

PENGARUH ONLINE SHOP TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN DAN AKSESORIS DI PASAR TRADISIONAL SENGGOL KOTA PAREPARE

THE EFFECT OF ONLINE SHOPS ON THE INCOME LEVEL OF CLOTHING AND ACCESSORIES TRADERS IN TRADITIONAL MARKETSACCESSORIES IN THE TRADITIONAL MARKET SENGOL PAREPARE CITY

Muhammad aidil ramadhan syafuruddin¹, Akhsan², Fajar ladung³

Email: muhammadaidil1322@gmail.com, Fajarladung35@gmail.com

Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare
Jl. Jend Ahmad Yani No.KM.6, Lapadde, Kec. Ujung, Kota Parepare, Sulawesi Selatan 91112

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Pengaruh *online shop* Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Pakaian dan Aksesoris di Pasar Tradisional Senggol Kota Parepare”. Tahun 2024. Atas nama Muhammad Aidil Ramadhan Syafruddin. Di bawah bimbingan Bapak Akhsan sebagai pembimbing I dan Bapak Fajar Ladung sebagai pembimbing II. Skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *online shop* terhadap tingkat pendapatan pedagang pakaian dan aksesoris di pasar Senggol Parepare, metode penelitian ini adalah penelitian lapangan atau penelitian survei dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah pedagang pakaian dan aksesoris dipasar Senggol Parepare sebanyak 57 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil kuesioner, untuk variabel *online shop* 10 item pernyataan dan variabel pendapatan 9 item pernyataan, semua pernyataan yang disebarkan untuk sresponden valid dan reliabel. Dan data sekunder yang diperoleh berupa data yang berkaitan dengan *online shop* dan pendapatan. Analisi data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji regresi linear sederhana dan uji determinan menggunakan SPSS versi 25.0. Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *online shop* berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang pakaian dan aksesoris dipasar tradisional Senggol Parepare.

Kata Kunci : *Online Shop*, Pendapatan, Pasar Tradisional

ABSTRACT

Skripsi entitled “*The influence of online shops on the income level of clothing and accessories traders in the traditional market of Senggol Parepare City*”. Year 2024. On behalf of Muhammad Aidil Ramadhan Syafruddin. Under the guidance of Mr. Akhsan as supervisor I and Mr. Fajar Ladung as supervisor II. Thesis Development Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Parepare.

The purpose of this study was to determine the effect of online shops on the income level of clothing and accessories traders in the Senggol Parepare market, this research method is field research or survey research using a quantitative approach. The sample used was clothing and accessories traders in Senggol Parepare market as many as 57 respondents. Data collection instruments using primary data and secondary data. Primary data obtained from the results of the questionnaire, for online shop variables 10 statement items and income variables 9 statement items, all statements distributed to respondents are valid and reliable. And secondary data obtained in the form of data relating to online shops and income. The data analysis used in this study is validity test, reliability test, simple linear regression test and determinant test using

SPSS version 25.0. The results of the research conducted show that online shops affect the income level of clothing and accessories traders in the traditional market of Senggol Parepare.

Keywords: *Online Shop, Income, Traditional Market*

PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi dan informasi saat ini berkembang dengan sangat cepat, mempengaruhi kehidupan masyarakat di segala bidang, mulai dari kelas atas hingga kelas bawah. Hal ini juga telah muncul sebagai kebutuhan masyarakat yang paling mendesak dalam beberapa tahun terakhir. Dunia bisnis, khususnya bisnis *online shop*, yang memungkinkan menjalankan penjualan secara *online*, menjadi semakin mudah diakses karena semakin banyak orang yang menggunakan internet. Baik pendatang baru maupun orang yang menjalankan bisnis di pasar, toko, dan situs lain secara teratur dapat memperoleh keuntungan dari kesempatan ini. Seseorang dapat mengiklankan bisnis mereka secara *online* tanpa dibatasi oleh waktu atau tempat dengan menjalankan toko *online* (Hendarsyah, 2015).

Di era globalisasi seperti sekarang ini yang semuanya dituntut serba cepat seiring dengan laju perkembangan teknologi yang semakin tidak terbendung lagi masyarakat dihadapkan pada pilihan ingin mengikuti perkembangan zaman atau tidak, bagi yang peduli dengan perkembangan zaman tentu tidak akan tergeser dari ilmu pengetahuan tentang teknologi, bagi masyarakat yang tidak ingin mengikuti perkembangan zaman sudah barang tentu akan ketinggalan zaman, tetapi masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman juga dihadapkan pada teknologi yang serba canggih dan mutakhir.

Online Shop merupakan bentuk alternatif yang digunakan oleh penjual untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen karena dianggap melalui fasilitas ini biaya lebih murah dan mudah untuk dilakukan, hal itu yang membuat bisnis *online* semakin berkembang dari tahun ke tahun. Disisi lain perkembangan bisnis *online* juga didukung oleh peningkatan produktivitas dari industri yang menyediakan berbagai macam produk untuk dipasarkan melalui media internet seperti *online shop*.

Disamping itu juga jual beli *online* yang dilakukan juga mempermudah pelaku usaha untuk melakukan aktifitas bisnisnya terutama dalam promosi produk, penawaran produk, jual beli produk hal ini menjadi pilihan sebagian pebisnis karena lebih menghemat biaya tidak perlu promosi atau mengiklankan produknya di media masa seperti televisi secara besar-besaran sehingga biaya iklan dapat ditekan, hal inilah yang dianggap efektif dan efisien dalam menjalankan bisnis melalui *online shop* pelaku bisnis juga tidak memerlukan banyak karyawan untuk mengelolanya. Pengetahuan teknologi internet sangat berpengaruh terhadap hasil yang diharapkan pengguna dalam bertransaksi melalui *website*. Oliver dan Shapiro 1993) “menyatakan bahwa semakin kuat pengetahuan teknologi yang dimiliki seorang pembeli, semakin besar penggunaan teknologi digital dalam konteks ini penggunaan teknologi internet berhubungan secara positif terhadap hasil dari penggunaan internet seperti belanja *online (online shopping)*).

Dalam wawancara singkat saya dengan pedagang yang berjualan di pasar tradisional senggol Kota Parepare mengatakan bahwa “banyaknya masyarakat yang mulai beralih belanja memakai online shop memang berdampak pada pemasukan kita tetapi kalau di hari-hari libur pasar ini juga tetap ramai tapi sudah tidak seramai dulu”. Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengkaji lebih jauh fenomena yang terjadi dengan mengangkat judul “**Pengaruh Online Shop Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian dan Aksesoris Pasar Tradisional di Pasar Senggol Kota Parepare**”.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah (*field research*) atau penelitian survei yaitu kegiatan penelitian yang dilakukan di lingkungan tertentu dengan mengambil sampel dari suatu populasi. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara menguji hubungan antar variabel. Tujuannya untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel dan menjawab hipotesis yang diteliti oleh peneliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar Senggol Pintu Timur. Yang berada Dijalan Sultan Hasanuddin (Pinggir Laut), Ujung Sabbang, Kecamatan Ujung, 91111, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Waktu pelaksanaan penelitian ini kurang lebih 2 bulan yang akan dimulai dari bulan Mei 2024 hingga Juli 2024.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah percakapan dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek untuk dijawab. Dalam penelitian ini wawancara ditujukan kepada pedagang pakaian di pasar Senggol Parepare. Wawancara ini merupakan salah satu usaha pengumpulan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan dengan lisan. Wawancara ini juga akan dijadikan sebagai rujukan dalam penyusunan kuesioner ataupun hasil akhir.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data primer yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner oleh sejumlah responden yang mewakili seluruh populasi yang akan diteliti yang akan dilaksanakan kepada para pedagang pakaian dipasar senggol Parepare.

D. Teknik Analisis Data

1. Uji Regresi

Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana adalah pengujian terhadap data yang mana terdiri dari dua variabel, yaitu satu variabel independen dan satu variabel dependen dimana hubungan antara dua variabel tersebut berpengaruh.

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

Y = Subyek dari dependent yang diprediksikan

a = harga bila X= 0 (harga konstan)

b = angka koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

b. Uji Korelasi (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen apakah signifikan atau tidak signifikan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian dan aksesoris dipasar Senggol kota Parepare. Pendapatan pedagang yang menurun akibat adanya *online shop*, meskipun *online shop* bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar Senggol Parepare tetapi *online shop* mempunyai pengaruh yang cukup bisa dijadikan alasan menurunnya *omzet* yang di dapatkan pedagang pakaian dan aksesoris di Pasar Senggol Kota Parepare.

Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat penggunaan *online shop* di Kota Parepare. Kemudahan berbelanja serta transaksi dan pilihan barang yang bervariasi menjadikan orang-orang jadi berpindah budaya belanja, apalagi aplikasi berbelanja *online shop* sering memberikan *voucher* dan potongan harga kepada para pengguna *online shop* yang membuat konsumen semakin memilih bertransaksi *via online shop*. Saat kami melakukan observasi penelitian masi banyak pedagang yang peneliti temukan belum mencoba peluang untuk menjual lewat *online shop*. responden mengatakan “kurang mengerti cara berjualan di *online shop* dan kurangnya pengetahuan serta pengalaman dalam penggunaan teknologi menjadikan pedagang tidak beralih ke bisnis *online shop*. Ini sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh (Oliver dan Shapiro 1993), “menyatakan bahwa semakin kuat pengetahuan teknologi yang dimiliki seorang pembeli, semakin besar penggunaan teknologi digital dalam konteks ini penggunaan teknologi internet berhubungan secara positif terhadap hasil dari penggunaan internet seperti belanja *Online (Online Shopping)*”.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,585 ^a	,343	,331	,69903

Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai korelasi atau hubungan sebesar presentase pengaruh variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y) yang disebut sebagai koefisien determinasi (R-square) 0,343 artinya dampak *online shop* terhadap tingkat pendapatan pedagang dipasar senggol adalah sebesar 34,3% sedangkan sisanya 65,7% dijelaskan oleh variabel atau faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,650	1,268		24,178	,000
	ONLINE SHOP	,169	,032	,585	5,356	,000

a. Dependent Variable: PENDAPATAN

Dari hasil uji t pengaruh *online shop* terhadap tingkat pendapatan pedagang dipasar senggol Parepare, dengan hasil output dengan SPSS versi 25.0 didapat nilai t_{hitung} 5,356 dan nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0,000 artinya *online shop* berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang dipasar senggol Parepare.

Dari pengujian regresi dan hipotesis dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *online shop* terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar senggol Parepare berpengaruh secara parsial atau individual. Dan dari hasil pengujian data yang telah dilakukan, maka diperoleh H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya *online shop* berdampak positif terhadap tingkat pendaptan pedagang dipasar senggol parepare.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Nur Malazaneti, Gunawan aji, Farida Rohmah 2023) yang menyatakan “Penjualan *online* sangat mempengaruhi para pedagang dipasar tradisional”, penelitian ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan (Anindya Ardiansari 2022) yang menyatakan “Kesadaran para pedagang tradisional terhadap penjualan *online* cukup tinggi 90% menyatakan bahwa kedepannya penjualan *online* akan mengalami peningkatan yang signifikan, hal ini menandakan bahwa penjual tradisional menyadari adanya pengaruh”.

Tidak ada salahnya pedagang di pasar tradisional mencoba opsi beralih ke penjualan *online* untuk meningkatkan peluang yang lebih tinggi pada tingkat penjualan dengan memanfaatkan kemudahan teknologi pada era sekarang, saat ini sudah banyak platform menunjang yang bisa digunakan pedagang untuk berjualan *online* yang memungkinkan bisa menjadi solusi pedagang keluar dari permasalahan menurunnya omzet yang di alami pedagang di pasar tradisional.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Dampak *online shop* terhadap tingkat pendapatan pedagang dipasar senggol Parepare terjadi pengaruh. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (t_{hitung} 5,356 > t_{tabel} 2,609), dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$ sehingga keputusannya dapat disimpulkan H_a diterima dan H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh *online shop* (X) terhadap pendapatan (Y) pedagang dipasar Senggol Parepare. Berdasarkan perhitungan uji analisis regresi linear sederhana pada uji koefisien, *online shop* berdampak positif terhadap pendapatan pedagang. Hal ini di pertegas dengan nilai koefisien arah regresi positif yaitu sebesar 0.169 dengan signifikansi $p = 0,000 < 0,05$. Dan uji determinasi, kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen dilihat dari nilai R-square sebesar ,343 atau 34,30%, hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan pedagang dipasar Senggol Parepare ternyata dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang sangat beragam, faktor tersebut berasal dari faktor eksternal yang tidak diteliti, tetapi kecanggihan teknologi saat ini yang fungsinya memudahkan masyarakat apabila kita tidak diikuti dengan serius maka dimasa depan akan membuat pedagang pasar tradisional dengan perlahan menjadi terpinggirkan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang ditimbulkan daripada *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian dan aksesoris dipasar Senggol Kota Parepare dikarenakan menurunnya *omzet* yang di dapatkan pedagang pakaian dan aksesoris di Pasar Senggol Kota Parepare.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah di buat dalam penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak-pihak yang membaca penelitian ini:

1. Sebaiknya pihak dari pemerintah daerah Kota Parepare yang memberikan edukasi atau sosialisasi serta memfasilitasi kepada para pedagang dipasar tradisional terkait dengan cara-cara berdagang di *platform online shop* yang bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada pedagang yang ingin memajukan usahanya dan meningkatkan penjualannya melalui *platform online shop*. Dan juga pedagang segera bisa beradaptasi dengan kemajuan cara berjualan saat ini, karena memang data dari berbagai sumber yang menyebutkan peningkatan transaksi pada *platform online shop* meningkat setiap tahunnya.
2. Untuk mahasiswa dan mahasiswi Universitas Muhammadiyah Parepare diharapkan selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian ini dengan melengkapi kekurangan yang ada pada penelitian ini serta menggunakan teori-teori dan faktor-faktor yang lebih mendalam agar kedepannya dapat diperoleh hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindya Ardiansari, "Pengaruh Adanya Sistem Penjualan Online Terhadap Pasar Tradisional Benowo Surabaya". Vol 6,. No 4, Juli, 2022.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2).
- Ardiansari, A. (2022). *Pengaruh Adanya Sistem Penjualan Online Terhadap Pasar Tradisional Benowo Surabaya*. 6(4), 210–219.
- Budi Sutedjo, Pengantar Teknologi Informasi (Yogyakarta: Andi Publisher, 2002
- Drs, Tri Rama K, *Kamus Bahasa Indonesia*, Karya Agung, Surabaya,
- Dyah Ratna Rohmania, Muhammad Nasrullah, Yunita Lisnaningtyas Utami, Siti Aminah Caniago, "Pengaruh Pasar Online Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Pada Pasar Tradisional (Studi kasus di Pasar Tradisional Kajian)". Vol 2 No 1., Mei., 2023
- Harnovinsah, Lawe Anasta, dkk. 2023. Teori Akuntansi Teori dan Praktis. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Heri Purnomo, *Dilema Wanita Di Era Modern*, Mustaqim, Jakarta, 2003.
- <http://PengertianBisnisOnline/MuhammadAriefDarmawan.html>.
- http://TentangBisnisOnline/PengertianBisnisOnline_pembuatWebsite.html.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/21/masih-banyak-pelaku-usaha-di-indonesia-belum-beralih-ke-e-commerce-apa-alasannya>.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/20/indonesia-masuk-jajaran-10-negara-paling-sering-belanja-online>
- <https://jdih.pareparekota.go.id/?p=7364>
- <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/12/08/35c68629befbe304809db9fc/statistik-pendapatan-agustus-2023.html>
- Ibid., 9-20
- Imam Mustofa, Fiqih Mu'amalah Kontemporer, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016)., 4-7.
- Indah Rahmawati, *Inspirasi Desain Busan Muslim*, Laskar Aksara, Bekasi.
- JMM Online Vol. 6, No. 4, 210-219., 2022 Kresna BIP. ISSN 2614-0365e-ISSN 2599-087X
- Jurnal EMBA Vol.7 No.3 Juli 2019, Hal. 3998- 4006 (Sukirno. 2005. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar, Edisi Ketiga, Raja Grafindo Persada, Jakarta*)
- Jurnal Ismul Bathni, Deni Darmawan, dan Turkamun Dosen Sekretari D-III Universitas Pamulang Vol. 1. No. 2 Tahun 2021
- Kementrian Perindustrian Indonesia, "Industri pakaian jadi catatkan pertumbuhan paling tinggi" <https://www.kemenperin.go.id/artikel/20641/Industri-Pakaian-Jadi-Catatkan-Pertumbuhan-Paling-Tinggi>.
- KH. Ali Yafie, "Menggagas Fiqih Sosial", Mizan, Bandung, 1994
- Muzlifah, E. (2015). MAQASHID SYARIAH SEBAGAI PARADIGMA DASAR EKONOMI ISLAM. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 3(2), 73–93.
- Nurhayati, 2017. "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang sayur di pasar tradisional Kabupaten Majalengka". Skripsi. Program sarjana. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Skripsi Wardah NST, "Dampak Bisnis Fashion Online Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Petisah Medan". Tahun 2021
- Sujatmiko, Eko, Kamus IPS, Surakarta: Aksara Sinergi Media Cetakan I, 2014
- Sukirno, 2006. "Mikro ekonomi teori pengantar". Jakarta. Raja grafindo.
- Susanto, R., & Pangesti, I. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kampung cilangkap kota depok dalam pengambilan keputusan pembelian di online shop. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 8(2), 182–189.
- Susanto, R., & Pangesti, I. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kampung cilangkap kota depok dalam pengambilan keputusan pembelian di online shop. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 8(2), 182–189.
- TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora Vol. 1, No. 4 November 2023 e-ISSN: 2985-9204; p-ISSN: 2985-9743, Hal 211-220
- Wahyono, Budi. 2017. "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar bantul Kabupaten Bantul. Skripsi. Program Sarjan. Univeritas Negeri Yogyakarta.
- Wardoyo, & Andini, I. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa universitas gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19(1).
- Wawancara pedagang di Pasar Senggol Kota Parepare