

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu, bertujuan guna memperoleh bahan kiasan dan acuan. Terdapat tujuan lain yaitu, guna menghilangkan pandangan kesamaan pada penelitian. Sehingga di dalam tinjauan pustaka sendiri, peneliti menjabarkan hasil dari penelitian terdahulu yang *valid* tentang Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar, Diversifikasi Produk, Revitalisasi Pasar Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan yang dimediasi dengan Peningkatan Pendapatan.

Studi yang pernah dilakukan oleh Marfuah, S.T., & Hartiyah, S. (2019), dengan judul “Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Wonosobo)”. Hasil analisis menyatakan bahwa modal sendiri, kredit usaha rakyat (KUR), teknologi, lama usaha dan lokasi usaha bereaksi positif terhadap pendapatan usaha.

Studi yang pernah dilakukan oleh Agustina, I.A., & Wijaya, I.B.A., (2020), dengan judul “Revitalisasi Kuningan Mojokerto: Diversifikasi Produk Melalui Transformasi Lokalitas Menuju Modernitas”. Penelitian tersebut menggunakan metode pengumpulan data sekunder melalui data literatur dan studi lapangan. Hasil analisis menyatakan bahwa strategi diversifikasi produk sangat membantu terhadap pengembangan gaya hidup konsumen menuju modernitas.

Studi yang pernah dilakukan oleh Dian, P, et al. (2020), dengan “Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Minat Beli Pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Aggeraja Kabupaten Enrekang”. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan ilmu pasti, yakni observasi, dokumentasi dan wawancara. Informan dengan *snowball sampling*. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan jika kualitas pelayanan terhadap keputusan minat beli pada pasar tradisional Cakke Kecamatan Aggeraja Kabupaten Enrekang adalah signifikan, sehingga menyebabkan kaitan antara pemilik usaha dan konsumen terjalin harmonis.

Studi yang pernah dilakukan oleh Manik, W.C.O., et al. (2020), dengan judul “Hubungan pengetahuan, sikap dan dukungan pengelolaan Terhadap kesiapsiagaan Pedagang dalam Upaya Pencegahan Kebakaran di Pasar Samawis Kota Semarang”. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif menggunakan penelitian analitik pendekatan *cross sectional*. Berdasarkan analisis, memperlihatkan hasil jika pengetahuan dan sikap dengan kesiapsiagaan berkaitan.

Studi yang pernah dilakukan oleh Setyowati, D. (2020), dengan judul “Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Sesudah Program Revitalisasi Pasar Rakyat Simongan di Kota Semarang”. Menggunakan metode penelitian metode kualitatif memakai pendekatan deskriptif. Hasil analisis menyatakan program revitalisasi pasar Rakyat Simongan terhadap intervensi fisik belum begitu baik, ventilasi udara yang kurang berakibat pasar terasa panas,

manajemen pengelolaan pasar yang kurang, berakibat pada memburuknya pendapatan pedagang.

Studi yang pernah dilakukan oleh Efendy, S.A., & Suarmanayasa, I N. (2021), dengan judul “Pengaruh Kemampuan Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Kepuasan Daerah (PD) Pasar Kabupaten Buleleng”. Metode yang digunakan adalah analisis jalan dengan studi kuantitatif kausal. Hasil yang didapat adalah kemampuan kerja serta kepuasan kerja bereaksi positif pada kinerja karyawan, kemampuan kerja bereaksi positif pada kinerja karyawan dan kemampuan kerja bereaksi positif pada kepuasan kerja industri wilayah (Kabupaten Pasar Buleleng).

Studi yang pernah dilakukan oleh Fauzani, E. (2021), dengan judul “Strategi Pemasaran dan Diversifikasi Produk Terhadap *Volume* Penjualan Buah Nanas (Studi Kasus Pada Petani UMKM di Desa Tangkit Baru Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi)”. Jenis metode penelitian ini adalah kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran terdapat pengaruh positif pada *volume* penjualan, bereaksi signifikan dan positif diversifikasi produk terhadap *volume* penjualan dan terdapat reaksi yang signifikan antara bauran pemasaran, diversifikasi produk secara bersama terhadap volume penjualan.

Studi yang pernah dilakukan oleh Lesmana, M., et al. (2021), dengan judul “Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar Induk Tradisional Giwangan oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta”. penelitian menggunakan deskriptif-kualitatif pendekatan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan implementasi yang dilakukan pemerintah dengan terlaksananya beberapa

program, Giwangan cukup efektif, dari sisi perencanaan, penataan, pengorganisasian, aksi lapangan, serta pengawasan dan pengevaluasian.

Studi yang pernah dilakukan oleh Meirawati, E., et al. (2021), dengan judul “Pengaruh Pembangunan Plaza Aldiron Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Tradisional di Eks Pasar Cinde Kota Palembang”. Metode yang dipakai adalah kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Hasil analisis menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan dari sebelum dan ketika ada pembangunan Plaza Aldiron sebagai variabel *independent* secara simultan terhadap pendapatan pedagang sebagai variabel *dependent*.

Studi yang pernah dilakukan oleh Parta, I. W. G. I., & Mahayasa, I G. A. M., (2021), dengan judul “Pengaruh Keterampilan Kerja, *Team Work* dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pada *Art Shop* Cahaya Silver di Celuk, Gianyar”. Metode yang dipakai adalah kuantitatif *sampling* jenuh, memakai teknik analisis regresi linier berganda. Hasil analisis tersebut memperlihatkan jika keterampilan kerja bereaksi positif dan signifikan pada kinerja karyawan, *teamwork* bereaksi positif dan signifikan pada kinerja karyawan, motivasi bereaksi positif dan signifikan pada kinerja karyawan, keterampilan kerja, *teamwork* dan motivasi secara simultan bereaksi positif dan signifikan pada kinerja karyawan.

Studi pernah dilakukan oleh Soehardi, S. (2021), dengan judul “Model Peningkatan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Kopi Golda”. Metode penelitian yang dipakai ialah kuantitatif memakai analisis validitas, reliabilitas, normalitas, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk

bereaksi secara parsial pada volume penjualan, kualitas pelayanan bereaksi secara parsial pada volume penjualan dan loyalitas bereaksi secara parsial pada volume penjualan, kualitas produk, kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen secara simultan bereaksi terhadap volume penjualan Kopi Golda PT. Bekasi Distribution Raya.

**Tabel 2.1**

**Matriks Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
1.	Marfua h, S.T., & Hartiya h, S. (2019)	Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Wonosobo)	- Modal Sendiri - Kredit Usaha Rakyat (KUR) - Teknologi, Lama Usaha - Pendapatan Usaha	- Teknologi (X5) - Peningkatan Pendapatan (Y)	- Manajemen Pengelolaan Pasar (X1) - Diversifikasi Produk (X2) - Revitalisasi pasar (X3) - Kemampuan Kerja (X4) - Kualitas Pelayanan (Z)
2.	Agustina, I.A., & Wijaya, I.B.A., (2020)	Revitalisasi Kuningan Mojokerto: Diversifikasi Produk Melalui Transformasi Lokalitas Menuju Modernitas.	- Revitalisasi pasar (X1) - Diversifikasi Produk (X2) - Transformasi Lokalitas (Z) - Modernitas (Y)	- Revitalisasi pasar (X1) - Diversifikasi Produk (X2)	- Manajemen Pengelolaan Pasar (X1) - Kemampuan Kerja (X4) - Kualitas Pelayanan (Z) - Peningkatan Pendapatan (Y) - Metode kuantitatif PLS SEM - Lokasi terletak di Pasar Tradisional Lembung Lor.

Lanjutan Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
3.	Dian, P., et al. (2020)	Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Minat Beli Pada Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas Pelayanan (X1)</li> <li>- Harga (X2)</li> <li>- Keputusan Minat Beli (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas Pelayanan (X1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manajemen Pengelolaan Pasar (X1)</li> <li>- Diversifikasi Produk (X2)</li> <li>- Revitalisasi pasar (X3)</li> <li>- Kemampuan Kerja (X4)</li> <li>- Peningkatan Pendapatan (Y)</li> <li>- Metode kuantitatif PLS SEM</li> <li>- Lokasi terletak di Pasar Tradisional Lembung Lor</li> </ul>
4	Manik, W. C. O, et al. (2020)	Hubungan Pengetahuan, Sikap dan Dukungan Pengelolaan Terhadap Kesiapsiagaan Pedagang Dalam Upaya Pencegahan Kebakaran di Pasar Semawis Kota Semarang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengetahuan Sikap (X1)</li> <li>- Sikap (X2)</li> <li>- Pengelolaan (X3)</li> <li>- Kesiapsiagaan (Z)</li> <li>- Pencegahan Kebakaran Pasar (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengetahuan Sikap (X1)</li> <li>- Pengelolaan (X3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversifikasi Produk (X2)</li> <li>- Revitalisasi pasar (X3)</li> <li>- Kemampuan Kerja (X4)</li> <li>- Peningkatan Pendapatan (Y)</li> <li>- Metode kuantitatif PLS SEM</li> <li>- Lokasi terletak di Pasar Tradisional Lembung Lor</li> </ul>

Lanjutan Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
5.	Setyowati, D. (2021)	Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Sesudah Program Revitalisasi Pasar Rakyat Simongan di Kota Semarang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peningkatan pendapatan (X)</li> <li>- Revitalisasi Pasar (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peningkatan pendapatan (X)</li> <li>- Revitalisasi Pasar (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manajemen Pengelolaan Pasar (X1)</li> <li>- Diversifikasi Produk (X2)</li> <li>- Kemampuan Kerja (X4)</li> <li>- Kualitas Pelayanan (Z)</li> <li>- Metode kuantitatif PLS SEM</li> <li>- Lokasi terletak di Pasar Tradisional Lembang Lor.</li> </ul>
6.	Efendy, S.A., & Suarnayasa, I N., (2021)	Pengaruh Kemampuan Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Kepuasan Daerah (PD) Pasar Kabupaten Buleleng.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan Kerja (X1)</li> <li>- Kepuasan Kerja (X2)</li> <li>- Kinerja Karyawan (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan Kerja (X1)</li> <li>- Kinerja Karyawan (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manajemen Pengelolaan Pasar (X1)</li> <li>- Diversifikasi Produk (X2)</li> <li>- Revitalisasi pasar (X3)</li> <li>- Peningkatan Pendapatan (Y)</li> <li>- Metode kuantitatif PLS SEM</li> <li>- Lokasi terletak di Pasar Tradisional Lembang Lor.</li> </ul>

Lanjutan Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
7.	Fauzani, E. (2021)	Strategi Pemasaran dan Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Buah Nanas (Studi Kasus Pada Potensi UMKM di Desa Tangkit Baru Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategi Pemasaran (X1)</li> <li>- Diversifikasi Produk (X2)</li> <li>- Volume Penjualan (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversifikasi Produk (X2)</li> <li>- Volume Penjualan (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manajemen Pengelolaan Pasar (X1)</li> <li>- Diversifikasi Produk (X2)</li> <li>- Revitalisasi pasar (X3)</li> <li>- Kemampuan Kerja (X4)</li> <li>- Kualitas Pelayanan (Z)</li> <li>- Metode kuantitatif PLS SEM</li> <li>- Lokasi terletak di Pasar Tradisional Lumbang Lor.</li> </ul>
8.	Lesmana, M., et al. (2021)	Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar Induk Tradisional Giwangan Oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar (Variabel Tunggal)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar (Variabel Tunggal)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversifikasi Produk (X2)</li> <li>- Revitalisasi pasar (X3)</li> <li>- Kemampuan Kerja (X4)</li> <li>- Kualitas Pelayanan (Z)</li> <li>- Peningkatan Pendapatan (Y)</li> <li>- Metode kuantitatif PLS SEM</li> <li>- Lokasi terletak di Pasar Tradisional Lumbang Lor.</li> </ul>

Lanjutan Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
9.	Meirawati, E., et al. (2021)	Pengaruh Pembangunan Plaza Aldiron Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Tradisional di Eks Pasar Cinde Kota Palembang.	- Pembangunan (X) - Pendapatan Pedagang (Y)	- Pembangunan (X) - Pendapatan Pedagang (Y)	- Manajemen Pengelolaan Pasar (X1) - Diversifikasi Produk (X2) - Kemampuan Kerja (X4) - Kualitas Pelayanan (Z) - Metode kuantitatif PLS SEM - Lokasi terletak di Pasar Tradisional Lembung Lor.
10	Parta, I W. G. I., & Mahayasa, I G. A. M (2021)	Pengaruh Keterampilan Kerja, Team Work dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pada Art Shop Cahaya Silver di Celuk, Gianyar.	- Keterampilan Kerja (X1) - <i>Team Work</i> (X2) - Motivasi (X3) - Kinerja Karyawan (Y)	- Keterampilan Kerja (X1)	- Manajemen Pengelolaan Pasar (X1) - Diversifikasi Produk (X2) - Revitalisasi pasar (X3) - Kualitas Pelayanan (Z) - Peningkatan Pendapatan (Y) - Metode kuantitatif PLS SEM - Lokasi terletak di Pasar Tradisional Lembung Lor.

Lanjutan Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
11	Soehardi, S. (2021)	Model Peningkatan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Kopi Golda	- Kualitas Produk (X1) - Kualitas Pelayanan (X2) - Loyalitas (X3) - Peningkatan Volume Penjualan (Y)	- Kualitas Produk (X1) - Kualitas Pelayanan (X2) - Peningkatan Volume Penjualan (Y)	- Manajemen Pengelolaan Pasar (X1) - Revitalisasi pasar (X3) - Kemampuan Kerja (X4) - Metode kuantitatif PLS SEM - Lokasi terletak di Pasar Tradisional Lembang Lor.

Sumber: Data primer diolah (2022)

## 2.2 Landasan Teori

Kajian teori dalam sebuah penelitian dikatakan bagian dalam proses sintesa serta analisa rancangan yang signifikan dengan variabel yang ada. Sebuah konsep, definisi, proposisi yang digunakan dalam proses analisa suatu kejadian dengan sistematis dengan cara menghubungkan variabel yang sedang dipelajari merupakan definisi dari teori. Tujuan dari teori sendiri adalah guna memberikan penjelasan serta memprediksi kesimpulan dari permasalahan yang sedang diteliti. (Surahman et al., 2020:56).

### 2.2.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Nurjaman, K., et al. (2020:74) Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) bukan hanya mengacu pada strategi manajemen penelitian serta kaitannya dengan MSDM, melainkan pada

pengaplikasian strategi karyawan, atau mengangkat MSDM ke strategi manajemen, yang mendukung guna mengoptimalkan kinerja juga.

MSDM mempunyai karakteristik diantaranya:

1. Bentuk MSDM terdiri dari berbagai komponen MSDM, yaitu praktik, adalah sebuah subsistem dari sistem manajemen.
2. Karyawan dikatakan menjadi alasan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan; atau dapat dinyatakan bahwa, karyawan merupakan sumber daya yang strategik.
3. Pandangan secara analitis, menyatakan seluruh pernyataan di atas menandakan bahwa subsistem merupakan komponen dari sistem makro atau organisasi secara luas.
4. Seluruh pernyataan di atas, berkonsentrasi pada kecocokan antara MSDM dan strategi manajemen. Para pendukung cara berpikir ini mempercayai, jika penerapan MSDM yang sangat baik akan bervariasi dengan strategi manajemen. Mereka memprioritaskan agar strategi dan sistem MSDM cocok.
5. Konsentrasi pada akibat yang mempengaruhi kinerja organisasi.  
(Armstrong, 2006) dalam (Nurjaman, K., et al. 2020:74).

### **2.2.2 Pengertian Manajemen Pengelolaan Pasar**

Menurut Azizah, L. N. (2019), manajemen pengelolaan merupakan suatu hal yang diperankan oleh seorang manajer. Dimana dalam manajemen terdapat beberapa kegiatan mengkoordinasi dan mengawasi kepada profesi yang dilakukan. Dengan adanya hal itu, pekerjaan mampu terselesaikan dengan efektif dan efisien. Dalam

manajemen pengelolaan, pasar terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

Sehingga, didapatkan Indikator dari variabel ini adalah:

1. Perencanaan pasar
2. Pengorganisasian pasar
3. Pengarahan pasar
4. Pengawasan usaha.

Sehingga dapat dinyatakan bahwa, dengan adanya manajemen pengelolaan pasar, bertujuan agar terbentuknya tempat transaksi jual beli yang bisa menjamin keberlangsungan para pedagang yang tidak ada kecurangan di dalamnya.

### **2.2.3 Pengertian Diversifikasi Produk**

Menurut Tjiptono (2008) dalam Agustina, I.A & Wijaya, I.B.A, (2020:26), mendefinisikan diversifikasi produk sebagai suatu usaha dengan tujuan untuk mengembangkan produk atau pasar baru, guna mencapai progres dan peningkatan penjualan.

Menurut Armstrong (2001) dalam Agustina, I.A & Wijaya, I.B.A, (2020:26) Strategi diversifikasi produk memiliki beberapa tahapan, diantaranya: 1) Adanya gagasan dan penciptaan, 2) Menyaring gagasan, 3) Ide menarik serta bisa diterapkan, 4) Peningkatan dan pengujian konsep, 5) Peningkatan strategi pemasaran, 6) Analisis bisnis.

Menurut Anggraeni (2014:24) dalam Budi A.D.S & Suryana, H. P. (2020:38) menjelaskan bahwa diversifikasi produk merupakan komponen dari strategi pengembangan produk atau akomodasi yang dihadirkan oleh suatu perusahaan yang meliputi jumlah, warna, merek dan ukuran.

Sehingga, didapatkan Indikator dari variabel, diantaranya:

1. Jumlah
2. Warna
3. Merek
4. Ukuran

#### **2.2.4 Pengertian Revitalisasi Pasar**

Menurut Santana dan Djinar (2015) dalam penelitian Yuliyani, N., & Khoirudin, R. (2021:148), berpendapat bahwa revitalisasi pasar disusun sebagai upaya pengembangan produk terbaik dari UKM serta meningkatkan persaingan pasar, sehingga dapat bersaing dengan produk yang dijual pada pasar modern.

Program revitalisasi pasar bertujuan untuk mewujudkan perekonomian masyarakat, dengan terjadinya peningkatan pendapatan para pedagang dan beberapa perilaku ekonomi yang ada. (Nayoan, T., et al. 2021: 30).

Menurut Danisworo dalam Cahyaningsih, N., & Ekowati, D. (2020:28) berpendapat bahwa revitalisasi adalah suatu daya yang digarap guna menyisingkan kembali suatu wilayah yang tempo hari

berfungsi, tapi sekarang kondisinya buruk atau menemui kemunduran karena perkembangan zaman.

Sehingga, didapatkan Indikator dari variabel ini adalah:

1. Tata kelola pasar
2. Pendapatan pasar
3. Kondisi fisik pasar
4. Fasilitas pasar.

### **2.2.5 Pengertian Kemampuan Kerja**

Menurut Robbins (2006: 49) dalam Widodo, S., et al. (2021:191) mendefinisikan kemampuan kerja merupakan individu yang memiliki keterampilan fisik serta mental, sebab keduanya memiliki keterkaitan, dimana tentu berhubungan dengan kemampuan kerja. Menurut Darmawan et al., (2020:75) Kualitas pelayanan merupakan faktor yang melingkupi usaha dalam pemenuhan harapan konsumen yang sama dengan perinciannya.

Sedangkan menurut Rao (2000:98) dalam Widodo, S., et al. (2021:191) juga menjelaskan kemampuan kerja memiliki empat bagian, antara lain: (1) Daya teknis, memiliki kemampuan dalam ilmu khusus yang bersifat teknis hingga prosedural; (2) Daya perilaku, memiliki kemampuan hubungan sosial yang baik kepada orang-orang; (3) Daya manajerial, memiliki kemampuan *monitoring, organizing, planning, valuating* dan sebagainya; dan (4) Daya konseptual, memiliki kemampuan memahami organisasi yang baik.

Menurut Ardian, N. (2019:125) kemampuan kerja merupakan kecakapan, ilmu dan paham akan kapasitas teknis pekerjaan yang telah diberikan. Menurut Robbin (2007:57) dalam literatur jurnal Ardian, N. (2019:126) menyatakan bahwa kemampuan kerja adalah kapasitas seorang pekerja dalam melaksanakan berbagai macam tugas dalam pekerjaan. Kemampuan kerja juga merupakan penilaian terkini pada apa yang dijalankan sekarang.

Sehingga, Indikator dari variabel ini adalah:

1. Kecakapan
2. Ilmu
3. Pemahaman Teknis
4. Kapasitas kerja

#### **2.2.6 Pengertian Teknologi**

Menurut Hasanah, R. L. et al. (2020) teknologi memiliki peran penting dalam perkembangan usaha, khususnya di era digitalisasi ini. Kemampuan dan pengimplementasian teknologi seperti optimasi aplikasi, alat dan sosial media.

Sehingga, Indikator dari variabel ini adalah:

1. Aplikasi
2. Alat
3. Sosial Media

Teknologi mampu membantu kelancaran aktivitas manusia, salah satunya adalah sebuah bisnis. Dengan teknologi yang optimal, dapat meringankan dan mempercepat proses pelayanan, sehingga mampu

membuat konsumen puas dan berdampak pada pendapatan pedagang itu sendiri.

### **2.2.7 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Goestch & Davis dalam Tjiptono (2012:152) dalam Dian P., et al. (2020:69) berpendapat bahwa kualitas pelayanan pasar dalam setiap usaha akan diuji. Bila pelayanan memburuk, tidak mampu memberikan jawaban dari pertanyaan yang sederhana, atau adanya interaksi dan afiliasi yang baik dengan konsumen.

Kualitas pelayanan berfokus guna memenuhi keperluan, keinginan konsumen dan ketetapan penyampaian, guna mencapai keseimbangan harapan para konsumen. (Dian P., et al. 2020:69).

Menurut Suryantoro, B., & Yan K. (2020:227) Kualitas pelayanan dikatakan upaya guna mencapai seluruh aspek yang berhubungan dengan produksi, manusia, proses, lingkungan, serta apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan pelanggan berdasarkan barang atau jasa agar mampu mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan masyarakat serta pelanggan.

Sehingga, didapatkan Indikator dari variabel ini adalah:

1. Produksi
2. Manusia
3. Proses
4. Lingkungan
5. Kebutuhan

### 2.2.8 Pengertian Peningkatan Pendapatan.

Menurut Sihaloho, (2013:4) dalam Haqiqi, F., et al. (2020:) peningkatan pendapatan dalam dunia perniagaan adalah hal yang sangat penting, sebab seseorang dalam usahanya tentu berusaha untuk tahu nilai dan jumlah pendapatan yang didapat dalam usahanya yang sedang berjalan.

Pernyataan tersebut, menampakkan bahwa peningkatan pendapatan merupakan bertambahnya aset pada suatu perusahaan sehingga dapat menjamin keberlangsungan dari perusahaan itu sendiri.

Menurut Hadi & Hastuti (2015:496) dalam Oktavia, A. (2019:10), pendapatan merupakan meningkatnya perolehan perusahaan maupun menurunnya beberapa kewajiban saat periode akuntansi, fokus terletak pada aktiva operasi. Pendapatan juga diartikan sebagai pendapatan berasal dari perusahaan (penjualan, penghasilan, jasa (*fees*), bunga, deviden, royalti dan sewa. Sehingga peningkatan pendapatan dapat diartikan sebagai peningkatan aktiva perusahaan pada suatu periode akuntansi yang meliputi penjualan, penghasilan, jasa bunga, deviden, royalti dan sewa.

Sehingga, didapatkan Indikator dari variabel ini adalah:

1. Penghasilan
2. Jasa
3. Bunga
4. Sewa

### **2.2.9 Hubungan antara manajemen pengelolaan pasar, diversifikasi produk, revitalisasi pasar, kemampuan kerja dan teknologi dimediasi kualitas pelayanan terhadap peningkatan pendapatan.**

Manajemen pengelolaan pasar merupakan suatu proses merancang, mengorganisasi, menata, serta memantau pada pasar baik itu ditujukan untuk para pedagang maupun para pembeli guna merealisasikan tujuan pasar yang telah ditetapkan. Dengan adanya manajemen pengelolaan pasar akan meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap pasar sehingga dapat membuat konsumen melakukan pembelian ulang.

Diversifikasi produk merupakan sebuah strategi dari suatu perusahaan, baik itu dari sisi pemasaran ataupun keuangan. Di dunia pasar diversifikasi produk adalah menciptakan produk-produk yang beraneka ragam, baik mengembangkan produk baru ataupun produk yang sudah ada. Dengan beragamnya produk yang ada dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga berpengaruh pada pendapatan para pedagang.

Revitalisasi pasar merupakan suatu strategi atau proses menciptakan pasar yang bertujuan untuk menghidupkan kembali kondisi pada pasar yang sebelumnya terpedaya, sehingga menghidupkan kembali fungsi dari pasar tradisional yang semakin terpuruk akan adanya pasar modern. Sehingga membuat konsumen betah dan sering melakukan pembelian karena nyaman dan bersih.

Kemampuan kerja merupakan suatu kondisi yang dimiliki seorang pekerja dengan benar-benar berkemampuan dan berhasil mengerjakan pekerjaan sesuai dengan pekerjaan yang sudah ditentukan sejak awal, yang

hal tersebut bisa dilihat dari potensi dan kecerdasan bersifat kemampuan integrasi, sehingga terciptanya keserasian fungsi.

Teknologi mampu membantu kelancaran aktivitas manusia, salah satunya adalah sebuah bisnis. Dengan teknologi yang optimal, dapat meringankan dan mempercepat proses pelayanan, sehingga mampu membuat konsumen puas dan berdampak pada peningkatan pendapatan pedagang.

Kualitas pelayanan merupakan totalitas suatu pelayanan yang akan diterima oleh seorang pembeli, yang hal tersebut harus sesuai dengan standar pelayanan yang ada. Dimana kualitas pelayanan merupakan hal yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan guna memuaskan kebutuhan dari pembeli.

Bila manajemen pengelolaan pasar, diversifikasi produk, revitalisasi pasar, kemampuan kerja dan teknologi telah terpenuhi baik oleh pasar maupun pedagang, maka dapat terciptanya kualitas pelayanan yang baik dengan adanya hal itu dapat berpengaruh pada peningkatan penjualan para pedagang pasar.

Peningkatan pendapatan merupakan kemampuan yang timbul dari suatu aktivitas perusahaan dengan seluruh modal yang dimiliki, dengan tujuan untuk mendapatkan laba selama periode tertentu yang diharapkan pendapatan yang didapatkan lebih baik dari yang sebelumnya.

### 2.3 Kerangka Konseptual

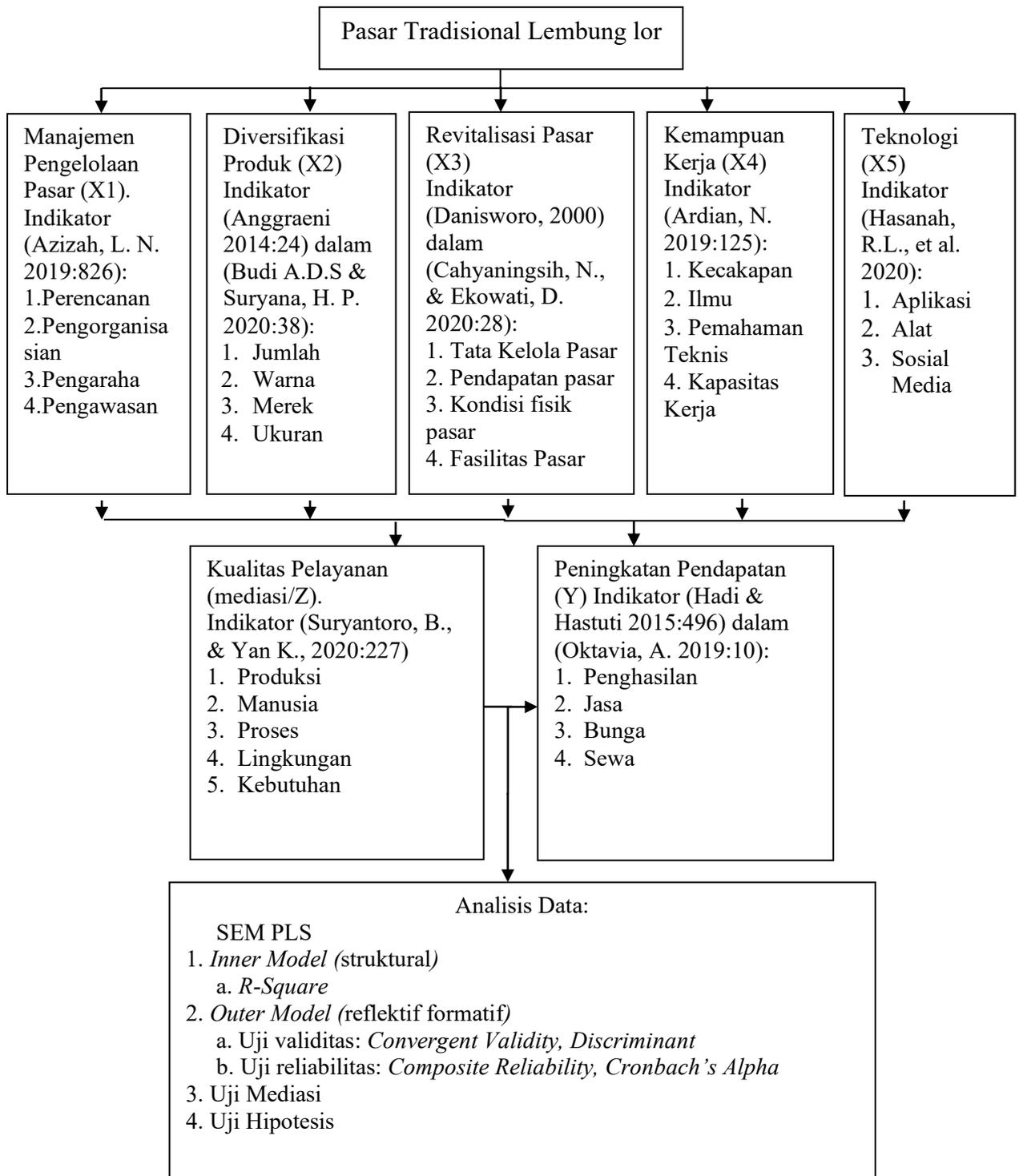
Kerangka konseptual menurut Notoatmodjo (2018:83) dalam Sianturi, W. (2020:36) merupakan suatu upaya yang digunakan dengan tujuan untuk menjabarkan hubungan atau keterkaitan antar variabel yang sedang diteliti.

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan (Y) dengan variabel mediasi Kualitas Pelayanan (Z), yaitu Manajemen Pengelolaan Pasar (X1), Diversifikasi Produk (X2), Revitalisasi Pasar (X3), Kemampuan Kerja (X4), Teknologi (X5). Dari lima faktor tersebut, akan mempengaruhi peningkatan penjualan. Pada awalnya pembeli akan memiliki beberapa pertimbangan mengenai manajemen pengelolaan di pasar, seperti tingkat keamanan pasar tersebut dengan pasar yang lain. Selain itu, terdapat beberapa hal yang bisa dipertimbangkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dengan diversifikasi produk pada setiap toko, melakukan revitalisasi pada pasar tersebut, peningkatan kinerja pada setiap pedagang yang berjualan di toko dengan memanfaatkan teknologi yang ada dirasa perlu untuk diterapkan pada setiap pasar tradisional dalam upaya efisiensi pelayanan dan mempertahankan eksistensi pasar tradisional.

Dengan adanya hal tersebut, pembeli akan merasa senang melakukan transaksi pembelian karena memiliki kualitas baik dengan pelayanan atau produk yang akan dibeli. Sehingga akan meningkatkan pendapatan yang dimediasikan dengan kualitas pelayanan. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, jadi agar dapat mempermudah pembahasan, peneliti bisa menyusun kerangka berpikir sebagai berikut.

Gambar 2.1

## Kerangka Berpikir



## 2.4 Hipotesis

Menurut Yasdianto, I., et al. (2020:103) uji hipotesis merupakan upaya untuk mendapatkan kesimpulan dari suatu penelitian. Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antar variabel baik secara parsial maupun simultan.

Dalam kaitannya dengan manajemen pengelolaan, diversifikasi produk, revitalisasi pasar, kemampuan kerja, kualitas pelayanan dan peningkatan pendapatan, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini:

1. Diduga bahwa manajemen pengelolaan pasar berpengaruh positif secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).
2. Diduga bahwa diversifikasi produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).
3. Diduga bahwa revitalisasi pasar berpengaruh positif secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).
4. Diduga bahwa kemampuan kerja berpengaruh positif secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).

5. Diduga bahwa teknologi berpengaruh positif secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) -*Partial Least Square* (PLS).
6. Diduga bahwa manajemen pengelolaan pasar berpengaruh positif secara signifikan terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) -*Partial Least Square* (PLS).
7. Diduga bahwa diversifikasi produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) -*Partial Least Square* (PLS).
8. Diduga bahwa revitalisasi pasar berpengaruh positif secara signifikan terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) -*Partial Least Square* (PLS).
9. Diduga bahwa kemampuan kerja berpengaruh positif secara signifikan terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) -*Partial Least Square* (PLS).
10. Diduga bahwa teknologi berpengaruh positif secara signifikan terhadap kualitas pelayanan pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) -*Partial Least Square* (PLS).

11. Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap digitalisasi pasar tradisional Lembung Lor dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling (SEM) -Partial Least Square (PLS)*.