

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Event

##### a. Pengertian *Event*

Kata “*event*” yang mempunyai arti kegiatan, kejadian atau peristiwa ini biasa digunakan oleh perusahaan besar, lembaga/organisasi dalam menyelenggarakan suatu kegiatan. Kata “*event*” ini memiliki beberapa pengertian, yaitu menurut pendapat Any Noor, *event* adalah suatu kegiatan yang diadakan untuk merayakan atau memperingati momen penting dalam kehidupan manusia, baik itu dalam lingkup individu atau kelompok, dan bisa terkait dengan aspek-aspek budaya, tradisi, adat, atau agama. Biasanya, *event* diatur dengan tujuan tertentu dan melibatkan partisipasi dari masyarakat sekitarnya. Umumnya, *event* ini dijadwalkan pada waktu yang spesifik.<sup>1</sup>

*Event* dalam arti sempit juga bisa diartikan sebagai festival, pertunjukan, atau pameran dengan syarat adanya penyelenggaraan, pengunjung atau peserta. *Event* dalam pengertian yang lebih luas dapat juga diartikan sebagai kegiatan yang dilaksanakan oleh sebuah organisasi dalam periode waktu tertentu dengan tujuan untuk mengumpulkan orang-orang di suatu lokasi atau tempat tertentu. Tujuannya bisa beragam, termasuk memberikan pengalaman penting, menyampaikan informasi, mempromosikan produk atau layanan, atau mencapai berbagai tujuan yang

---

<sup>1</sup> Any Noor, *Manajemen Event* (Bandung: Alfabeta, 2013), 8.

diharapkan oleh penyelenggara acara. *Event* seperti ini dapat mencakup berbagai jenis, seperti konferensi, pameran, konser, seminar, atau pertemuan lainnya. Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *event* merupakan kegiatan atau suatu acara yang direncanakan dan diselenggarakan dengan tema tertentu yang memiliki tujuan khusus agar bisa menarik perhatian pengunjung.<sup>2</sup>

b. Kategori *Event*

Any Noor menjelaskan bahwa event bisa dikategorikan menjadi tiga berdasarkan ukuran dan skala, yaitu kecil, menengah, dan besar. Setiap kategori membutuhkan tingkat persiapan yang berbeda. Event kecil biasanya lebih mudah dikelola karena melibatkan peserta yang lebih sedikit. Sementara itu, event menengah memiliki tingkat kompleksitas yang lebih tinggi dengan kebutuhan logistik yang lebih banyak. Event besar memerlukan perencanaan yang sangat detail dan melibatkan lebih banyak personel, anggaran, dan sumber daya. Karena itu, semakin besar ukuran acara, semakin rumit pula persiapannya.

1. *Mega event* adalah acara berskala besar yang memiliki dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat yang terpengaruh oleh acara tersebut, bahkan dapat berdampak pada tingkat nasional. Acara ini diberitakan luas di berbagai platform media sosial dan berita. Contoh dari *mega event* ini mencakup *Sea Games*, Olimpiade, dan Piala Dunia.

---

<sup>2</sup> Ade Rahma, “*Event* Sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran produk fashion nasional (*event* tahunan jakcloth)”, *Nyimak: jurnal of communication*, Vol. 1 No. 2 (September 2017), 157. <https://jurnal.umt.ac.id> (diakses pada 19 Mei 2023)

2. *Hallmark event* adalah acara yang terkait erat dengan karakteristik suatu wilayah, daerah, atau kota tertentu. Jenis acara ini memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat setempat selama berlangsungnya acara dan memiliki daya tarik bagi wisatawan atau pengunjung yang ingin datang. Acara semacam ini juga menjadi faktor yang menarik perhatian pemerintah dalam merencanakan pembangunan ekonomi di suatu daerah.
3. *Major event* adalah kompetisi olahraga internasional yang diadakan secara rutin setiap tahun. Acara besar ini mencakup persaingan antara individu atau tim yang melibatkan peserta dari berbagai negara. *Event* ini juga harus memiliki daya tarik yang cukup besar untuk menarik perhatian banyak pengunjung, baik dari tingkat nasional maupun internasional.<sup>3</sup>

## **B. Pendapatan**

### **a. Pengertian Pendapatan**

Menurut KBBI, pendapatan ialah hasil kerja (usaha dan sebagainya).<sup>4</sup> Sedangkan pendapatan dalam sudut pandang manajemen, pendapatan ialah uang yang diterima oleh individu, perusahaan, atau organisasi lain sebagai imbalan atas berbagai bentuk kontribusi yang berbentuk upah, gaji, sewa, komisi, ongkos dan keuntungan (laba).<sup>5</sup> Jumlah semua uang atau bukan uang yang diterima oleh rumah tangga atau individu selama periode waktu tertentu disebut pendapatan. Penerimaan yang

---

<sup>3</sup> *Ibid*, 19.

<sup>4</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> diakses pada hari Jumat tanggal 17 Juni 2022, Pukul 22.10 WIB.

<sup>5</sup> Muhammad Rizal, Dkk, Potensi Pendapatan Restribusi Parkir: Dari Sudut Pandang Juru Parkir Liar, *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, Vol. 5 No. 2 (Mei 2023), <http://jea.ppj.unp.ac.id> (diakses pada 12 Agustus 2023)

diterima tersebut berasal dari kegiatan usaha seperti penjualan barang dan jasa.

Sukirno Sadono mengungkapkan bahwa pendapatan usaha ialah aspek yang sangat penting dalam usaha. Pada saat menjalankan suatu usaha tentu kita ingin mengetahui seberapa besar nilai atau jumlah pendapatan yang dihasilkan selama menjalankan usaha.<sup>6</sup> Sedangkan peningkatan pendapatan merupakan kondisi ketika seseorang yang sebelumnya memiliki pendapatan yang kurang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sampai mampu memperoleh pendapatan yang lebih dari cukup.<sup>7</sup>

#### b. Indikator Pendapatan

Indikator pendapatan merupakan ukuran ataupun metrik yang diperuntukkan untuk mengevaluasi dan mengukur pendapatan suatu individu, rumah tangga, atau kelompok. Mengukur peningkatan pendapatan menggunakan indikator menurut Nurlaila Hanum, yaitu :<sup>8</sup>

##### 1) Modal

Adalah sejumlah uang, dana, atau barang yang menjadi dasar untuk aktivitas bisnis. Untuk memulai usaha diperlukan modal awal yang nilainya tergantung pada jenis usaha apa yang akan dijalankan. Jika semakin besar modal usaha yang digunakan, maka semakin besar juga

---

<sup>6</sup> Prisilia Monika Polandos dkk, "Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Langowan Timur", *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 19, No. 04 (2019), 38.

<sup>7</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2019), 14.

<sup>8</sup> Nurlaila Hanum, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang", *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol. 1, No. 1, 2017, 76-80. <https://ejurnalunsam.id> (diakses pada 4 September 2023).

barang yang akan diproduksi dan pendapatan yang diperoleh semakin tinggi pula.

## 2) Produk

Produk ialah suatu faktor penting dalam meningkatkan pendapatan. Semakin besar modal yang digunakan, maka jumlah produk yang dihasilkan juga meningkat, dan pendapatan yang didapat juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila modal yang digunakan lebih sedikit, maka produksi produk juga akan berkurang, dan mengakibatkan pendapatan yang diperoleh lebih rendah juga.

## 3) Tenaga Kerja

Seseorang yang memberikan keterampilan, kekuatan mental, dan kemampuan untuk menciptakan barang atau jasa yang dapat menghasilkan keuntungan bagi suatu perusahaan. Tenaga kerja mencakup seseorang yang memiliki kemampuan atau keterampilan dalam melakukan aktivitas produksi barang ataupun jasa.

## 4) Jumlah Keuntungan

Kuantitas keuntungan merupakan peran penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha, dan keuntungan ini berfungsi menjadi tolak ukur berkembangnya atau meningkatnya suatu usaha tersebut. Semakin banyak produk yang dihasilkan, maka semakin banyak pula jumlah keuntungan atau pendapatan yang diperoleh.

## 5) Lokasi Usaha

Tempat dimana berlangsungnya seluruh kegiatan usaha, termasuk pencarian barang dan produk hingga menjualnya kepada pelanggan.

Pemilihan lokasi usaha yang tepat memiliki dampak positif yang signifikan pada keberhasilan suatu usaha dan pendapatan yang dihasilkan. Kesimpulannya, semakin mudah lokasi usaha dijangkau oleh pelanggan, maka semakin besar juga potensi pendapatan bisnis tersebut.<sup>9</sup>

### C. Pedagang Kaki Lima

Pedagang Kaki Lima (PKL) adalah individu yang berkecimpung dalam produksi dan penjualan barang atau jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan sekelompok orang dalam masyarakat. Mereka umumnya memiliki modal yang terbatas, dan usaha ini seringkali beroperasi di lokasi yang strategis dalam lingkungan yang tidak resmi.<sup>10</sup> Pedagang kaki lima bisa dikatakan sebagai bisnis atau usaha dengan modal awal yang tidak memerlukan modal yang besar yang sebagian besar pengusaha dibidang ini bertujuan untuk menambah pemasukan rumah tangga. Lokasi yang banyak pedagang kaki lima adalah tempat yang cukup ramai didatangi oleh pengunjung seperti, pasar, sekolah, taman kota dan lain-lain.

Para ahli mendefinisikan PKL dengan pendapat berbeda-beda seperti menurut Bustaman, PKL adalah pedagang yang beroperasi di luar pasar, mereka memiliki izin resmi dari dinas pasar, namun berada dalam kondisi yang sulit dan dapat menyebabkan kemacetan lalu lintas. Menurut Buchari Alma, PKL adalah individu yang melakukan usaha untuk mencari penghasilan yang sah, biasanya berlokasi di pusat konsumen, beroperasi tanpa izin usaha, dan usahanya dilakukan secara sporadis dengan sumber daya yang terbatas.

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, 76-80.

<sup>10</sup> I Komang Adi Antara dan Luh Putu Aswitari, "Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Denpasar Barat", *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 5, No. 11 (November 2016), 1266. <https://www.neliti.com> (diakses pada 3 Juni 2023)

Sementara menurut Damsar, PKL adalah sekelompok orang yang sering berjualan di pasar dan seringkali berpindah-pindah lokasi untuk menjual barang dagangannya.

Dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa PKL ialah pedagang yang cenderung melakukan kegiatannya pada ruang publik (trotoar, bahu jalan, dan taman) dan dengan omzet atau modal yang cenderung kecil.<sup>11</sup> Pedagang kaki lima dengan modal yang tidak terlalu banyak memanfaatkan bahu jalan, trotoar dan sebagainya untuk efisiensi biaya sewa tempat. Tempat berjualan yang tidak permanen membuat pedagang kaki lima seringkali berpindah tempat untuk meningkatkan penjualannya, ataupun agar dekat dengan rumah, ataupun ada aturan baru dari Pemerintah setempat terkait pedagang kaki lima ini. Ciri-ciri umum pedagang kaki lima adalah sebagai berikut:<sup>12</sup>

1. Pedagang kaki lima kadang-kadang juga bertindak sebagai produsen selain sebagai pedagang.
2. Beberapa ada yang berjualan di satu lokasi tetap, sementara yang lain berpindah-pindah menggunakan alat seperti pikulan, kereta dorong, atau stan yang tidak permanen dan bisa dibongkar pasang.
3. Barang yang dijual meliputi bahan makanan, minuman, serta barang-barang konsumsi lainnya yang awet, dan dijual secara eceran.

---

<sup>11</sup> I Wayan Sastrawan, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pantai Penimbang Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng", Vol. 5 No. 1 (2015). <https://www.neliti.com> (diakses pada 3 Juni 2023)

<sup>12</sup> Zhafril Setio Pamungkas, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Kota Malang (Study Kasus Pedagang Kaki Lima di Wisata Belanja Tugu Kota Malang)", Vol. 3 No. 2 (2016). <https://jimfeb.ub.ac.id/> (diakses pada 3 Juni 2023)

4. Modal usaha biasanya kecil, dan mereka sering kali bekerja atas nama pemilik modal yang lebih besar, hanya menerima komisi sebagai imbalan.
5. Barang-barang yang dijual umumnya berkualitas rendah dan tidak memenuhi standar tertentu.
6. Transaksi keuangan mereka biasanya kecil, dengan pembeli dari kalangan yang berdaya beli rendah.
7. Usaha ini sering berskala kecil dan melibatkan anggota keluarga, seperti ibu dan anak-anak, baik secara langsung maupun tidak langsung.
8. Proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli adalah ciri khas dari bisnis pedagang kaki lima.
9. Ada yang melakukannya sebagai pekerjaan penuh waktu, sebagian lainnya berjualan setelah bekerja atau saat waktu luang, dan ada pula yang hanya berjualan pada musim tertentu.