi (Sig.) 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang berarti variabel kualitas produk (X₁), harga (X₂), dan permintaan (X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha pakaian di Pasar Raya Mojosari.

Uji T (Parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.355	.923		17.716	.000
	X1	-.343	.055	-.613	-6.198	.000
	X2	-.206	.046	-.477	-4.455	.000
	X3	.247	.059	.442	4.182	.000

a. Dependent Variable: Y

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X_1), berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha pakaian, harga (X_2), berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha pakaian. Sedangkan variabel permintaan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha pakaian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diuraikan kualitas produk, harga, permintaan secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha pakaian, dengan signifikansi 0,000. Kualitas produk secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha pakaian, dengan nilai t-hitung -6,198 dan nilai signifikansi 0.000. Harga secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha pakaian, dengan nilai t-hitung -4,455 dan nilai signifikansi 0.000. Permintaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha pakaian, dengan nilai t-hitung 4,182 dan nilai signifikansi 0.000.

Saran

Untuk pelaku usaha pakaian diharapkan untuk selalu bijak dalam membuat keputusan akan perubahan baik dari segi harga dan kualitas dalam membeli pakaian yang nantinya digunakan untuk usaha.

DAFTAR REFERENSI

- Jackson. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. Pearson Education.
- Menger, C. (1951). *Principles of Economics*. The Free Press.
- Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., Karyani, T., Kusno, K., & Rizkiansyah, R. (2020). Factor analysis and satisfaction level in terms of product quality and service quality of organic vegetable consumer in Lotte Mart Bandung City. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 351–364.
- Secapramana, V. H. (2020). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Ubaya*, 9(1), 30–43. <http://repository.ubaya.ac.id/45>
- Siregar, N. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *manajemen Tools*, Vol. 8 No(2), 87–96. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/117/99>
- Siregar, T. M., Naibaho, E., Ginting, S., Gilbert, S., Sormin, L., & Siregar, B. S. (2016). *Pengaruh Fungsi Permintaan Dan Penawaran Terhadap Keseimbangan Pasar*. 8, 222–232.
- Sitohang, A. C. (2024). *Analisis Modal Kerja Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Sentra Wisata Kuliner Kecamatan Genteng Kota Surabaya*. 4(1).
- Jackson. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. Pearson Education.
- Menger, C. (1951). *Principles of Economics*. The Free Press.
- Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., Karyani, T., Kusno, K., & Rizkiansyah, R. (2020). Factor analysis and satisfaction level in terms of product quality and service quality of organic vegetable consumer in Lotte Mart Bandung City. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 351–364.
- Secapramana, V. H. (2020). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Ubaya*, 9(1), 30–43. <http://repository.ubaya.ac.id/45>
- Siregar, N. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampong Deli Medan. *manajemen Tools*, Vol. 8 No(2), 87–96. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/117/99>
- Siregar, T. M., Naibaho, E., Ginting, S., Gilbert, S., Sormin, L., & Siregar, B. S. (2016). *Pengaruh Fungsi Permintaan Dan Penawaran Terhadap Keseimbangan Pasar*. 8, 222–232.
- Sitohang, A. C. (2024). *Analisis Modal Kerja Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Sentra Wisata Kuliner Kecamatan Genteng Kota Surabaya*. 4(1).