

## ANALISIS LUAS TEMPAT USAHA DALAM CAPAIAN TARGET PENDAPATAN PASCA MODERNISASI PASAR KOLPAJUNG

**Jamilatul Fitriyah<sup>1</sup>, Moh. Da'i Bachiar<sup>2</sup>, Ika Oktaviana Dewi<sup>3</sup>**

*(Akuntansi, Ekonomi, Universitas Islam Madura, Pamekasan)*

Correspondent: [jamilatulfitriyah518@gmail.com](mailto:jamilatulfitriyah518@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to analyze the effect of business space area on income target achievement after the modernization of Kolpajung Market, Pamekasan. Market modernization often leads to a reduction in kiosk size, which may affect traders ability to reach their income targets. This research applies a quantitative approach with an associative method. A sample of 77 garment traders was selected using randomnessampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using simple linear regression with SPSS version 25. The results show that business space area has a positive and significant effect on income target achievement. This is supported by a significance value of 0,000 ( $<0.05$ ) and a coefficient of determination of 0.967. It means that 96,7% of the variation in income target achievement can be explained by business space area, while the rest is influenced by other factors outside the model. The study concludes that adequate business space provision is essential in supporting traders' income performance after market modernization.*

*Keywords: Business Space Area, Income, Modernization, Kolpajung Market.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh luas tempat usaha terhadap capaian target pendapatan pasca modernisasi pasar Kolpajung Pamekasan. Modernisasi pasar seringkali menyebabkan penyusutan ukuran kios yang dapat mempengaruhi kemampuan pedagang dalam mencapai pendapatan yang di targetkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Sampel sebanyak 77 pedagang konveksi dipilih menggunakan teknik random sampling. Pengumpulan data menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa luas tempat usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap capaian target pendapatan. Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ) dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,967. Artinya sebesar 96,7% capaian target pendapatan dapat dijelaskan oleh luas tempat usaha, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.. penelitian ini menyimpulkan bahwa penyediaan ruang usaha yang memadai sangat penting dalam mendukung keberhasilan pendapatan pedagang pasca modernisasi pasar.

**Kata Kunci:** Luas Tempat Usaha, Capaian Target Pendapatan, Modernisasi Pasar, Pasar Kolpajung.

## PENDAHULUAN

---

Pasar merupakan salah satu elemen penting dalam perekonomian lokal, berfungsi sebagai tempat interaksi antara penjual dan pembeli. Modernisasi pasar tradisional merupakan salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan daya saing pasar dengan menciptakan lingkungan yang lebih nyaman, bersih, dan tertata rapi. Program ini bertujuan untuk mengubah prasangka masyarakat terhadap pasar tradisional yang selama ini dianggap kumuh dan tidak terorganisir. Pasar Kolpajung sebagai salah satu pasar utama di Pamekasan, telah mengalami modernisasi untuk meningkatkan fasilitas dan kenyamanan bagi para pedagang dan pembeli. Namun, modernisasi ini juga membawa sejumlah perubahan yang berdampak langsung bagi para pedagang, terutama terkait luas tempat usaha yang disediakan (Alip Aprianto 2023).

Sebelum modernisasi, pasar Kolpajung memiliki berbagai jenis tempat usaha, seperti Toko, Los, Kios, Kios Swadaya dan PKL (pedagang kaki lima). Namun, sebagian besar pedagang berjualan di lorong-lorong pasar sehingga menyebabkan para pengunjung pasar berdesakan dan merasa sumuk. Meskipun ukuran kios pada saat itu lebih besar yakni 4x6j m. Namun penataan lokasinya kurang merata. Akan tetapi setelah modernisasi, pasar Kolpajung mengalami perubahan dengan hanya menyediakan kios, los, dan hamparan sebagai tempat usaha. Sebelumnya, pedagang memiliki area yang lebih luas untuk memajang barang dagangannya, namun setelah modernisasi tempat usaha yang diterima menjadi lebih kecil.

Berdasarkan data hasil observasi awal, terdapat 1.213 pedagang yang terdaftar sebagai pemilik kios di Pasar Kolpajung. Namun, fokus utama dalam penelitian ini yaitu pada pedagang konveksi yang berjumlah 451 kios. Dari jumlah tersebut, sebanyak 338 kios telah ditempati, sedangkan 113 kios lainnya belum ditempati. Adapun ukuran standar kios yang tersedia di pasar tersebut adalah 2x3 meter. Ukuran kios yang semakin berkurang ini disebabkan oleh proses pembangunan pasar Kolpajung yang dilaksanakan melalui sistem hibah dari pemerintah. Perubahan ini menimbulkan keluhan dari para pedagang, karena mereka merasa keterbatasan ruang yang akan berdampak pada efektivitas operasional dan kemampuan mereka dalam menarik pembeli, yang pada akhirnya mempengaruhi pendapatan mereka (Armi et al., 2016).

Kondisi tempat berdagang berhubungan dengan keadaan dimana pedagang menjual dagangannya. Seperti luasnya tempat, dekat atau tidaknya pedagang dengan pedagang pesaing, dan jumlah yang menjual barang yang sejenis. Semakin luas usaha seorang

pedagang maka peluang pasar juga meningkat yang pada akhirnya peluang untuk mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi semakin besar (Hati et al., 2023). Luas usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang dan juga menentukan seberapa banyak unit yang akan dijual. Semakin luas tempat usaha maka semakin besar pendapatan yang dimiliki, sehingga hal ini akan berdampak pada tingkat pendapatan pedagang yang semakin besar (Atun, 2016).

Dari uraian latar belakang tersebut peneliti mengangkat judul “ANALISIS LUAS TEMPAT USAHA DALAM CAPAIAN TARGET PENDAPATAN PASCA MODERNISASI PASAR KOLPAJUNG” untuk mengkaji bagaimana perubahan fisik pasar ini berdampak pada usaha pedagang, terutama di tengah tuntutan modernisasi pasar yang seharusnya membawa dampak positif.

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh luas tempat usaha terhadap capaian target pendapatan pasca modernisasi pasar Kolpajung. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi atau rujukan bagi peneliti lain yang tertarik pada topik yang sejenis, baik untuk penelitian mendalam atau pengembangan konsep-konsep yang ada.

## **TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Teori Pengelolaan Pasar Modern**

#### 1. Definisi Pasar Modern

Pasar modern di definisikan sebagai pasar yang dikelola oleh pemerintah, swasta, atau koperasi yang menawarkan pelayanan yang lebih baik dengan manajemen yang terpusat dan berorientasi pada kenyamanan pengunjung. Pasar modern hadir ditengah masyarakat dalam menunjang kebutuhan pokok sehari-hari. Pasar modern juga dilengkapi dengan fasilitas yang lebih baik seperti tempat parkir, toilet, dan penataan ruang yang lebih efektif.

#### 2. Peran Pemerintah Dalam Pengelolaan Pasar Modern

Pemerintah berperan penting dalam mengatur dan mengelola pasar modern melalui regulasi, seperti peraturan daerah no. 3 Tahun 2008. Regulasi ini bertujuan untuk memberikan perlindungan dan pemberdayaan pasar tradisional serta memfasilitasi pasar modern agar dapat beroperasi secara efektif.

#### 3. Tantangan Dalam Pengelolaan Pasar Modern

- a. Pasar modern sering dihadapkan pada kritik karena menggeser keberadaan pasar tradisional. Hal ini memicu kebutuhan untuk menciptakan keseimbangan antara keduanya.
- b. Keterlambatan pasokan dan komunikasi internal yang kurang baik dapat mempengaruhi kualitas pelayanan (Rosyida, 2022).

### **Teori Manajemen Fasilitas**

#### 1. Manajemen Tempat Usaha

Agar pasar berfungsi dengan baik dan seimbang, manajemen fasilitas sangat penting yang bertujuan untuk menciptakan pasar yang efisien. Manajemen fasilitas mencakup konsep efektivitas biaya, produktivitas, perbaikan, efisiensi dan kualitas. Manajemen pasar yang baik akan menciptakan pasar yang baik dan juga layak, akan tetapi pasar dikatakan layak jika memenuhi kriteria seperti bangunan yang layak digunakan, kios dagang yang sesuai dengan standar di pasar, dan adanya jalan utama yang cukup jika dilalui oleh dua orang (Adu, 2023).

#### 2. Luas Tempat Usaha

Luas tempat usaha merupakan salah satu sarana berjualan yang mempunyai bentuk fisik dan mempunyai nilai fungsi yang lebih sesuai dibanding dengan sarana berdagang yang lainnya. Luas tempat usaha yang memadai berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional. Dengan adanya ruang yang cukup pedagang dapat memajang barang dagangannya lebih teratur dan sistematis sehingga mengurangi waktu yang terbuang, serta dapat meningkatkan daya tarik konsumen sehingga berdampak positif terhadap peningkatan penjualan dan pencapaian target pendapatan pedagang (Jatmiko et al., 2021).

Atun (2016) menyatakan bahwa luas usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Luas usaha menentukan seberapa banyak unit yang akan dijual. Semakin luas area usaha maka semakin besar pendapatan yang dimiliki, sehingga hal ini akan berdampak pada tingkat pendapatan pedagang yang semakin besar.

### **Teori Pendapatan**

Pendapatan adalah arus masuk dalam bruto dari manfaat ekonomi, yang akan muncul dari aktivitas normal di perusahaan selama satu periode tersebut, bilamana arus masuk tersebut akan mengakibatkan kenaikan ekuitas, dan juga yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal (PSAK No.23 paragraf 6). Pendapatan dapat menjadi pendapatan sepenuhnya apabila produk tersebut sudah selesai diproduksi dan penjualan yang sebenarnya sudah terjadi (Wulandari et al., 2023).

Apabila konsep terbentuk dan terealisasi terpenuhi, maka pendapatan dapat diakui sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan :

1. Pendapatan dari hasil transaksi penjualan produk akan diakui pada saat tanggal penjualan, biasanya berupa tanggal penyerahan produk kepada pelanggan.
2. Pendapatan dari jasa yang diberikan oleh perusahaan jasa akan diakui pada saat jasa tersebut sudah dilakukan akan dibuat faktur.

Sedangkan capaian target pendapatan merupakan tingkat keberhasilan pedagang yang telah ditetapkan dalam satu periode tertentu. Pendapatan dapat menjadi pendapatan sepenuhnya apabila produk tersebut sudah selesai diproduksi dan penjualan yang sebenarnya sudah terjadi.

### **Teori Modernisasi**

Istilah modernisasi dianggap sebagai adanya suatu proses perubahan dari konvensional menuju modern. Perubahan menuju modern ini tidak hanya dapat dilihat dari aspek-aspek baru dalam kehidupan, tetapi aspek-aspek lama juga ikut tergerus arus modernisasi. Salah satu aspek yang tergerus oleh arus modernisasi adalah pasar tradisional. Pasar pada masyarakat mempunyai peran penting yaitu sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pusat kebudayaan (Handiko et al., 2023).

Modernisasi merupakan proses transformasi yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan daya saing pasar tradisional melalui penerapan teknologi, pengelolaan yang lebih baik, dan peningkatan infrastruktur. Proses ini tidak hanya berfokus pada aspek fisik, tetapi juga mencakup perubahan dalam pola perilaku pedagang dan konsumen yang dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi lokal (Salam et al., 2023).

Pasca modernisasi Pasar Kolpajung, terjadi penyusutan ukuran kios yang berdampak pada ruang usaha pedagang. Semakin luas usaha seorang pedagang maka peluang pasar juga meningkat yang pada akhirnya peluang untuk mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi semakin besar. Hal ini di dukung oleh penelitian (Hati et al., 2023) yang menunjukkan bahwa luas usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan uraian diatas dan penelitian sebelumnya, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah capaian target pendapatan sebagai variabel dependen (Y), sedangkan luas tempat usaha sebagai variabel independen (X). Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

***Ha: Luas tempat usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap capaian target pendapatan pasca modernisasi pasar Kolpajung.***

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian ini dilakukan di Pasar Kolpajung yang berlokasi di Jl. Ronggosukowati Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan. Populasi dalam penelitian ini seluruh pedagang konveksi yang menempati kios di pasar Kolpajung, sebanyak 338 pedagang. Sampel ditentukan menggunakan rumus slovin dengan margin error 10%, sehingga diperoleh sebanyak 77 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan pendekatan random sampling. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas (X) yaitu luas tempat usaha dan variabel terikat (Y) yaitu capaian target pendapatan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala ordinal. Analisis data menggunakan software SPSS versi IBM 25.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas**

Variabel	Koefisien cronbach's alpha
Luas tempat usaha (X)	0,796
Capaian target pendapatan (Y)	0,850

Sumber : Olah data dengan menggunakan SPSS

Nilai cronbach's alpha untuk variabel luas tempat usaha adalah 0.796, sedangkan untuk variabel capaian target pendapatan adalah 0.850. Nilai cronbach's alpha di atas 0,70 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki tingkat reabilitas yang baik dan konsisten dalam mengukur konsep yang diteliti.

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

Variabel	Koefisien regresi	Sig.	t
(Constant)	1,137		
Luas Tempat	0,465	6,313	0,000

Sumber: Olah data menggunakan SPSS

Persamaan regresi berdasarkan nilai koefisien regresi yang tercantum pada tabel, model persamaan regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 1,137 + 0,465X$$

1. Constanta (a) = 1,137 artinya, apabila luas tempat usaha itu konstan atau tetap, maka capaian target pendapatan sebesar 1,137.

2. Koefisien Regresi (X) = 0,465 artinya, apabila luas tempat usaha meningkat satu (1) satuan, maka capaian target pendapatan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,465.

Berdasarkan hasil analisis regresi, dapat disimpulkan bahwa variabel luas tempat usaha berpengaruh signifikan terhadap capaian target pendapatan dengan nilai sig. = 0,000 < 0,05. Artinya semakin luas tempat usaha maka capaian target pendapatan juga akan semakin meningkat.

**Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Parsial (T)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,137	0,682		1,666	0,100
	Luas Tempat	0,465	0,074	0,589	6,313	0,000

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

1. Nilai signifikansi = 0,000 < 0,05
2. Nilai Koefisien (X) = 0,465
3. Nilai T-hitung = 6,313

Karena nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis nol (Ho) di tolak dan hipotesis alternatif (Ha) di terima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel luas tempat usaha (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap capaian target pendapatan (Y).

**Tabel 4. Hasil Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.167 <sup>a</sup>	.967	0,015	0,43319

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Sebesar 96,7% perubahan capaian target pendapatan pedagang dapat dijelaskan oleh luas tempat usaha. Hal ini menunjukkan bahwa variabel luas tempat usaha memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap capaian target pendapatan, sedangkan 3,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

## Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara luas tempat usaha dalam capaian target pendapatan pasca modernisasi pasar Kolpajung. Hal ini dibuktikan melalui uji regresi linier sederhana yang menghasilkan nilai

signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t-hitung sebesar 6,313 yang lebih besar dari t-tabel. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini diterima, artinya luas tempat usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap capaian target pendapatan. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 96,7% capaian target pendapatan dapat dijelaskan oleh luas tempat usaha, sedangkan sisanya sebesar 3,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Secara kritis, hasil ini juga menggambarkan bahwa modernisasi pasar yang umumnya bertujuan untuk menciptakan lingkungan berdagang yang lebih tertata perlu disertai dengan perhatian terhadap kebutuhan ruang para pedagang. Jika ukuran kios terlalu kecil atau tidak sesuai dengan kebutuhan jenis dagangan, hal tersebut dapat menghambat pencapaian pendapatan secara optimal. Namun, pada kasus Pasar Kolpajung, pedagang yang mampu memanfaatkan ruang secara efisien tetap dapat mencapai target pendapatan, meskipun terjadi penyusutan luas tempat usaha dibandingkan dengan kondisi sebelum modernisasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa luas tempat usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang. Penelitian yang dilakukan oleh Syahrain (2019) menyimpulkan bahwa luas usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima. Selanjutnya, penelitian oleh Hati et al. (2023) juga menemukan bahwa luas usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pada toko kebutuhan primer di Pasar Pekalongan, Lampung Timur. Selain itu, Atun (2016) menyatakan bahwa semakin luas area usaha yang dimiliki oleh pedagang, maka semakin besar pula potensi pendapatan yang dapat diperoleh karena jumlah unit barang yang dijual cenderung meningkat. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa luas tempat usaha merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan capaian target pendapatan pedagang, terutama dalam konteks pasar tradisional yang telah mengalami proses modernisasi.

Berbeda dengan penelitian ningsih (2020) dalam penelitiannya di pasar Balige Sumatera Utara, yang menyatakan bahwa luas tempat usaha tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Dalam penelitian tersebut, justru variabel lain seperti lokasi kios, frekuensi kunjungan konsumen, dan jenis barang dagangan dinilai lebih berperan dalam mempengaruhi pendapatan.

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 77 pedagang konveksi di pasar Kolpajung pasca modernisasi, dapat disimpulkan bahwa luas tempat usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap capaian target pendapatan pedagang. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa semakin luas tempat usaha, maka semakin tinggi capaian target pendapatan yang diperoleh pedagang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ) dan nilai koefisien determinasi sebesar 96,7% yang menunjukkan bahwa variabel luas tempat usaha memberikan kontribusi yang besar terhadap capaian target pendapatan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penyusutan luas tempat usaha berpengaruh terhadap capaian target pendapatan pedagang, meskipun sebagian pedagang masih mampu mengoptimalkan ruang usaha yang tersedia untuk mencapai target pendapatan.

**Kutipan dan Referensi**

- Adu, P. A. (2023). Manajemen Fasilitas Pasar Pasca Revitalisasi : Studi tentang Pasar Tradisional Lolowa Atambua. *Jurnal Teknik Sipil Dan Lingkungan*, 5(2), 96–116.
- Alip Aprianto, C. (2023). Revitalisasi pasar dan lokasi usaha: Dampaknya terhadap pendapatan pedagang di pasar mandala, Bandar Mataram. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 4(1), 1–18.
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1183>
- Armi, A., Soeaidy, S., & Hayat, A. (2016). Dampak Sosail Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar ( Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang ). *Jurnal Administrasi Publik*, 4(10), 1–6.
- Asmarandani, D. (2018). KIOS ROKOK DI WILAYAH KAKI LIMA STUDI BENTUK-FUNGSI. *Seminar Nasional Pakar Ke 1*, 2(1), 111–116.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universits Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Handiko, T. D., Hakim, M. N., & Bagaskara, D. B. (2023). Wujud Modernisasi Pasar Tradisional di Tengah Gempuran Teknologi. *Inotek*, 7, 1–8.
- Hartono, Adik, R. M., & Fchrudy, A. (2020). Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar ( Studi pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kec . Laren Kabupaten Lamongan ). *Prive*, 3(September), 72–84.
- Hati, F. L., Zanaria, Y., & Septiani, A. (2023). Pengaruh Modal Usaha , Luas Usaha Dan Profesionalisme Sumber Daya Manusia Terhadap Pendapatan Toko Kebutuhan Primer Pasar Pekalongan Lampung Timur. *Fera Laras Hati . Yulita Zanaria, Ana Septiani*, 4(1), 19–24.
- Jatmiko, B., Anwar, M., Laraz2, T., & Anjani, alfi muthia. (2021). pendampingan

- perluasan lokasi usaha dan outlet untuk meningkatkan penjualan. *Webinar Abdimas*, 4.
- Rosyida, S. F. (2022). Sistem Pengelolaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Jawa Timur ( Studi kasus pasar Blauran, indoaret dan Alfamart Kecamatan Jambangan Surabaya). *Jurnal Politique*, 2(2), 145–159.
- Salam, R., Putri, R. Z., Jakarta, M., Daya, S., Pelaksana, K. A., Pelaksana, S. P., Antar, K., & Ciputat, P. (2023). *MODERNISASI PASAR CIPUTAT MELALUI PROGRAM*. XX(1), 105–116.
- Silvia, V., & Sunaryabsulaeman, A. (2019). *Pendapatan Asli Daerah, Transfer Daerah, Dn Belanja Modal, Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Regional Di Indonesia*. 4(1), 97–112.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penlitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Syahrain, R. (2019). PENGARUH MODAL USAHA DAN LUAS USAHA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG KAKI LIMA. *JEAMM*, 1(1), 70–76.
- Tawa, ines theresia bigha, Sayang, S., & Reo, H. (2024). PENGARUH MODAL, LOKASI DAN JAM KERJA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI ASAR DANGA KABUPATEN NAGEKEO. *Jurnal Riset Akuntansi*, 5(2), 91–100.
- Wasesa, pratama hadi, & Soedjarwo, muhammad pranoto. (2021). kajian pola tata ruang dan sirkulasi pada dedain pasar modern. *Jurnal Widyastana Arsitektur*, 2(1).
- Wulandari, T., Saputri, nur aliffah adi, Laili, rizka febriana nur, Fitriani, septi nur, & Mustoffa, ardyan firdausi. (2023). pengakuan dan pengukuran pendapatan berdasarkan PSAK NO 23. *Jurnal Bina Akuntansi*, 10(1), 257–267.

