

# ANALISIS PENGARUH KEANEKARAGAM PRODUK OLAHAN DAN LOKASI TERHADAP PENDAPATAN USAHA PECEL LELE DI KOTA PANGKALPINANG

KARNANDO  
Arka'a Ahmad Agin  
Gayatria Oktalina

Management Program  
STIE-IBEK Bangka Belitung  
Pangkal Pinang, Indonesia  
[e.jurnal@stie-ibek.ac.id](mailto:e.jurnal@stie-ibek.ac.id)

**Abstract-** *The purpose of this study is to find out how the Variety of Products and Locations would have an effect towards the Increase of Income of the catfish meals in Pangkalpinang City. The study has a 75 pages without attachments.*

*The results showed that simultaneously Variety of Products and Location had a positive and significant effect towards Income with  $F_{count} (59.91) > F_{table} (3.09)$ , while in partial, Variety of Products and Location had a significant effect toward Income. This was proven by  $t_{count} (59,914) > t_{table} (3,09)$ . There is a significant effect between Variety of Products towards Income by the value of  $t_{count} (2.447) > t_{table} (1.98447)$ . Also, based on the founding, there is a significant influence between Location to Income, this is proven by the value of  $t_{count} (5,015) > t_{table} (1,98447)$ . In additio, the coefficient of determination ( $R^2$ ) obtained a value of 0.553, this value can be defined that 55.3% of the Income variable can be explained by Variety of Products and Location, the remaining 44.7% is influenced by other variables not included in this research.*

**Keywords:** *Management Marketing, Managaement, Financial Managemen*

## 1. PENDAHULUAN

Berwirausaha harus memiliki tekad dan semangat yang kuat, karena itu sangat dibutuhkan dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM merupakan peran penting dan sangat dibutuhkan dalam sistem perekonomian nasional. Mengapa demikian, karena UMKM memiliki keunggulan dalam penyediaan tenaga kerja melalui usaha padat karya. Hal ini akan mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan masyarakat, serta ikut berperan dalam meningkatkan perolehan devisa. Saat Indonesia mengalami badai krisis finansial pada tahun 1997/1998 silam, UMKM-UMKM memiliki kemampuan untuk bertahan pada masa krisis tersebut.

Hal ini karena semangat dan jiwa wirausaha yang dimiliki tertanam kuat sehingga meskipun mereka sempat goyang oleh dampak yang ditimbulkan, mereka secara perlahan-lahan mampu bangkit dari keterpurukan. Hal inilah yang membedakan antara usaha-usaha sekelas UMKM dengan usaha-usaha besar, meskipun penghasilan yang diperoleh lebih besar, namun resiko yang dihadapi juga

semakin besar. UMKM-UMKM yang ada memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha, dan mendukung pendapatan rumah tangga.

Biasanya berwirausaha akan dimulai dengan usaha-usaha bersekala kecil yang berpotensi untuk berkembang. Namun disadari pula bahwa perkembangan UMKM saat ini masih banyak menemui berbagai hambatan. Hambatan-hambatan tersebut berbeda dari satu daerah dengan daerah lain serta antarsektor yang ada, atau antar sesama perusahaan di sektor yang sama. Intinya, persoalan umum yang sering terjadi pada UMKM meliputi aspek pemasaran, kemampuan teknologi, distribusi dan pengadaan bahan bakuserta input lainnya, kualitas sumber daya manusia yang rendah, biaya transportasi dan energi yang tinggi, keterbatasan komunikasi, serta prosedur administrasi dan birokrasi yang kompleks dalam pengurusan izin usaha. Terdapat pula ketidakpastian peraturan serta kebijaksanaan-kebijaksanaan ekonomi yang tidak jelas arahnya (Tambunan, 2009:75).

Tenaga kerja formal Kota Pangkalpinang ini terdapat 7 kecamatan. Peraturan daerah kota pangkalpinang nomor 10 tahun 2016 tentang pengembangan, penataan dan pembinaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan termasuk usaha pedagang kaki lima, pedagangkaki lima yang dimaksud dengan yaitu usaha jasa pangan.

Salah satu usaha pedagang kaki lima yang menawarkan jasa pangan ialah kegiatan usaha pecel lele. Usaha pecel lele makin marak berkembang dikarenakan prospeknya yang menggiurkan bagi para wirausaha. Potensi usaha Pecel Lele Kota Pangkalpinang cukup banyak dan terus berkembang, dengan harga yang terjangkau dan banyak di temukan di berbagai tempat. Dengan bahan utama lele itu sendiri dan sambalnya yang khas, membuat citra rasa sendiri. Bisnis usaha Pecel Lele ini sangat sederhana, dengan modal yang sangat kecil namun memiliki prospek keuntungan yang sangat tinggi dan peminatnya dari semua kalangan, maka bisnis ini menjadi usaha yang layak untuk kitapertimbangkan. Oleh karena itu perlu adanya penelitian dalam pengembangan terhadap pengusaha Pecel Lele sehingga dapat meningkatkan pendapatan pengusaha Pecel Lele itu sendiri.

Membuka usaha Pecel Lele itu membutuhkan tekad yang kuat dan keterampilan, karena dalam usaha Pecel Lele itu sendiri membutuhkan tenaga kerja, para pekerja Pecel Lele rata-rata memilikin pendidikan yang rendah. Hal ini dapat menciptakan harapan bagi paramasyarakat dengan

pendidikan rendah dan juga dapat mengurangi tingkat pengangguran dalam memperbaiki taraf hidupnya.

Penulis melakukan penelitian pada usaha Pecel Lele di Kota Pangkalpinang. Berdasarkan hasil observasi peneliti di kecamatan-kecamatan di Pangkalpinang, banyak terdapat pengusaha pecel lele di sepanjang jalan kota Pangkalpinang, khususnya di lokasi yang dekat dengan pusat kota, kampus, rumah sakit dan di berbagai tempat lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha pedagang kaki lima usaha pangan pecel lele memiliki potensi yang besar.

Adapun tujuan dari penelitian ini

1. Untuk mengetahui apakah keanekaragaman produk olahan makanan dan lokasi warung pecel lele dapat meningkatkan pendapatan.
2. Untuk mengetahui apakah keanekaragaman produk olahan makanan dapat meningkatkan pendapatan.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi warung pecel lele dapat meningkatkan pendapatan.

## 2. LANDASAN TEORI

### Manajemen

Terry (2010), alih bahasa: oleh Ticolau, menyatakan "Manajemen adalah suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya".

Follet dalam Handoko (2014), menyatakan "Manajemen merupakan seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini mengandung arti bahwa para manajer mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai tugas yang mungkin diperlukan".

Daft (2010), menyatakan "*Management is the attainment of organizational goal in an effective and efficient manner through planning organizing leading and controlling organizational resources*". Pendapat tersebut kurang lebih mempunyai arti bahwa manajemen merupakan pencapaian tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien lewat perencanaan pengorganisasian pengarahan dan pengawasan sumber daya organisasi".

Berdasarkan tiga pengertian definisi pengertian manajemen di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa manajemen adalah ilmu yang digunakan untuk mengatur atau menggerakkan orang lain dalam suatu organisasi untuk berkerja efektif dan efisien sehingga mampu mencapai tujuan yang diinginkan dalam organisasi tersebut.

### Manajemen pemasaran

Kotler (2007), menyatakan manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Definisi ini menyimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan juga mencakup barang, jasa serta gagasan,

berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa tugas manajemen pemasaran bukan hanya menawarkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasarnya, menetapkan harga yang efektif, komunikasi, dan distribusi untuk memberikan informasi, mempengaruhi dan melayani pasarnya. Tugas manajemen pemasaran adalah mempengaruhi tingkat waktu dan komposisi permintaan untuk membantu perusahaan mencapai sasarnya.

### Produk

Dalam mengembangkan sebuah program untuk mencapai pasar yang diinginkan, sebuah perusahaan harus memulai dengan produk atau jasa yang dirancang untuk memuaskan keinginan konsumen. Maka dari itu perusahaan harus berusaha mengambil hati para konsumen untuk memperlancar jalannya produksi. Konsumen biasanya menginginkan produknya dapat membuat hati para konsumenterpuaskan dan mempunyai kualitas produk.

Kotler dan Keller (2007 : 4) menyatakan produk adalah :Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan/semua kebutuhan. Dalam hal ini memberikan batasan produk dianggap memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa suatu benda (object), rasa (service), kegiatan (acting), orang (person), tempat (place), organisasi dan gagasan dimana suatu produk akan mempunyai nilai lebih dimata konsumen, jika memiliki keunggulan dibanding dengan produk lain sejenis. Kotler (2007) juga menambahkan bahwa hubungan antara keragaman produk dan keputusan pembelian sangat erat kaitan dengan tingkat pendapatan yang dihasilkan oleh suatu organisasi melalui proses penjualan.

### Lokasi

Tjiptono (2015:345), menyatakan lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sedangkan Kotler dan Armstrong (2014:76), menyatakan "place include company activities that make the product available to target consumers". Kemudian, Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92), menyatakan "lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan". Pendapat mengenai lokasi dari para ahli tersebut, sampai pada pemahaman penulis bahwa lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam menentukan keputusan pembelannya.

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran teradapt istilah yang dikenal dengan marketing mix atau bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan

proses. Lokasi usaha dapat juga disebut dengan saluran distribusi perusahaan karena lokasi juga berhubungan langsung dengan pembeli atau konsumen atau dengan kata lain lokasi juga merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen ataupun merupakan komitmen sumber daya jangka panjang. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan kelangsungan hidup baik itu dalam usaha perdagangan eceran ataupun lainnya. Swastha dan Irawan (2008) juga mengutarakan bahwa pendapatan suatu organisasi di pengaruhi oleh lokasi dimana terjadisuatu transaksi jual beli.

**Pendapatan**

Pendapatan, menurut Rahardja dan Manurung, (2006: 292), pendapatan merupakan total dari penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan adalah konsep aliran (*flowconcept*).

Terdapat tiga sumber penerimaan pada rumah tangga, yakni:

1. Pendapatan dari gaji dan upah

Gaji merupakan balas jasa terhadap kesediaan menjadi tenaga kerja. Besar dari gaji seseorang tersebut tergantung dari produktivitasnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas, yakni:

- (a) Keahlian,
- (b) Mutu modal manusia, dan
- (c) Kondisi kerja.

2. Pendapatan dari aset produktif

Aset produktif merupakan aset yang memberikan masukan terhadap balas jasa penggunaannya. Aset ini terbagi dua yakni aset finansial dan aset bukan finansial.

3. Pendapatan dari Pemerintah

Pendapatan dari pemerintah merupakan pendapatan yang diterima bukan atas balas jasa yang telah dilakukan maupun diberikan. Hal ini biasanya terdapat pada negara-negara maju yang memberikan tunjangan penghasilan bagi para pengangguran dan sebagainya.

$$TR = \sum P_i Q_i$$

Keterangan :

TR = Total Revenue

P = Harga barang yang dijual

Q = Jumlah barang yang terjual

I = Konstanta

Dari penjualan, pelaku sektor informal akan menerima pendapatan sebesar TR, jumlah TR dapat diketahui melalui penjualan barang pelaku sektor informal itu sendiri.

**Wirausahawan**

Wirausahawan menurut Zimmerer dan Scarborough (2004: 3), wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan bisnis yang baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian untuk memperoleh suatu keuntungan dan pertumbuhan dengan cara melihat peluang dan menggabungkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mendirikannya. Menurut Sutanto (2002: 11) kewirusahaan

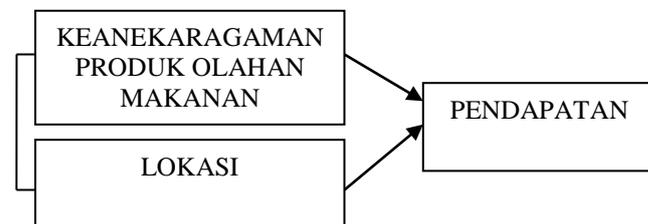
dapat diartikan sebagai sikap dan perilaku mandiri yang mampu memadukan unsur cipta, rasa dan karsa serta karya ataupun memiliki kemampuan dalam menggabungkan unsur kreativitas, tantangan dan kerja keras serta kepuasan untuk memperoleh prestasi yang maksimal sehingga dapat menghasilkan nilai tambah terhadap jasa, barang maupun pelayanan yang dihasilkan dengan mengindahkan sendi-sendi kehidupan masyarakat. Menurut Dewanti (2008: 1) wirausahawan secara umum adalah orang-orang yang mampu menjawab tantangan-tantangan dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Sedangkan menurut Kasmir (2006: 16) wirausahawan adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Jiwa kewirausahaan akan mendorong minat seseorang dalam mendirikan dan mengelola kegiatan usaha dengan profesional.

**Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir bertujuan untuk mempermudah peneliti menguraikan pokok-pokok permasalahan penelitian secara sistematis. Bagaimana suatu teori dengan faktor-faktor yang penting yang telah di ketahui dalam suatumasalah dalam penelitian.

Berdasarkan uraian landasan teori yang telah dipaparkan diatas, maka disusun hipotesis yang merupakan alur pikiran dari peneliti, kemudian digambarkan dalam kerangka teoritis yang disusun sebagai berikut:

**Gambar.I**  
**Kerangka Berpikir**



Sumber: Diolaholeh Peneliti (2019)

**Hipotesis**

- H0 : Diduga keanekaragaman produk olahan makanan dan lokasi tidak berpengaruh terhadap pendapatan
- H1 : Diduga keanekaragaman produk olahan makanan dan lokasi berpengaruh terhadap pendapatan
- H2 : Diduga keanekaragaman produk olahan makanan berpengaruh terhadap pendapatan
- H3 : Diduga lokasi berpengaruh terhadap pendapatan

**3. METODE PENELITIAN**

**Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan carah ilmiah mendapatkan data yang valid dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada cici-cici keilmuan yang rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Sedangkan empiris berarti cara yang

dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakannya. Sistematis adalah proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langka tertentu yang bersifat logis.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penulis menyusun jadwal penelitian selama empat bulan, sejak dari april 2019 sampai akhir juli 2019. Objek (fokus) meneliti usaha warung pecel lele yang berada di wilayah Kecamatan Taman Sari, Pangkalpinang. Penelitian dimaksudkan untuk memperoleh gambaran menyeluruh dan lengkap mengenai indikator-indikator yang berhubungan dengan peningkatan pendapatan warung pecellele di Kecamatan Taman Sari, Pangkalpinang.

### Variabel Penelitian

Variabel yang diteliti adalah variabel bebas dan variabel terikat yang dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel bebas (*Independen Variable*)  
variabel independen (X) merupakan sejumlah gejala dengan berbagai unsur atau faktor yang ada didalamnya yang menentukan atau mempengaruhi adanya variabel-variabel yang lain. Variabel bebas (X) mengenai yaitu keanekaragaman produk (X1) dan lokasi (X2).
- b. Variabel terikat (*Dependen Variable*)  
Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen adalah pendapatan (Y).

### Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi praktis operasional tentang variabel atau istilah lain dalam penelitian yang dipandang penting. Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi :

1. Keanekaragaman produk olahan (X1)  
Kotler (2007:4) menyatakan produk adalah Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan/semua kebutuhan. Dalam hal ini memberikan batasan produk dianggap memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa suatu benda (object), rasa (service), kegiatan (acting), orang (person), tempat (place), organisasi dan gagasan dimana suatu produk akan mempunyai nilai lebih dimata konsumen, jika memiliki keunggulan dibanding dengan produk lain sejenis
2. Lokasi (X2)  
Tjiptono (2015:345) menyatakan lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sedangkan Kotler (2014:76) menyatakan “*place include company activities that make the product available to target consumers*”. Hamdani (2011:92), menyatakan “Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan

dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan”.

Pendapat mengenai lokasi dari para ahli tersebut, sampai pada pemahaman penulis bahwa lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat

### 3. Pendapatan (Y)

Pendapatan menurut Rahardja (2006:292), merupakan total dari penerimaan (baik berupa uang dan bukan uang), seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan adalah konsep aliran (*flow concept*).

### Sampel

Sugiyono (2011:81) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Peneliti menghitung ukuran sampel dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2011: 87).

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n =$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

$$n = 21000 / ( 1 + 21000.(10\%)^2)$$

$$n = 21000 / ( 1 + 21000.(0,1)^2)$$

$$n = 21000 / ( 1 + 21000.(0,01))$$

$$n = 21000 / ( 1 + 210)$$

$$n = 21000 / 211$$

$$n = 99,526 \Rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang.}$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 100 orang. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

untuk uji validitas instrumen setiap variabel, disajikan sebagai berikut:

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen dalam bentuk angket (kuisisioner). Sedangkan format jawaban akan menggunakan sekala Liket, Nasir, (1997:397), dalam Arka'a, (2010:75) yang menggunakan alternatif jawaban yang masing-masingtelah diberi jumlah nilai (skor) sebagai data ordinal sebagai berikut.

- 1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju/Sangat baik
- 2. Skor 4 untuk jawaban Setuju / Baik
- 3. Skor 3 untuk jawaban Ragu-ragu/ Kurang Setuju
- 4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju / Tidak Baik
- 5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju/ Sangat Tidak Baik.

**4. PEMBAHASAN**

**Analisis Deskriptif**

Deskripsi variabel dalam analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi dari satu variabel dependen yaitu Pendapatan dan dua variabel independen yaitu Keanekaragaman Produk dan Lokasi. Analisis deskriptif berkaitan dengan pengumpulan dan peringkat data. Analisis deskriptif menggambarkan karakter sample yang digunakan dalam penelitian ini. Distribusi analisis deskriptif untuk masing-masing variabel terdapat pada tabel. V berikut:

**Tabel.1**  
**Deskripsi Variabel Penelitian Perusahaan sample**  
**Descriptives**

|                             | N   | Mean  | SD    | SE    |
|-----------------------------|-----|-------|-------|-------|
| Total Pendapatan            | 100 | 20.31 | 2.834 | 0.283 |
| Total Keanekaragaman Produk | 100 | 20.09 | 3.075 | 0.308 |
| Total Lokasi                | 100 | 20.60 | 2.741 | 0.274 |

Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

**Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Perhitungan validitas dengan perhitungan dilakukan dengan cara manual dengan bantuan aplikasi Microsoft Office Excel 2007. Diperoleh koefisien korelasi butir (r-hitung) untuk 15 butir instrumen (kuesioner) dengan sampel sebanyak 100 orang (n = 100 orang), dengan  $\alpha = 0.05$  didapat r tabel 0,197 artinya bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir instrumen tersebut tidak valid dan apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir instrumen tersebut dapat digunakan (valid). Dari perhitungan statistik untuk masing - masing variabel, ternyata bahwa  $r_{hitung}$  yang diperoleh lebih besar dari  $r_{tabel}$ , sehingga dikatakan bahwa semua butir kuesioner berpredikat valid. Nilai - nilai koefisien korelasi

a) Keanekaragaman produk(X1)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk keanekaragaman produk dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel.2**  
**Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Keanekaragaman Produk (X1)**

| Nomor kuesioner | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|-----------------|--------------|-------------|------------|
| 1               | 0,845        | 0,197       | Valid      |
| 2               | 0,796        | 0,197       | Valid      |
| 3               | 0,811        | 0,197       | Valid      |
| 4               | 0,844        | 0,197       | Valid      |
| 5               | 0,577        | 0,197       | Valid      |

Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

Berdasarkan data yang tertera pada tabel.2, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Keanekaragaman produk yang diperoleh rata - rata lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan seluruh instrumen sebanyak 5 butir pernyataan dikatakan valid.

b) Variabel Lokasi (X2)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk Lokasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel.3**  
**Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Lokasi (X2)**

| Nomor kuesioner | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|-----------------|--------------|-------------|------------|
| 1               | 0,689        | 0,197       | Valid      |
| 2               | 0,722        | 0,197       | Valid      |
| 3               | 0,751        | 0,197       | Valid      |
| 4               | 0,741        | 0,197       | Valid      |
| 5               | 0,628        | 0,197       | Valid      |

Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

Berdasarkan data yang tertera pada tabel.3, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Lokasi (X2) yang diperoleh rata - rata lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan seluruh instrumen sebanyak 3 butir pernyataan dikatakan valid.

c) Variabel Pendapatan (Y)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Pendapatan dapat dilihat pada tabel 5.8 berikut ini:

**Tabel.4**  
**Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Pendapatan (Y)**

| Nomor kuesioner | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|-----------------|--------------|-------------|------------|
| 1               | 0,655        | 0,197       | Valid      |
| 2               | 0,701        | 0,197       | Valid      |
| 3               | 0,763        | 0,197       | Valid      |

|   |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|
| 4 | 0,779 | 0,197 | Valid |
| 5 | 0,749 | 0,197 | Valid |

Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

Berdasarkan data yang tertera pada tabel.4, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Pendapatan (Y) yang diperoleh rata - rata lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan seluruh instrumen sebanyak 5 butir pernyataan dikatakan *valid*.

**Uji Reliabilitas**

Reliabel adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran yang merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Perhitungan reliabilitas dalam Penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi JASP VERSI 0.9.2.0 Universitas of Amsterdam sehingga diperoleh nilai Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach*, sebagai berikut:

**Tabel.5**  
**Koefisien Reliabilitas**

| No | Variabel                   | Koefisien Reliabilitas (Alpha) |
|----|----------------------------|--------------------------------|
| 1  | Keanekaragaman Produk (X1) | 0,831                          |
| 2  | Lokasi (X2)                | 0,749                          |
| 3  | Pendapatan (Y)             | 0,778                          |

Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

Hasil Koefisien Reliabilitas (*Alpha*) yang tertera pada tabel. IX, dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan handal, artinya suatu instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data atau mengukur obyek yang telah ditetapkan karena instrumen tersebut sudah tergolong baik dimana koefisien reliabilitas *alpha* > dari *alpha item correlation* atau suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Imam Ghazali, 2011).

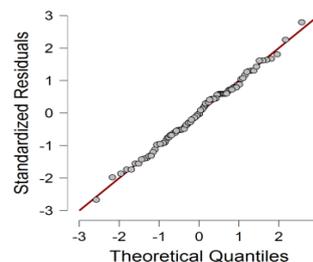
**Pengujian Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapat memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

**Persyaratan Normalitas Data**

Pengujian normalitas data, dilakukan dengan dua cara yaitu dibuat histogram untuk distribusi *standardized residual*, dan dibuat grafik Q-Q Plot *Standardized Residuals*. Untuk memperoleh hasil yang akurat.penghitungan dilakukan dengan program JASP VERSI 0.9.2.0 Universitas of Amsterdam, hasilnya peneliti kemukakan sebagai berikut:

**Gambar.II**  
**Normal Probability**



Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

Pada Gambar.II *normal probability* memperlihatkan bahwa sebaran data pada *chart* tersebut terdapat korelasi yang kuat antara *Expected Cumulative Probability* dengan *Observed Cumulative Probability*, sehingga memenuhi persyaratan normalitas.

**Pengujian Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang diuji benar - benar bebas , jika nilai VIF yang diperoleh < 10, dan *tolerance* lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada *multicollinearity* antara variabel bebas. Cara yang digunakan adalah dengan menghitung *tolerance* dan VIF. Berdasarkan perhitungan menggunakan JASP VERSI 0.9.2.0 Universitas of Amsterdam maka didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel.6**  
**Koefisien Multikolinearitas**

| Model       | Collinearity Statistics Tolerance | VIF   |
|-------------|-----------------------------------|-------|
| 1 Intercept |                                   |       |
| Total X1    | 0,416                             | 2,402 |
| Total X2    | 0,416                             | 2,402 |

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari data tabel.X hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) menunjukkan nilai variabel independen yang memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1 Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

**Pengujian Regresi Berganda**

Hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan aplikasi JASP VERSI 0.9.2.0 Universitas of Amsterdam, diperoleh nilai persamaan regresi linear berganda antara variable bebas X, yaitu Keanekaragaman produk (X1), Lokasi (X2). Sedangkan variable terikat yaitu Pendapatan (Y). Untuk lebih jelasnya nilai dari koefisien masing-masing variable dapat dilihat dalam table.7 berikutini:

**Tabel.7**  
**Perhitungan Regresi**

| Model          | Unstandardized Coefficients | Std. Error | Standardize d Coefficients |
|----------------|-----------------------------|------------|----------------------------|
| 1 ( Intercept) | 4,298                       | 1,478      |                            |

|                            |       |       |       |
|----------------------------|-------|-------|-------|
| Keanekaragaman produk (X1) | 0,237 | 0,097 | 0,258 |
| Lokasi (X2)                | 0,546 | 0,109 | 0,528 |

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari table koefisien regresi di atas, maka nilai persamaan regresi berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4,298 + 0,237X_1 + 0,546X_2$$

(0,005) (0,016) (0,000)

Angka yang terdapat di dalam kurung merupakan besarnya nilai signifikan dari masing-masing variabel bebas dimana koefisien regresi <math>\alpha (0,05)</math> berarti berpengaruh signifikan. Variabel Keanekaragaman produk (X1) dan Lokasi (X2), nilainya adalah positif, yang menjelaskan bahwa hubungan tersebut searah dengan Pendapatan (Y), apabila variabel-variabel bebas tersebut mengalami kenaikan, maka nilai variabel terikat juga akan mengalami kenaikan atau sebaliknya.

Sedangkan nilai intersep dan nilai koefisien dari masing-masing variabel diantaranya Keanekaragaman produk (X1), Lokasi (X2), dan Pendapatan (Y) dalam persamaan tersebut di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Intercept 4,298 menyatakan bahwa jika tidak ada Keanekaragaman produk (X1) dan Lokasi (X2), maka Pendapatan Usaha Pecel Lele Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang adalah 4,298 satuan.
- 2) Keanekaragaman produk (X1): 0,237 artinya apabila variabel Keanekaragaman produk meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan Pendapatan Usaha Pecel Lele sebesar 0,237 satuan.
- 3) Lokasi (X2): 0,546 artinya apabila variabel Lokasi meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan Pendapatan Usaha Pecel Lele sebesar 0,546 satuan.

**Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah dilakukan perhitungan melalui aplikasi JASP VERSI 0.9.2.0 Universitas of Amsterdam diperoleh koefisien determinasi (*r-square*) sebesar 0,553. Nilai ini dapat didefinisikan bahwa 55,3% variabel Pendapatan dapat dijelaskan oleh Keanekaragaman produk (X1) dan Lokasi (X2), secara bersama-sama, sisanya 44,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Tabel.8**  
**Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

| Model | R     | R <sup>2</sup> | Adjusted R <sup>2</sup> | RMSE  |
|-------|-------|----------------|-------------------------|-------|
| 1     | 0.743 | 0.553          | 0.543                   | 1.915 |

Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

**Pengujian Hipotesis**

Pengujian dilakukan terhadap masing-masing hipotesis dengan urutan langkah sebagai berikut:

1. Uji F,
2. Uji t, untuk b<sub>1</sub>,
3. Uji t untuk b<sub>2</sub>

Adapun uji untuk masing – masing hipotesis adalah sebagai berikut:

**Uji F**

Uji F dilakukan untuk menguji hipotesis pertama, yaitu :

H<sub>0</sub> : Diduga tidak terdapat pengaruh Keanekaragaman Produk (X1) dan Lokasi (X2), secara bersama-sama terhadap Pendapatan Usaha Pecel Lele Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang.

H<sub>1</sub> : Diduga terdapat pengaruh Keanekaragaman Produk (X1) dan Lokasi (X2) secara bersama-sama terhadap Pendapatan Usaha Pecel Lele di Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang. Jika nilai  $p < 0,05$ , maka keputusannya H<sub>1</sub> diterima atau dengan membandingkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka keputusannya H<sub>1</sub> diterima.

**Tabel.9**  
**F<sub>hitung</sub> Variabel Keanekaragaman Produk (X1) dan Lokasi (X2) Secara Bersama – sama Terhadap Variabel Pendapatan (Y)**  
**ANOVA**

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.  |
|--------------|----------------|----|-------------|-------|-------|
| 1 Regression | 439.6          | 2  | 219.7       | 59.91 | <.001 |
| Residual     | 355.8          | 97 | 3.668       |       |       |
| Total        | 795.4          | 99 |             |       |       |

Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program JASP VERSI 0.9.2.0 Universitas of Amsterdam diperoleh nilai  $F_{hitung} 59,91$  seperti terlihat pada tabel 5.13. Sedangkan harga kritis nilai  $F_{tabel}$  dengan derajat bebas pembilang 2 dan penyebut 98 pada  $\alpha (0,05)$  sebesar 3,09. Dengan demikian  $F_{hitung} (59,91) > F_{tabel} (3,09)$ , sehingga jelas H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima demikian juga jika menggunakan membandingkan nilai p sebesar 0,000.

Dengan demikian keputusannya jelas H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Keanekaragaman Produk dan Lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Usaha Pecel Lele di Kecamatan Tamn Sari Kota Pangkalpinang. Hasil tersebut sejalan dengan teori yang di kemukakan oleh Taylor (2005), bahwa tingkat pendapatan usaha di pengaruhi oleh dua paktor utama yaitu penjualan atas produk yang digemari konsumen dan lokasi yang mudah dicapai.

**Uji t untuk b<sub>1</sub>**

Uji t untuk b<sub>1</sub> dilakukan untuk menguji hipotesis kedua, yaitu:

H<sub>0</sub> : Diduga tidak terdapat pengaruh Keanekaragaman produk (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Pendapatan Usaha Pecel Lele di Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang.

H<sub>2</sub> : Diduga terdapat pengaruh Keanekaragaman produk (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Pendapatan Usaha Pecel Lele di Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang.

Jika nilai  $p < 0,05$ , maka keputusannya H<sub>2</sub> diterima atau dengan membandingkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka keputusannya H<sub>2</sub> diterima.

**Tabel.10**

| t <sub>hitung</sub> Keanekaragaman Produk (X1) |                             |            |                           |       |       |
|--|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | p     |
|  | Unstandardized              | Std. Error |                           |       |       |
| 1  | 4,298                       | 1,478      |                           | 2,908 | 0,005 |
| (X1)   | 0,237                       | 0,097      | 0,528                     | 2,447 | 0,016 |

Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi  $Y = 4,298 + 0,237 X1$ . Persamaan ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Keanekaragaman Produk akan meningkatkan Pendapatan Usaha Pecel Lele sebesar 0,237 satuan. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,447 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan derajat bebas 98 pada  $\alpha (0,05)$  sebesar 1,98447. Dengan demikian  $t_{hitung} (2,447) > t_{tabel} (1,98447)$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan H<sub>2</sub> diterima atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai p sebesar 0,016.

Dengan demikian keputusannya jelas  $H_0$  ditolak dan H<sub>2</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Keanekaragaman Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Usaha Pecel Lele di Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang. Hasil tersebut senada dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2007) yang menyatakan bahwa hubungan antara keragaman produk dan keputusan pembelian sangat erat kaitan dengan dengan tingkat pendapatan yang dihasilkan oleh suatu organisasi melalui proses penjualan.

**Uji t untuk b<sub>2</sub>**

Uji t untuk b<sub>2</sub> dilakukan untuk menguji hipotesis ketiga, yaitu:

H<sub>0</sub> : diduga tidak terdapat pengaruh Lokasi (X2) terhadap Pendaptan Usaha Pecel Lele di Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang

H<sub>3</sub> : diduga terdapat pengaruh Lokasi(X2) terhadap Pendapatan Usaha Pecel Lele di Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang.

Jika nilai  $p < 0,05$ , maka keputusannya H<sub>3</sub> diterima atau dengan membandingkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka keputusannya H<sub>3</sub> diterima.

**Tabel.11**

| Model | t <sub>hitung</sub> Lokasi (X2) |                           |            | T     | p     |
|-------|---------------------------------|---------------------------|------------|-------|-------|
|       | Unstandardized Coefficients     | Standardized Coefficients | Std. Error |       |       |
| 1     | 4,298                           |                           | 1,478      | 2,908 | 0,005 |
| (X2)  | 0,546                           | 0,528                     | 0,109      | 5,015 | 0,000 |

Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi  $Y = 4,298 + 0,546 X2$ . Persamaan ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Keanekaragaman Produk akan meningkatkan Pendapatan Usaha Pecel Lele sebesar 0,546 satuan. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,015 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan derajat bebas 98 pada  $\alpha (0,05)$  sebesar 1,98447. Dengan demikian  $t_{hitung} (5,015) > t_{tabel} (1,98447)$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan H<sub>3</sub> diterima atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai p sebesar 0,000.

Dengan demikian keputusannya jelas  $H_0$  ditolak dan H<sub>3</sub> diterima. Hasil pengujian ini membenarkan identifikasi awal peneliti bahwa Lokasi berpengaruh terhadap Pendapatan Usaha Pecel Lele di Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang. Hasil tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Swastha dan Irawan (2008) yang mengutarakan bahwa pendapatan suatu organisasi di pengaruhi oleh lokasi dimana terjadinya suatu transaksi jual beli.

**5. KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, peneliti memiliki beberapa kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah di dalam penelitian ini. Kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program JASP VERSI 0.9.2.0 Universitas of Amsterdam, diperoleh nilai  $F_{hitung} 59,91$  seperti terlihat pada tabel 5.13 Sedangkan harga kritis nilai  $F_{tabel}$  dengan derajat bebas pembilang 2 dan penyebut 98 pada  $\alpha (0,05)$  sebesar 3,09. Dengan demikian  $F_{hitung} (59,91) > F_{tabel} (3,09)$ , sehingga jelas  $H_0$  ditolak dan H<sub>1</sub> diterima demikian juga jika menggunakan membandingkan nilai p sebesar 0,000. Dengan demikian keputusannya jelas  $H_0$  ditolak dan H<sub>1</sub> diterima.
2. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,447 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan derajat bebas 98 pada  $\alpha (0,05)$  sebesar 1,98447. Dengan demikian  $t_{hitung} (2,447) > t_{tabel} (1,98447)$ , sehingga jelas  $H_0$  ditolak dan H<sub>2</sub> diterima atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai p sebesar 0,016. Dengan demikian keputusannya jelas  $H_0$  ditolak dan H<sub>2</sub> diterima.
3. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,015 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan derajat bebas 98 pada  $\alpha (0,05)$  sebesar 1,98447. Dengan demikian  $t_{hitung} (5,015) > t_{tabel} (1,98447)$ , sehingga jelas  $H_0$  ditolak dan H<sub>3</sub> diterima atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai p sebesar 0,000.

Dengan demikian keputusannya jelas  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat digunakan oleh pengusaha pecel lele di Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan pendapatan, pelaku usaha pecel lele di Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang, peneliti menyarankan agar produk-produk olahan yang dijual lebih bervariasi dan berbeda dengan pelaku usaha pecel lele lainnya. Hal tersebut dapat memberikan nilai tambah bagi usaha itu sendiri.
2. Untuk memperluas cakupan pelanggan, pelaku usaha pecel lele di Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang, dapat membuka jasa layanan antar rumah (*delivery service*).
3. Bagi calon peneliti, peneliti menyarankan agar variabel-variabel penelitian selanjutnya dapat lebih diperluas diluar variabel penelitian ini (Keanekaragaman Produk, Lokasi dan Pendapatan)

### DAFTAR PUSTAKA

- 1] Arka'a.2010. "*Hubungan Antar Motivator dan Faktor Hygiene Terhadap Motivasi kerja Pegawai di Dinas Kesehatan Propinsi Kepulauan Bangka Belitung*". Universitas Terbuka, Jakarta
- 2] Daft.2010."Era Baru Manajemen".Jilid 1.Edisi ke Sembilan Salemba Empat. Jakarta
- 3] Fandy Tjiptono, Ph.D.2015. "*Strategi Pemasaran*", Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- 4] Hani, T. Handoko.2014."Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia".
- 5] Kotler, Philip dan Keller.2007."Manajemen Pemasaran", Jilid I, Edisi
- 6] Kotler, Philip dan Keller.2012."Manajemen Pemasaran", Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- 7] Kotler, Philip dan Armstrong, Gary.2014. "*Principles of Marketin*", 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- 8] Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani.2011. "*Manajemen Pemasaran Jasa*".Edisi Dua. Jakarta: Salemba Empat.
- 9] Mimi SA.2015. "*Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market*". Jurnal Ekonomi Volume XX, Nomor 01.
- 10] Retno Dewanti.2008."Kewirausahaan".Edisi-I. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- 11] Tambunan, Tulus, T.H.2009. "*UMKM di Indonesia*". Bogor: Ghalia Indonesia.
- 12]Zimmerer, Thomas W dan Norman M.Scarborough.2004. "*Pengantar Kewirausahaan*".