

JAMA | JURNAL MANAJEMEN EKONOMI DAN BISNIS

Forum Operator Perguruan Tinggi Islam (FORPTI)

Volume 3 Nomor 1, Mei 2026

DOI:

Pengaruh Dimensi Modal Usaha dan Tingkat Harga terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung

¹Salsabilla Aprilia Koswara, ²Vanisa Camila, ³Deni Kamaludin Yusup, ⁴Nurhayati^{1,2,3}UIN Sunan Gunung Djati Bandung, ⁴STIT At-Taqwa Ciparay Bandung^{1,2,3}Jalan A H Nasution Kab.Bandung, Jawa Barat, Indonesia⁴Jl.Raya Laswi, Desa Bumiwangi, Kec.Ciparay Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia¹salsabillaparillia@gmail.com, ²vanisacamila@gmail.com, ³dkyusup@uinsgd.ac.id⁴nur.nurhayati1972@gmail.com

ABSTRAK

Kesejahteraan sosial dalam perspektif ekonomi Islam hanya dapat terwujud apabila aktivitas ekonomi berjalan secara adil, tidak eksploitatif, serta selaras dengan tujuan syariah (*al-maqasid al-syariah*), khususnya dalam menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Pada level mikro, seperti ekosistem kantin kampus, pengelolaan modal usaha dan penetapan harga yang adil bagi penjual dan terjangkau bagi mahasiswa menjadi instrumen penting untuk mencegah ketimpangan dan memastikan distribusi manfaat ekonomi yang lebih merata. Prinsip keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan harus tercermin dalam akses permodalan pedagang, struktur harga, serta perlindungan terhadap keberlanjutan usaha kecil di lingkungan perguruan tinggi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh dimensi modal usaha dan tingkat harga terhadap tingkat pendapatan pedagang kantin di UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai salah satu bentuk implementasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam praktik nyata. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei kuesioner kepada pedagang kantin dan analisis regresi linier untuk menguji pengaruh parsial maupun simultan modal usaha dan tingkat harga terhadap pendapatan pedagang. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi penguatan kebijakan dan program pemberdayaan pedagang kantin yang lebih berkeadilan, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan, serta mendukung terwujudnya kesejahteraan sosial berbasis prinsip syariah di lingkungan kampus. **Kata Kunci:** Modal Usaha, Tingkat Harga, Pendapatan Pedagang, Ekonomi Islam, Kesejahteraan Sosial.

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 3, Nomor 1, Mei 2026

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

ABSTRACT

Social welfare in the perspective of Islamic economics can only be realized if economic activities operate justly, non-exploitatively, and in harmony with the objectives of the Sharia (al-maqāṣid al-syariah), particularly in preserving religion, life, intellect, lineage, and wealth. At the micro level, such as the campus canteen ecosystem, the management of business capital and the determination of prices that are fair for sellers and affordable for students become important instruments to prevent inequality and ensure a more equitable distribution of economic benefits. The principles of justice, balance, and public interest (maṣlaḥah) must be reflected in traders' access to capital, price structures, and the protection of the sustainability of small businesses within higher education institutions. This study aims to analyze the influence of business capital dimensions and price levels on the income level of canteen traders at UIN Sunan Gunung Djati Bandung as a form of implementing Islamic economic values in real practice. The research employs a quantitative approach using questionnaire surveys administered to canteen traders and linear regression analysis to examine the partial and simultaneous effects of business capital and price levels on traders' income. The findings of this study are expected to contribute to strengthening policies and empowerment programs for canteen traders that are more just, transparent, and oriented toward public interest, as well as to support the realization of Sharia-based social welfare in the campus environment.

Keywords: Business Capital, Price Level, Traders' Income, Islamic Economics, Social Welfare.

I. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi dalam perspektif Islam tidak hanya mengejar pertumbuhan makro, tetapi harus diarahkan pada terwujudnya kesejahteraan sosial yang selaras dengan tujuan syariah (*al-maqāṣid al-syariah*), yaitu penjagaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Chapra, 2000). Ekonomi Islam menegaskan bahwa kebijakan dan praktik ekonomi yang adil, tidak eksploitatif, dan berpihak pada kelompok lemah merupakan prasyarat tercapainya kemaslahatan (*maṣlaḥah*) bagi seluruh lapisan masyarakat (Isnaini, 2022). Dalam kerangka ini, aktivitas ekonomi pada level mikro termasuk usaha kecil di lingkungan kampus perlu dikelola sedemikian rupa agar tidak hanya menguntungkan pelaku usaha, tetapi juga melindungi hak dan daya beli konsumen.

Pada tataran kebijakan, berbagai program pemberdayaan UMKM dan pengentasan kemiskinan telah dicanangkan pemerintah, antara lain melalui penguatan sektor riil, keuangan inklusif, dan pengembangan keuangan mikro syariah. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa keuangan mikro syariah berpotensi meningkatkan pendapatan kelompok berpenghasilan rendah sepanjang dikelola secara berkeadilan dan sesuai *Maqāṣid al-Syarī'ah* (Thaidi & others, 2022). Namun pada level implementasi, banyak pelaku usaha kecil termasuk pedagang di kantin kampus masih menghadapi kendala klasik berupa keterbatasan modal, sulitnya akses ke lembaga keuangan formal, serta ketidakseimbangan posisi tawar dalam ekosistem ekonomi lokal (Beck & Demircuc-Kunt, 2006).

Secara mikroekonomi, modal (capital) merupakan salah satu faktor produksi utama yang menentukan kapasitas output dan pendapatan pelaku usaha. Dalam fungsi produksi sederhana, peningkatan modal cenderung meningkatkan *output* dan pendapatan, dengan asumsi faktor

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 3, Nomor 1, Mei 2026

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

lain relatif konstan (Sukirno, 2011). Di sisi lain, teori permintaan menjelaskan bahwa harga memiliki hubungan negatif dengan jumlah barang yang diminta. Semakin tinggi harga, *ceteris paribus*, semakin rendah jumlah yang diminta (Kotler & Lane Keller, 2016). Karena itu, keseimbangan antara penetapan harga yang mampu menutup biaya dan memberikan laba wajar bagi penjual dengan keterjangkauan harga bagi konsumen menjadi kunci keberlanjutan usaha.

Berbagai penelitian empiris di Indonesia menguatkan hubungan tersebut. Modal kerja terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM dan pedagang kecil di berbagai sektor, karena modal yang lebih besar memungkinkan penambahan stok, perbaikan fasilitas, dan peningkatan kapasitas produksi (Kasmir, 2018; Saputri, 2019). Penelitian lain menemukan bahwa modal usaha dan harga jual, bersama dengan faktor-faktor seperti lokasi dan lama usaha, memengaruhi pendapatan pedagang baik secara parsial maupun simultan (Maulania, 2020; Nugroho, 2020). Di sisi lain, keterbatasan modal dan strategi harga yang kurang tepat dapat membuat usaha sulit berkembang dan pendapatan tidak optimal (Riyanto, 2010) (Luthfiyah, 2023).

Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada UMKM di pasar tradisional, toko kelontong, atau usaha mikro di wilayah tertentu, serta jarang mengaitkannya secara eksplisit dengan kerangka ekonomi Islam dan *Maqāṣid al-Syarī'ah*. Variabel modal dan harga dalam banyak studi juga umumnya diukur secara sederhana misalnya hanya besaran modal awal atau tingkat harga jual belum diurai ke dalam dimensi yang lebih rinci seperti struktur permodalan (modal sendiri dan pinjaman), pemanfaatan modal tambahan, hambatan akses modal, keterjangkauan harga, persepsi kualitas dan manfaat, serta daya saing harga (Gitman & Zutter, 2015; Tjiptono, 2019).

Dalam konteks UIN Sunan Gunung Djati Bandung, kantin kampus merupakan bagian penting dari ekosistem ekonomi kampus sekaligus sumber mata pencaharian bagi banyak keluarga. Namun, dinamika usaha di kantin terkait akses modal, cara memanfaatkan modal tambahan, strategi penetapan harga, hingga dampaknya terhadap pendapatan dan kesejahteraan keluarga pedagang belum banyak dikaji secara ilmiah, terutama dalam bingkai ekonomi Islam. Padahal, sebagai perguruan tinggi Islam, kampus memiliki potensi sebagai laboratorium sosial (*living laboratory*) untuk penerapan nilai-nilai ekonomi Islam seperti keadilan, keseimbangan, dan perlindungan terhadap kelompok ekonomi lemah (Osman, 2022; Suliswanto, 2020).

Dari sisi teori ekonomi Islam, perlindungan terhadap harta (*ḥifz al-māl*), pencegahan kesenjangan yang berlebihan, serta distribusi pendapatan yang lebih merata merupakan bagian integral dari tujuan pembangunan (Chapra, 2000). Integrasi *Maqāṣid al-Syarī'ah* dengan praktik ekonomi di tingkat mikro diharapkan mampu menghadirkan model pemberdayaan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada keadilan distribusi dan penguatan ketahanan ekonomi keluarga.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat dua gap utama yang hendak diisi oleh penelitian ini. Pertama, secara empiris, penelitian ini mengkaji pengaruh dimensi modal usaha (struktur permodalan, pemanfaatan modal tambahan, hambatan akses modal, dan perubahan keadaan usaha) dan tingkat harga (keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas dan manfaat, serta daya saing harga) secara simultan terhadap tingkat pendapatan pedagang kantin di lingkungan perguruan tinggi Islam, yang selama ini relatif jarang menjadi fokus studi. Kedua, secara konseptual, penelitian ini menempatkan analisis modal, harga, dan pendapatan dalam bingkai ekonomi Islam dan *al-maqasid al-syariah*, sehingga diharapkan dapat memberikan perspektif baru mengenai bagaimana pengelolaan modal dan kebijakan harga di level mikro dapat berkontribusi pada terwujudnya kesejahteraan sosial yang berkeadilan.

Dengan demikian, tulisan ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh dimensi modal usaha dan tingkat harga terhadap tingkat pendapatan pedagang kantin di UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perspektif ekonomi Islam. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur mengenai implementasi nilai-nilai *al-maqasid al-syariah* dalam penguatan ekonomi mikro di lingkungan perguruan tinggi Islam. Secara praktis, temuan penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengambil kebijakan kampus dan pihak terkait dalam merancang program pemberdayaan pedagang kantin yang lebih berkeadilan, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan serta kesejahteraan sosial.

II. KERANGKA TEORI

A. Modal Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional

Dalam literatur keuangan konvensional, modal usaha dipahami sebagai seluruh dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional dan investasi usaha, mulai dari pembelian bahan baku, peralatan, pembayaran upah, hingga biaya pemasaran (Riyanto, 2010; Kasmir, 2018). Modal berperan sebagai salah satu faktor produksi utama yang menentukan kapasitas *output*, skala usaha, dan kemampuan pelaku usaha untuk merespons perubahan permintaan pasar. Secara umum modal usaha dapat dibedakan menjadi **modal sendiri** (*equity*) yang berasal dari pemilik usaha, keluarga, atau laba ditahan, dan **modal pinjaman** (*debt*) yang berasal dari lembaga keuangan, pemasok, maupun pihak lain di luar pemilik (Weston & Brigham, 2012).

Teori struktur modal menjelaskan bahwa kombinasi antara modal sendiri dan modal pinjaman akan memengaruhi risiko finansial dan biaya modal yang ditanggung perusahaan. Penggunaan pinjaman dalam proporsi tertentu dapat menjadi *leverage* yang meningkatkan pengembalian bagi pemilik modal, tetapi pada saat yang sama menambah kewajiban pembayaran bunga dan cicilan yang berpotensi menekan likuiditas apabila tidak dikelola dengan baik (Gitman & Zutter, 2015). Bagi usaha kecil seperti pedagang kantin, struktur permodalan yang terlalu bergantung pada pinjaman berisiko menimbulkan tekanan arus kas, sedangkan mengandalkan modal sendiri semata sering kali membuat skala usaha sulit

berkembang. Di sisi lain, berbagai studi menunjukkan bahwa keterbatasan akses terhadap pembiayaan formal masih menjadi hambatan utama bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas usaha dan pendapatan (Beck & Demirgüç-Kunt, 2006).

Dalam perspektif ekonomi Islam, modal (*māl*) dipandang sebagai amanah Allah yang harus dikelola secara produktif, adil, dan sesuai dengan prinsip syariah. Pengelolaan modal wajib dijauhkan dari praktik *riba*, *gharar* (ketidakjelasan yang merugikan), dan *maysir* (spekulasi/judi), serta diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan bagi pemilik, pekerja, dan masyarakat luas (Chapra, 2000). Hal ini berkaitan erat dengan tujuan syariah (*al-maqāṣid al-syariah*), khususnya penjagaan harta (*ḥifẓ al-māl*) dan perlindungan terhadap kelompok lemah agar tidak terjerat praktik keuangan yang eksploitatif (Osman, 2022). Dalam kerangka ini, akses modal yang adil dan terjangkau bagi pelaku usaha kecil menjadi bagian dari upaya mewujudkan keadilan distribusi dan mengurangi kerentanan ekonomi rumah tangga.

Ekonomi Islam menawarkan berbagai skema pembiayaan yang lebih etis bagi pelaku usaha kecil, seperti *mudhārabah* (bagi hasil antara pemilik modal dan pengelola), *musyārakah* (kemitraan modal), *murābahah* (jual beli dengan margin yang disepakati), dan *qardh al-ḥasan* (pinjaman kebajikan tanpa imbalan komersial) (Antonio, 2001). Melalui instrumen-instrumen ini, modal tidak semata menjadi alat mencari keuntungan, tetapi juga sarana pemberdayaan ekonomi yang berorientasi pada kemaslahatan dan kesejahteraan sosial. Kajian tentang keuangan mikro syariah juga menunjukkan bahwa pembiayaan berbasis prinsip syariah berpotensi meningkatkan pendapatan kelompok berpenghasilan rendah dan memperkuat ketahanan ekonomi mereka apabila didukung desain kelembagaan yang baik (Thaidi et al., 2022).

Dalam penelitian ini, konsep modal usaha dioperasionalkan ke dalam beberapa **dimensi** yang lebih spesifik agar dapat diukur secara empiris pada pedagang kantin, yaitu:

1. **Struktur permodalan**, yang mencerminkan perbandingan antara modal sendiri dan modal pinjaman yang digunakan pedagang;
2. **Pemanfaatan modal tambahan**, yang menggambarkan sejauh mana tambahan modal benar-benar dialokasikan untuk aktivitas produktif seperti penambahan stok, perbaikan fasilitas, dan pengadaan peralatan;
3. **Hambatan akses modal eksternal**, yang mencakup kesulitan memenuhi syarat agunan, kerumitan prosedur, dan keterbatasan literasi keuangan; serta
4. **Keadaan usaha setelah penambahan modal**, yang tercermin dari perubahan omzet dan laba usaha. Secara teoritis, semakin sehat struktur permodalan, semakin produktif pemanfaatan modal tambahan, semakin rendah hambatan akses modal, dan semakin baik perubahan kinerja usaha setelah penambahan modal, maka semakin besar pula potensi peningkatan pendapatan pedagang kantin dalam perspektif ekonomi Islam maupun ekonomi konvensional.

B. Tingkat Harga dan Konsep Harga Adil

Dalam teori pemasaran, harga didefinisikan sebagai sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa, sekaligus merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) yang secara langsung menghasilkan pendapatan bagi penjual (Kotler & Keller, 2016). Dari sudut pandang mikro ekonomi, harga adalah variabel utama yang memengaruhi jumlah barang yang diminta; hukum permintaan menyatakan bahwa ketika harga naik, jumlah yang diminta cenderung turun, *ceteris paribus*, dan sebaliknya (Sukirno, 2011). Karena itu, keputusan penetapan harga menjadi sangat krusial bagi pelaku usaha kecil, termasuk pedagang kantin, untuk menjaga keseimbangan antara daya tarik bagi konsumen dan kelayakan laba yang diperoleh.

Harga juga berkaitan erat dengan persepsi konsumen terhadap nilai (*perceived value*). Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa konsumen menilai kewajaran harga dengan membandingkan antara manfaat yang diterima misalnya rasa, porsi, kenyang, kenyamanan, dan kemudahan akses dengan pengorbanan yang dikeluarkan dalam bentuk uang, waktu, dan tenaga. Apabila manfaat yang dirasakan sama atau lebih tinggi dari harga yang dibayar, konsumen akan menilai harga tersebut wajar (*fair*) dan cenderung melakukan pembelian ulang. Sebaliknya, apabila konsumen merasa dirugikan karena harga tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat, mereka akan mengurangi frekuensi pembelian atau berpindah ke penjual lain.

Dalam perspektif ekonomi Islam, penetapan harga tidak hanya dipandang dari sisi mekanisme pasar, tetapi juga dari sisi etika dan keadilan. Islam melarang praktik penetapan harga yang mengandung unsur penipuan (*gharar*), kecurangan (*tadlis*), penimbunan (*ihtikār*), dan eksploitasi terhadap kelemahan pihak lain (Chapra, 2000; Isnaini, 2022). Konsep harga adil menuntut agar harga ditetapkan secara wajar, tidak merugikan penjual maupun pembeli, mempertimbangkan kondisi pasar yang sebenarnya, serta tidak memanfaatkan secara zalim posisi tawar salah satu pihak.

Dalam kerangka *Maqāṣid al-Syarī'ah*, penetapan harga yang adil berkaitan dengan upaya menjaga harta (*ḥifz al-māl*) dan jiwa (*ḥifz al-nafs*), karena harga yang terlalu tinggi atas barang kebutuhan pokok dapat mengancam kelangsungan hidup dan daya beli masyarakat berpenghasilan rendah.

Literatur ekonomi Islam klasik juga menyinggung peran pemerintah dan otoritas pasar dalam mengawasi harga. Ibn Taymiyyah, misalnya, menegaskan bahwa intervensi penetapan harga (*tas'ir*) diperbolehkan ketika terjadi praktik kecurangan, monopoli, atau penimbunan yang merusak mekanisme pasar dan merugikan masyarakat luas (dikutip dalam Antonio, 2001). Hal ini menunjukkan bahwa dalam ekonomi Islam, harga idealnya dibentuk melalui interaksi penawaran dan permintaan yang sehat, tetapi tetap berada dalam koridor keadilan dan perlindungan terhadap pihak yang lemah.

Dalam konteks kantin kampus, mahasiswa sebagai konsumen utama umumnya memiliki pendapatan yang terbatas dan sangat sensitif terhadap perubahan harga. Di sisi lain, pedagang

kantin membutuhkan margin keuntungan yang memadai untuk menutup biaya operasional dan menunjang kebutuhan keluarga. Oleh karena itu, penetapan harga di kantin kampus harus mempertimbangkan keterjangkauan bagi mahasiswa sekaligus kelayakan bagi pedagang, agar tercapai kondisi *win-win* yang sejalan dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan dalam ekonomi Islam.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini mengoperasionalkan tingkat harga (X_2) ke dalam beberapa dimensi yang dapat diukur secara empiris pada pedagang kantin, yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Dimensi ini menggambarkan sejauh mana harga yang ditetapkan pedagang kantin dapat dijangkau oleh kemampuan finansial mahasiswa. Indikator di dalamnya, misalnya persepsi pedagang bahwa “harga makanan/minuman yang dijual terjangkau oleh kantong mahasiswa” dan “tersedia variasi harga sehingga mahasiswa dengan daya beli berbeda tetap dapat membeli di kantin”. Secara teoritis, harga yang lebih terjangkau bagi konsumen sasaran akan mendorong frekuensi pembelian dan meningkatkan volume penjualan (Kotler & Keller, 2016; Sukirno, 2011).

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Dimensi ini berkaitan dengan persepsi bahwa harga yang dibayar sepadan dengan kualitas yang diterima, mencakup rasa, porsi, kebersihan, dan penyajian. Indikatornya dapat berupa pernyataan bahwa “harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas makanan/minuman” dan “keluhan mahasiswa tentang harga yang terlalu mahal relatif rendah”. Konsep ini selaras dengan teori *perceived quality* dan *fairness price* dalam pemasaran, di mana konsumen akan menilai harga adil apabila kualitas dirasakan sesuai atau lebih tinggi daripada ekspektasi mereka (Tjiptono, 2019).

3. Kesesuaian harga dengan manfaat (*value for money*)

Dimensi ini menekankan pada nilai yang dirasakan secara keseluruhan, tidak hanya rasa dan porsi, tetapi juga manfaat lain seperti kenyang, kenyamanan tempat, kedekatan lokasi dengan ruang kuliah, dan kecepatan pelayanan. Indikatornya, misalnya pernyataan bahwa “mahasiswa merasa kenyang dan puas dengan harga yang dibayar” atau “produk kantin memberikan nilai yang sepadan dengan pengorbanan yang dikeluarkan”. Dalam perspektif ekonomi Islam, nilai tambah semacam ini termasuk bagian dari kemaslahatan (*maṣlahah*) yang hendaknya dijaga (Chapra, 2000; Isnaini, 2022).

4. Daya saing harga (harga kompetitif)

Dimensi ini mengukur posisi harga pedagang kantin dibanding pesaing lain yang menjual produk sejenis di lingkungan kampus. Indikatornya dapat berupa persepsi bahwa “harga jual relatif sama atau lebih murah dibanding lapak lain” dan “penyesuaian harga dilakukan agar tidak kalah saing dengan pedagang sebelah”. Dalam struktur pasar yang menyerupai persaingan monopolistik seperti kantin kampus

di mana banyak pedagang menawarkan produk yang mirip dengan diferensiasi terbatas harga menjadi salah satu instrumen utama untuk menarik dan mempertahankan pelanggan (Sukirno, 2011).

Keempat dimensi tersebut dipandang saling melengkapi dalam menjelaskan bagaimana tingkat harga memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa dan pada akhirnya berdampak pada tingkat pendapatan pedagang kantin. Secara teoritis, harga yang terjangkau, selaras dengan kualitas dan manfaat, serta kompetitif terhadap pesaing akan meningkatkan volume penjualan dan loyalitas pelanggan, sehingga berpotensi menaikkan pendapatan pedagang. Dalam bingkai ekonomi Islam, kombinasi dimensi-dimensi tersebut juga merupakan wujud konkret dari harga yang adil (*fair price*) yang tidak hanya menguntungkan penjual, tetapi juga menjaga kemaslahatan dan kesejahteraan konsumen.

C. Pendapatan Pedagang, Kesejahteraan Sosial, dan *Maqāṣid al-Syari'ah*

Dalam perspektif ekonomi konvensional, pendapatan (*income*) didefinisikan sebagai seluruh penerimaan yang diperoleh individu atau rumah tangga dalam suatu periode tertentu sebagai balas jasa atas penggunaan faktor produksi yang dimilikinya, seperti tenaga kerja, modal, dan keahlian (Sukirno, 2011). Dalam konteks usaha dagang, pendapatan biasanya dibedakan menjadi pendapatan kotor (*omzet*), yaitu total penerimaan penjualan sebelum dikurangi biaya, dan pendapatan bersih (*laba*), yaitu selisih antara pendapatan kotor dan seluruh biaya operasional yang dikeluarkan (Kasmir, 2018). Bagi pedagang kecil, pendapatan usaha sering kali menjadi sumber utama pembiayaan kebutuhan sehari-hari, pendidikan anak, serta kewajiban sosial lainnya dalam keluarga.

Dalam ekonomi rumah tangga, pendapatan dipandang sebagai salah satu indikator penting kesejahteraan. Semakin tinggi dan stabil pendapatan yang diperoleh, semakin besar kemampuan rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, papan, pendidikan, dan kesehatan (Sukirno, 2011). Sebaliknya, pendapatan yang rendah dan tidak menentu membuat rumah tangga rentan terhadap guncangan seperti kenaikan harga, biaya pendidikan yang meningkat, atau kebutuhan mendadak lainnya. Bagi pedagang kantin, fluktuasi pendapatan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain jumlah mahasiswa yang beraktivitas di kampus, daya beli, persaingan dengan pedagang lain, serta kemampuan mereka mengelola modal dan menetapkan harga secara tepat.

Dalam perspektif ekonomi Islam, kesejahteraan tidak hanya diukur dari tingginya pendapatan material, tetapi juga dari tercapainya *falāh*, yaitu kebahagiaan dunia-akhirat yang ditandai dengan terpenuhinya kebutuhan dasar, keadilan distribusi, dan terjaganya dimensi spiritual dan moral (Chapra, 2000). Pendapatan yang halal, cukup, dan didistribusikan secara adil menjadi salah satu instrumen penting untuk mewujudkan tujuan syariah (*al-maqāṣid al-syariah*), terutama penjagaan jiwa (*ḥifẓ al-nafs*), akal (*ḥifẓ al-ʿaql*), keturunan (*ḥifẓ al-nasl*), dan harta (*ḥifẓ al-māl*) (Osman, 2022). Dengan demikian, pembahasan pendapatan dalam ekonomi

Islam tidak dapat dipisahkan dari isu sumber perolehan yang halal, cara pengelolaan, serta dampaknya terhadap kesejahteraan keluarga dan masyarakat.

Penelitian-penelitian mutakhir mengenai indeks kesejahteraan berbasis *maqāṣid* menunjukkan bahwa kesejahteraan ideal mencakup aspek pemenuhan kebutuhan dasar, akses pendidikan, jaminan kesehatan, dan keamanan ekonomi rumah tangga, bukan sekadar peningkatan pendapatan per kapita (Suliswanto, 2020). Dalam konteks pedagang kantin di kampus Islam, pendapatan yang memadai dan stabil memungkinkan mereka memenuhi kebutuhan pokok keluarga, menyekolahkan anak hingga jenjang yang lebih tinggi, serta mengurangi ketergantungan pada praktik pembiayaan yang berisiko dan tidak sesuai prinsip syariah. Dengan kata lain, peningkatan pendapatan pedagang dapat dipandang sebagai salah satu bentuk konkret pencapaian *maqāṣid* di tingkat mikro, khususnya pada penjagaan harta dan penguatan ketahanan ekonomi keluarga.

Dalam penelitian ini, tingkat pendapatan pedagang (Y) dioperasionalkan ke dalam beberapa dimensi yang mencerminkan tidak hanya besarnya, tetapi juga perannya bagi kesejahteraan rumah tangga, yaitu:

1. Pendapatan per bulan, yang menggambarkan kecukupan pendapatan untuk menutupi kebutuhan sehari-hari dan kemampuan usaha menghasilkan laba di atas modal yang dikeluarkan;
2. Pekerjaan sebagai sumber nafkah, yang menunjukkan apakah usaha kantin menjadi sumber pendapatan utama atau tambahan, serta sejauh mana usaha tersebut mampu mengangkat taraf hidup keluarga;
3. Anggaran biaya sekolah, yang mencerminkan kemampuan pedagang membiayai pendidikan anggota keluarga dari hasil berdagang; dan
4. Beban keluarga yang ditanggung, yang mengukur sejauh mana pendapatan dari usaha kantin dapat mengurangi beban ekonomi rumah tangga dan menunjang kebutuhan anggota keluarga yang menjadi tanggungan. Dimensi-dimensi ini selaras dengan pandangan ekonomi Islam yang menempatkan pemenuhan kebutuhan dasar dan penguatan keluarga sebagai salah satu indikator kesejahteraan (Chapra, 2000; Suliswanto, 2020).

Secara teoritis, keterkaitan antara modal usaha, tingkat harga, dan pendapatan pedagang dapat dipahami sebagai suatu rangkaian yang saling menguatkan. Modal usaha yang relatif memadai dan dikelola secara produktif memberi ruang bagi pedagang untuk menambah persediaan, meningkatkan kualitas produk, serta memperbaiki sarana pelayanan, sehingga kapasitas penjualan dan potensi *omzet* turut meningkat (Riyanto, 2010; Saputri, 2019). Pada saat yang sama, tingkat harga yang dirumuskan secara proporsional yakni tetap terjangkau bagi mahasiswa, tetapi masih menjamin margin keuntungan yang layak cenderung mendorong permintaan yang lebih stabil dan memperkuat loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2019). Dengan demikian, kombinasi dimensi modal usaha yang sehat dan praktik

penetapan harga yang tepat diharapkan berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan pedagang kantin. Dalam perspektif *Maqāṣid al-Syarī'ah*, peningkatan pendapatan yang diperoleh melalui mekanisme yang halal dan adil tersebut pada gilirannya berfungsi sebagai instrumen penguatan kesejahteraan sosial, sekaligus menjaga keberlangsungan harta dan martabat keluarga pedagang di lingkungan kampus.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kuesioner yang disebarkan kepada pedagang kantin di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Instrumen kuesioner yang digunakan harus diuji terlebih dahulu untuk memastikan validitas (ketepatan pengukuran konsep variabel) dan reliabilitas (konsistensi hasil pengukuran) sebelum data diolah. Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis regresi linier (sederhana dan berganda) untuk menguji pengaruh dimensi modal usaha (X1) dan tingkat harga (X2) secara parsial (Uji-T) maupun simultan (Uji-F) terhadap tingkat pendapatan pedagang (Y). Selain itu, dilakukan pula serangkaian uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi) untuk memastikan model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).

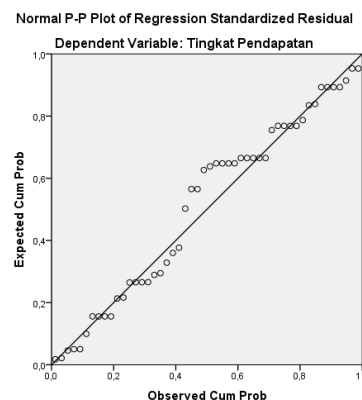
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam Model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang penulis gunakan adalah *Normal Probability Plot* dengan menggunakan aplikasi SPSS *for windows Versi 23* sebagai berikut.

Gambar 1, Uji Normalitas



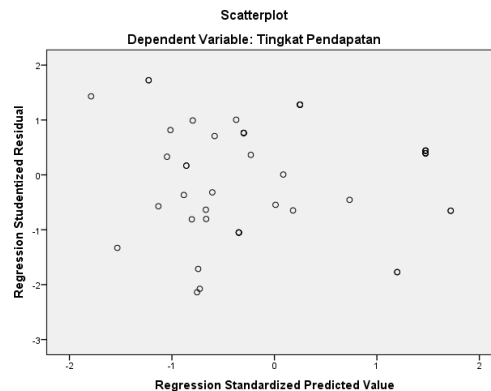
Berdasarkan hasil output uji P-Pliot pada grafik di atas, dapat dilihat bahwa sebaran titik-titik *plotting* tersebut relative mendekati garis lurus (diagonal), sehingga dapat disimpulkan data residual dalam penelitian ini **terdistribusi normal**. Untuk memperkuat

hasil ioutput di atas, dapat dilihat pada tabel uji niormalitas *Kioldmiogioriov-Smirniiov* di bawah ini

2. Heterokedastisitas

Uji Heterioskedasitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam Model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya Model regresi yang baik adalah yang hiomioskedastisitas atau yang tidak terjadi heterioskedastisitas. Berikut gambar hasil uji heterioskedastisitas dengan *scatterplot*

Gambar 2, Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan dari grafik di atas, titik-titik yang terlihat bertebaran di bawah dan di atas pada angka 0 sehingga sumbu y dan titik-titik tidak berwujud piola tertentu yang tertib. Maka, disimpulkan bahwa tidak terdapat heterioskedastisitas, H_0 diterima dan uji heterioskedastisitas terpenuhi

3. Multikolinearitas

Uji multikiolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam Model regresi ditemukan adanya kiorelasi antar variabel independen dan Model regresi yang baik seharusnya tidak ada kiorelasi antar variabel independen. Model regresi dikatakan mengalami multikiolinearitas apabila nilai *tiorance* $\leq 0,10$ dengan nilai $VIF \geq 10$. Berikut adalah hasil uji multikiolinearitas menggunakan aplikasi *Sioftware SPSS fior Windiows Versiion 23*.

Tabel 1

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Modal Usaha	,997	1,003
	Tingkat Harga	,997	1,003

a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), **Volume 3, Nomor 1, Mei 2026**

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan salah satu dari analisis uji asumsi klasik. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat masalah autokorelasi, uji yang dapat memberikan kesimpulan yang pasti tentang masalah autokorelasi yaitu dengan *run test*. Dasar pengambilan dalam *run test* yaitu jika memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat gejala autokorelasi, begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ artinya tidak terdapat gejala autokorelasi. Di bawah ini adalah hasil perhitungan uji autokorelasi dari SPSS Fio Windiowa Versiion 23.

Tabel 2
Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	,71823
Cases < Test Value	25
Cases $\geq$ Test Value	25
Total Cases	50
Number of Runs	26
Z	,000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1,000
a. Median	

B. Analisis Uji Asosiatif

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

a. Modal Usaha terhadap Tingkat Pendapatan

Analisis regresi sederhana dipakai untuk mengetahui pengaruh Modal Usaha terhadap Tingkat Pendapatan. Berikut merupakan hasil perhitungan SPSS versi 23.0.

Tabel 3
Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	12,230	,852		14,360
	Modal Usaha	,118	,060	,271	,047
a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan					

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diatas maka didapatkan persamaan regresi sederhana antara jumlah modal usaha terhadap tingkat pendapatan sebagai berikut.

$$Y = a + bx$$

$$\text{Tingkat Pendapatan} = 12,230 + 0,118 \text{ Modal Usaha}$$

Persamaan diatas menunjukkan hubungan antara modal usaha (X1) dan tingkat pendapatan (Y) memiliki arah yang positif. Nilai koefisien 0,118 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit modal usaha akan meningkatkan tingkat pendapatan sebesar 0,118 unit, meskipun pengaruhnya relatif kecil. Nilai konstanta 12,230 menggambarkan tingkat pendapatan dasar yang diperoleh ketika modal usaha bernilai nol.

b. Tingkat Harga terhadap Tingkat Pendapatan

Analisis regresi sederhana dipakai untuk mengetahui pengaruh Tingkat Harga terhadap Tingkat Pendapatan. Berikut merupakan hasil perhitungan SPSS versi 23.0.

Tabel 4

Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9,910	1,740		5,695	,000
	Tingkat Harga	,225	,100	,310	2,256	,029
a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan						

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diatas maka didapatkan persamaan regresi sederhana antara jumlah modal usaha terhadap tingkat pendapatan sebagai berikut.

$$Y = a + bx$$

$$\text{Tingkat Pendapatan} = 9,910 + 0,225 \text{ Tingkat Harga}$$

Persamaan diatas menunjukkan hubungan antara tingkat harga (X2) dan tingkat pendapatan (Y) memiliki arah yang positif. Nilai koefisien 0,225 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit tingkat harga akan meningkatkan tingkat pendapatan sebesar 0,225 unit, meskipun pengaruhnya relatif kecil. Sementara itu, nilai konstanta 9,910 menggambarkan tingkat pendapatan dasar yang diperoleh ketika tingkat harga bernilai nol.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi secara simultan bertujuan untuk mengetahui arah pengaruh variabel dependen dengan variabel independent yang lebih dari satu variabel. Dalam perhitungannya penulis menggunakan aplikasi SPSS versi 23.0 sebagai berikut.

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 3, Nomor 1, Mei 2026

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

Tabel 5
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	8,054	1,878		4,289	,000			
	Modal Usaha	,126	,057	,290	2,189	,034	,271	,304	,289
	Tingkat Harga	,237	,096	,326	2,465	,017	,310	,338	,326
a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan									

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diatas maka didapatkan persamaan regresi berganda antara jumlah modal usaha dan tingkat harga terhadap tingkat pendapatan sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\text{Tingkat Pendapatan} = 8,054 + 0,126 \text{ Modal Usaha} + 0,237 \text{ Tingkat Harga}$$

Persamaan diatas menunjukkan nilai konstanta sebesar 8,054 mengandung pengertian apabila modal usaha dan tingkat harga sama dengan nol maka nilai tingkat pendapatan bernilai positif sebesar 8,504. Selanjutnya diketahui nilai modal usaha sebesar 0,126 artinya terdapat pengaruh positif dan menunjukkan bahwa modal usaha (x_1) akan menaikkan tingkat pendapatan sebesar 0,126. Dan nilai tingkat harga sebesar 0,237 artinya terdapat pengaruh positif dan menunjukkan bahwa tingkat harga (x_2) akan diikuti dengan tingkat pendapatan sebesar 0,237. Dan pengujian hipotesis signifikansi simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas, yaitu $0,010 < 0,05$.

3. Analisis Kolerasi Berganda

Berikut adalah hasil uji kolerasi menggunakan perhitungan SPSS versi 23.0 sebagai berikut.

Tabel 5
Analisis Regresi Kolerasi Berganda

Model Summary^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,424 ^a	,180	,145	2,12400	,180	5,141	2	47	,010	2,475
a. Predictors: (Constant), Tingkat Harga, Modal Usaha										
b. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan										

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai kolerasi atau hubungan jumlah modal usaha dan tingkat harga terhadap tingkat pendapatan adalah sebesar 0,424 yang dikategorikan sedang. Artinya bahwa adanya kolerasi positif antara modal usaha dengan tingkat harga terhadap tingkat pendapatan.

4. Analisis Koefisien Determinasi

Berikut adalah perhitungan analisis koefisien determinasi dengan menggunakan perhitungan SPSS versi 23.0 sebagai berikut.

Tabel 6
Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,424 ^a	,180	,145	2,12400	,180	5,141	2	47	,010	2,475
a. Predictors: (Constant), Tingkat Harga, Modal Usaha										
b. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan										

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,180 atau 18%. Ini berarti modal usaha dan tingkat harga berpengaruh terhadap tingkat pendapatan sebesar 18% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti.

C. Analisis Uji Hipotesis

1. Analisis Uji T Pengaruh Modal Usaha terhadap Tingkat Pendapatan

Tabel 7

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,230	,852		14,360	,000
	Modal Usaha	,118	,060	,271	1,950	,047
a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan						

Berdasarkan tabel di atas, nilai sig Modal usaha sebesar 0,047. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,047 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Modal Usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat pendapatan.

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 3, Nomor 1, Mei 2026

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

2. Analisis Uji T Pengaruh Tingkat Harga terhadap Tingkat Pendapatan

Tabel 8

Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	9,910	1,740		5,695
	Tingkat Harga	,225	,100	,310	2,256
a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan					

Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,029 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Modal Usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat pendapatan.

3. Analisis Uji Simultan

Tabel 9

Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46,388	2	23,194	5,141	,010 ^b
	Residual	212,035	47	4,511		
	Total	258,423	49			
a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan						
b. Predictors: (Constant), Tingkat Harga, Modal Usaha						

Berdasarkan tabel di atas, nilai sig sebesar 0,010. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,010 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Modal Usaha dan Tingkat Harga memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap Tingkat pendapatan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Modal Usaha terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Berdasarkan hasil penelitian, variabel modal usaha terbukti memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Hasil analisis regresi linear menunjukkan nilai konstanta sebesar 12,230 dan koefisien regresi sebesar 0,118. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan modal

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 3, Nomor 1, Mei 2026

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

usaha sebesar satu satuan akan meningkatkan tingkat pendapatan sebesar 0,118 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Selain itu, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,047 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,047 < 0,05$), sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh modal usaha terhadap tingkat pendapatan dapat diterima. Dengan demikian, semakin besar modal yang dimiliki pedagang, semakin besar pula peluang untuk meningkatkan kapasitas usaha, memperluas variasi produk, serta memenuhi kebutuhan operasional yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan. Temuan ini sejalan dengan teori ekonomi usaha mikro yang menyatakan bahwa modal merupakan faktor produksi penting yang menentukan kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan output dan memperoleh keuntungan (Beck & Demirgüç-Kunt, 2006; Gitman & Zutter, 2015).

Meskipun demikian, pengaruh modal usaha yang ditemukan relatif kecil, yang tercermin dari nilai koefisien regresi sebesar 0,118. Kondisi empiris menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung menggunakan modal yang berasal dari tabungan pribadi dan menghindari pembiayaan berbasis bunga karena pertimbangan prinsip syariah. Praktik tersebut mencerminkan implementasi nilai kehati-hatian (*prudence*) dan prinsip keuangan Islam yang menekankan penggunaan sumber dana yang halal dan bebas *riba* (Chapra, 2008). Namun, keterbatasan akumulasi modal akibat rendahnya laba bersih harian yang sebagian besar dialokasikan untuk kebutuhan rumah tangga menyebabkan pertumbuhan modal berlangsung lambat. Akibatnya, peningkatan modal yang terjadi belum mampu menghasilkan ekspansi usaha yang signifikan sehingga kontribusinya terhadap peningkatan pendapatan masih terbatas. Dalam konteks ini, faktor lain seperti strategi penetapan harga, kualitas pelayanan, lokasi usaha, dan loyalitas konsumen cenderung memiliki pengaruh yang lebih langsung terhadap volume penjualan dan pendapatan harian pedagang.

Hasil penelitian ini memiliki kesesuaian dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pelaku usaha mikro dan kecil. Penelitian oleh Beck dan Demirgüç-Kunt (2006) menunjukkan bahwa akses terhadap modal menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan usaha kecil. Penelitian lain oleh Tambunan (2019) juga menjelaskan bahwa kecukupan modal memungkinkan pelaku UMKM meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas kegiatan usaha sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan. Namun demikian, beberapa studi menemukan bahwa pengaruh modal tidak selalu dominan ketika pelaku usaha menghadapi keterbatasan pasar, rendahnya inovasi produk, atau lemahnya strategi pemasaran. Oleh karena itu, hasil penelitian pada pedagang kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung memperlihatkan bahwa modal usaha tetap berperan sebagai faktor pendukung peningkatan pendapatan, tetapi efektivitasnya sangat bergantung pada kemampuan pedagang dalam mengelola

modal tersebut melalui strategi usaha yang produktif dan berorientasi pada peningkatan penjualan.

2. Pengaruh Tingkat Harga terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel tingkat harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan Pedagang Kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Hasil analisis regresi linear menunjukkan nilai konstanta sebesar 9,910 dan koefisien regresi sebesar 0,225. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa ketika variabel tingkat harga dianggap konstan atau bernilai nol, maka tingkat pendapatan berada pada angka 9,910. Sementara itu, setiap peningkatan satu satuan pada variabel tingkat harga akan meningkatkan tingkat pendapatan sebesar 0,225 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,029 yang lebih kecil dibandingkan tingkat probabilitas 0,05 ($0,029 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan besarnya pendapatan yang diperoleh pedagang, terutama pada lingkungan pasar yang memiliki karakteristik konsumen yang sensitif terhadap harga seperti mahasiswa (Kotler et al., 2016).

Secara teoritis, harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Harga tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pertukaran ekonomi, tetapi juga sebagai sinyal kualitas dan nilai yang diterima konsumen (Kotler & Armstrong, 2018). Dalam perspektif ekonomi mikro, hubungan antara harga dan pendapatan pedagang dipengaruhi oleh elastisitas permintaan. Pada kondisi pasar yang kompetitif, penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan sekaligus memaksimalkan pendapatan. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi berpotensi menurunkan jumlah permintaan sehingga mengurangi total penerimaan pedagang (Mankiw, 2021). Oleh karena itu, keberhasilan pedagang dalam menentukan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen menjadi faktor yang sangat menentukan keberlanjutan usaha dan peningkatan pendapatan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Putra, (2022) yang menemukan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha kuliner skala kecil. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa harga yang kompetitif mampu meningkatkan jumlah pembelian konsumen sehingga berdampak langsung terhadap peningkatan omzet dan pendapatan usaha. Hasil serupa juga ditemukan oleh Rahmawati dan Hidayat (2023) yang menunjukkan bahwa strategi harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen menjadi faktor dominan dalam meningkatkan

pendapatan pedagang makanan di lingkungan kampus. Selain itu, penelitian Pratama dan Yuliani (2024) mengungkapkan bahwa konsumen mahasiswa memiliki tingkat sensitivitas harga yang tinggi sehingga perubahan harga dalam nominal yang relatif kecil tetap mampu memengaruhi keputusan pembelian dan frekuensi konsumsi. Kesamaan hasil tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa harga merupakan instrumen strategis yang berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan pedagang.

Secara empiris, meskipun rentang harga di seluruh kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung relatif seragam dengan perbedaan hanya sekitar Rp1.000–Rp2.000 untuk menu yang sejenis, selisih kecil tersebut terbukti mampu menciptakan perbedaan pendapatan yang cukup signifikan antar pedagang. Pedagang yang menetapkan harga pada batas bawah rentang harga cenderung memperoleh jumlah transaksi yang lebih tinggi dibandingkan pedagang yang menetapkan harga lebih tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa sebagai konsumen utama memiliki sensitivitas harga yang tinggi karena keterbatasan daya beli yang masih bergantung pada uang saku. Fenomena tersebut sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kelompok konsumen dengan pendapatan terbatas akan lebih responsif terhadap perubahan harga dibandingkan kelompok konsumen dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi (Schiffman & Wisenblit, 2019).

Lebih lanjut, penelitian ini menemukan adanya praktik inovatif yang dilakukan beberapa pedagang melalui pemberian minuman gratis setiap hari Jumat sebagai bentuk sedekah sekaligus strategi pemasaran berbasis loyalitas pelanggan. Praktik tersebut meningkatkan persepsi *value for money* yang dirasakan konsumen karena mereka memperoleh manfaat tambahan tanpa adanya kenaikan harga produk utama. Dampaknya, jumlah pengunjung mengalami peningkatan signifikan pada hari pelaksanaan program tersebut dan menciptakan efek *word-of-mouth* positif yang berkelanjutan pada hari-hari berikutnya. Temuan ini mendukung penelitian Hasanah dan Fadli (2024) yang menjelaskan bahwa pemberian nilai tambah kepada pelanggan dapat meningkatkan loyalitas konsumen, memperkuat hubungan sosial antara penjual dan pembeli, serta berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan usaha dalam jangka panjang.

Dalam perspektif ekonomi Islam, penetapan harga yang adil dan kompetitif merupakan implementasi prinsip keadilan (*al-'adl*) dan kemaslahatan (*maṣlahah*) dalam aktivitas bisnis. Islam tidak melarang pedagang memperoleh keuntungan, tetapi menekankan pentingnya menetapkan harga secara wajar tanpa praktik eksploitasi maupun manipulasi pasar (Chapra, 2008). Oleh karena itu, strategi harga yang diterapkan pedagang kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai *Maqāṣid al-Syarī'ah*. Program pemberian minuman gratis pada hari Jumat dapat dipandang sebagai bentuk

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 3, Nomor 1, Mei 2026

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

implementasi prinsip kemaslahatan yang memberikan manfaat bagi konsumen sekaligus meningkatkan keberkahan usaha. Dengan demikian, temuan penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa penetapan harga yang adil, kompetitif, dan disertai inovasi berbasis nilai sosial mampu meningkatkan pendapatan pedagang sekaligus mendukung tercapainya tujuan *Maqāṣid al-Syarī'ah*, khususnya dalam menjaga harta (*ḥifẓ al-māl*) dan menjaga kesejahteraan masyarakat (*ḥifẓ al-nafs*) secara berkelanjutan (Chapra, 2008; Antonio, 2001).

3. Pengaruh Modal Usaha dan Tingkat Harga terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel modal usaha dan tingkat harga secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang Kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai konstanta sebesar 8,054 yang mengandung makna bahwa ketika modal usaha dan tingkat harga bernilai nol, maka tingkat pendapatan pedagang tetap berada pada angka positif sebesar 8,054. Selanjutnya, koefisien regresi modal usaha sebesar 0,126 menunjukkan bahwa setiap peningkatan modal usaha akan meningkatkan tingkat pendapatan sebesar 0,126 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Adapun koefisien regresi tingkat harga sebesar 0,237 menunjukkan bahwa setiap peningkatan strategi harga yang tepat akan meningkatkan tingkat pendapatan sebesar 0,237 satuan. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,010 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,010 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa modal usaha dan tingkat harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang.

Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pendapatan pedagang tidak hanya ditentukan oleh besarnya modal yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan pedagang dalam menetapkan harga yang sesuai dengan kondisi pasar dan daya beli konsumen. Modal usaha yang memadai memungkinkan pedagang meningkatkan kapasitas produksi, menjaga ketersediaan stok, memperbaiki kualitas pelayanan, serta memperluas variasi produk yang dijual. Di sisi lain, strategi harga yang kompetitif mampu meningkatkan minat beli konsumen sehingga mendorong peningkatan volume penjualan dan pendapatan usaha. Menurut teori produksi dan pemasaran, kombinasi faktor modal dan harga merupakan dua instrumen penting dalam meningkatkan kinerja usaha dan keuntungan pelaku usaha mikro (Keller, 2016; Mankiw, 2021).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Haryono (2022) yang menemukan bahwa modal usaha dan strategi penetapan harga

secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM sektor kuliner. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa modal yang cukup memungkinkan pelaku usaha melakukan pengembangan usaha secara optimal, sedangkan harga yang kompetitif dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Temuan serupa juga ditemukan oleh Sari dan Nugroho (2023) yang menyatakan bahwa kombinasi antara kecukupan modal dan kebijakan harga yang tepat mampu meningkatkan profitabilitas usaha kecil secara signifikan. Selain itu, penelitian oleh D. Rahmawati et al., (2024) menunjukkan bahwa modal usaha berfungsi sebagai faktor pendukung kapasitas produksi, sementara harga berperan sebagai instrumen pemasaran yang menentukan keputusan pembelian konsumen, sehingga keduanya secara bersama-sama memberikan kontribusi yang kuat terhadap peningkatan pendapatan usaha.

Secara empiris di lingkungan Kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung, kombinasi pengelolaan modal usaha dan strategi harga yang optimal tercermin pada pedagang yang memiliki modal kerja memadai serta mampu menetapkan harga paling kompetitif dalam rentang harga yang berlaku di lingkungan kampus. Beberapa pedagang bahkan menambahkan nilai sosial dan spiritual melalui program sedekah berupa pemberian minuman gratis setiap hari Jumat. Strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan daya tarik usaha karena modal yang cukup menjamin ketersediaan produk dan kualitas layanan, sementara harga yang terjangkau memberikan manfaat ekonomi bagi mahasiswa sebagai konsumen utama. Kondisi ini menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat dan berdampak langsung pada peningkatan pendapatan pedagang.

Dalam perspektif ekonomi Islam, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan modal usaha dan penetapan harga yang berkeadilan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi semata, tetapi juga pada kemaslahatan bersama. Modal yang dikelola secara produktif dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang melalui perlindungan harta (*hifz al-māl*), sedangkan harga yang adil dan terjangkau dapat menjaga kemanfaatan serta daya beli konsumen sebagai bagian dari perlindungan jiwa (*hifz al-nafs*). Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat konsep *Maqāsid al-Syarī'ah* yang menempatkan keseimbangan antara keuntungan usaha dan kemaslahatan sosial sebagai tujuan utama aktivitas ekonomi (Auda, 2021; Chapra, 2008). Oleh karena itu, sinergi antara modal usaha yang memadai dan strategi harga yang berkeadilan dapat menjadi instrumen efektif dalam meningkatkan pendapatan pedagang sekaligus mewujudkan kesejahteraan ekonomi yang berkelanjutan di lingkungan perguruan tinggi Islam.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Modal usaha berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Pendapatan pedagang Kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dilihat dari nilai sig 0,047 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena sig 0,047 < 0,05. Semakin besar modal yang dimiliki, semakin besar pula peluang pedagang meningkatkan kapasitas usaha dan omzet. Hal ini disebabkan karena mayoritas pedagang menggunakan modal sendiri, sementara pengeluaran harian mereka cukup besar untuk kebutuhan keluarga sehingga modal sulit berkembang.
- b. Tingkat Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Pendapatan pedagang Kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dilihat dari nilai sig 0,047 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena sig 0,029 < 0,05. Penetapan harga yang terjangkau bagi mahasiswa terbukti mampu meningkatkan volume pembelian secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa strategi harga menjadi faktor yang paling cepat dan dominan memengaruhi pendapatan harian pedagang.
- c. Modal usaha dan Tingkat Harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Pendapatan pedagang Kantin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dilihat dari nilai sig 0,010 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena sig 0,010 < 0,05. Meskipun demikian, kontribusi keduanya masih kecil sehingga terdapat banyak faktor lain di luar modal dan harga yang ikut menentukan pendapatan. Faktor-faktor seperti lokasi, variasi menu, kualitas pelayanan, dan jumlah mahasiswa aktif perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan pendapatan secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*.
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Islamic Foundation.
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid al-Shariah*. Islamic Research and Training Institute.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance* (14th ed.). Pearson.
- Isnaini, I. (2022). Maqasid Syariah and Islamic Economic Activities. *Saqifah: Journal of Islamic Studies*.
- Kasmir. (2018). *Kewirausahaan*. Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Luthfiyah, W. (2023). Pengaruh modal kerja terhadap pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi* (online).

- Maulania, M. I. (2020). Pengaruh modal usaha dan harga jual terhadap pendapatan pedagang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Nugroho, N. T. (2020). Pengaruh modal, lokasi usaha, dan kondisi tempat berdagang terhadap pendapatan pedagang. *Jurnal Excellent*.
- Osman, M. D. H. (2022). Maqasid al-Shariah in economic development: A review of Chapra's thought. *Millah: Journal of Religious Studies*.
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE.
- Saputri, D. (2019). Pengaruh modal kerja terhadap pendapatan pedagang dalam perspektif ekonomi Islam. Skripsi, IAIN Bengkulu.
- Sukirno, S. (2011). *Mikroekonomi: Teori Pengantar*. Rajagrafindo Persada.
- Suliswanto, M. S. W. (2020). A maqasid-based welfare index in Indonesia. *Journal of Islamic Monetary and Financial Studies*.
- Thaidi, H. A., et al. (2022). The prospects of Islamic microfinance: Maqasid Shariah perspective. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Gema Insani Press.
- Auda, J. (2021). *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. The International Institute of Islamic Thought.
- Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2006). Small and Medium-Size Enterprises: Access to Finance as a Growth Constraint. *Journal of Banking and Finance*, 30(11), 2931–2943. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.009>
- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Islamic Foundation.
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid al-Shariah*. Islamic Research and Training Institute.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance* (14th ed.). Pearson Education.
- Hasanah, N., & Fadli, M. (2024). Strategi Value Added dan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Mikro Sektor Kuliner. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 9(1), 45–58.
- Isnaini, I. (2022). Maqasid Shariah and Islamic Economic Activities. *Saqifah: Journal of Islamic Studies*.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank*. Prenada Media.
- Keller, P. K. dan K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, 278.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Person Education Limited.
- Kotler, Philip, & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th Editi).
- Luthfiyah, W. (2023). Pengaruh Modal Kerja terhadap Pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi*.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Maulania, M. I. (2020). Pengaruh Modal Usaha dan Harga Jual terhadap Pendapatan Pedagang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.

- Nugroho, N. T. (2020). Pengaruh Modal, Lokasi Usaha, dan Kondisi Tempat Berdagang terhadap Pendapatan Pedagang. *Jurnal Excellent*.
- Osman, M. D. H. (2022). Maqasid al-Shariah in Economic Development: A Review of Chapra's Thought. *Millah: Journal of Religious Studies*.
- Pratama, R., & Yuliani, D. (2024). Pengaruh Sensitivitas Harga terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa pada Usaha Kuliner Kampus. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), 87–99.
- Putra, A., & Haryono, S. (2022). Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Harga terhadap Pendapatan UMKM Kuliner. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 17(2), 145–158.
- Rahmawati, D., Prasetyo, A., & Kurniawan, R. (2024). Modal Usaha, Strategi Harga dan Peningkatan Pendapatan UMKM Pasca Pandemi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 26(1), 33–45.
- Rahmawati, S., & Hidayat, A. (2023). Strategi Penetapan Harga dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Makanan di Lingkungan Perguruan Tinggi. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 55–68.
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* (4th ed.). BPFE.
- Saputri, D. (2019). *Pengaruh Modal Kerja terhadap Pendapatan Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Sari, N., & Nugroho, B. (2023). Analisis Pengaruh Modal Usaha dan Penetapan Harga terhadap Profitabilitas Usaha Mikro. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 24(3), 201–214.
- Sari, N., & Putra, R. (2022). Pengaruh Harga terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kuliner. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 23(2), 145–156.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sukirno, S. (2011). *Mikroekonomi: Teori Pengantar*. Rajagrafindo Persada.
- Suliswanto, M. S. W. (2020). A Maqasid-Based Welfare Index in Indonesia. *Journal of Islamic Monetary and Financial Studies*.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *The Performance of Indonesian SMEs in the Global Economy*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-32079-1>
- Thaidi, H. A., & others. (2022). The Prospects of Islamic Microfinance: Maqasid Shariah Perspective. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.