

**PENGARUH ONLINE SHOP TERHADAP PENDAPATAN
PEDAGANG PAKAIAN, SEPATU DAN AKSESORIS
DI PASAR TRADISIONAL BAKUNGNGE
KECAMATAN PONRE**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN

**PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP PENDAPATAN
PEDAGANG PAKAIAN, SEPATU DAN AKSESORIS
DI PASAR TRADISIONAL BAKUNGNGE
KECAMATAN PONRE**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan ada Kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah : 5)

Cepat atau lambat bukan tanda kamu hebat, tapi percayalah sebuah proses yang kita jalani akan mengantarkan kita untuk mencapai kesuksesan itu



Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, bapak dan ibu saya tercinta. Skripsi ini juga saya persembahkan kepada dosen pembimbing saya yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini, Orang-orang terdekat saya dan almamaterku.

PESAN DAN KESAN

Waktu akan berlalu maka jangan terlalu buru buru nikmati dan jalani prosesmu karena waktu tidak akan bisa diulang



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Online Shop Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian, Sepatu dan Aksesoris Dipasar Tradisional Bakungnge Kecamatan Ponre
Nama Mahasiswa : Dina Lestari
Nomor Induk Mahasiswa : 105721119921
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 23 April 2025 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 23 April 2025

Menyetujui

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Abdul Muttalib
Abdul Muttalib, S.E., M.M
NIDN: 0901125901

Sahabuddin
Sahabuddin N, S.E., M.M
NIDN: 0931127508

Mengetahui,

Dekan
Dr. H. Andi Jam'an
Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651-507

Ketua Program Studi
NASRULLAH
NASRULLAH, S.E., M.M
NBM: 1151 132



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Dina Lestari, NIM : 105721119921 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0008/SK-Y/61201/091004/2025 M, Tanggal 24 Syawal 1446 H / 23 April 2025 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 24 Syawal 1446 H
23 April 2025 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. Andi Jam'an, S.E., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc.
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Pengaji :
 1. Dr. Muryani Arsal, S.E., M.M. Ak., CA
(.....)
 2. Abdul Muttalib, S.E., M.M.
(.....)
 3. Faidul Adziem., S.E., M.Si.
(.....)
 4. Sahabuddin N, S.E., M.M.
(.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651-507



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Lestari
Stambuk : 105721119921
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Online Shop Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian, Sepatu, Dan Aksesoris Di Pasar Tradisional Bakungnge Kecamatan Ponre

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 23 April 2025

Yang Membuat Pernyataan,

Dina Lestari
NIM : 105721119921

Diketahui Oleh:

Dekan,

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM. 651 507

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.E., M.M
NBM. 1151 132

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Lestari
NIM : 105721119921
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Online Shop Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian, Sepatu, Dan Aksesoris Di Pasar Tradisional Bakungnge Kecamatan Ponre

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 23 April 2025

Yang Membuat Pernyataan



ABSTRAK

DINA LESTARI. 2025. Pengaruh online shop terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu, dan aksesoris di pasar tradisional bakungnge kecamatan ponre. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Abdul Muttallib dan Sahabuddin N.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu, dan aksesoris di pasar tradisional bakungnge kecamatan ponre. Lokasi penelitian ini berada di pasar tradisional bakungnge di dusun maccope desa mappesangka kecamatan ponre. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 115 pedagang dengan jumlah sampel 53 pedagang . Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer yaitu kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi sederhana dan uji t dengan menggunakan SPSS 25. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa *online shop* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu, dan aksesoris di pasar tradisional bakungnge kecamatan ponre.

Kata Kunci: *Online Shop, Pendapatan Pedagang*

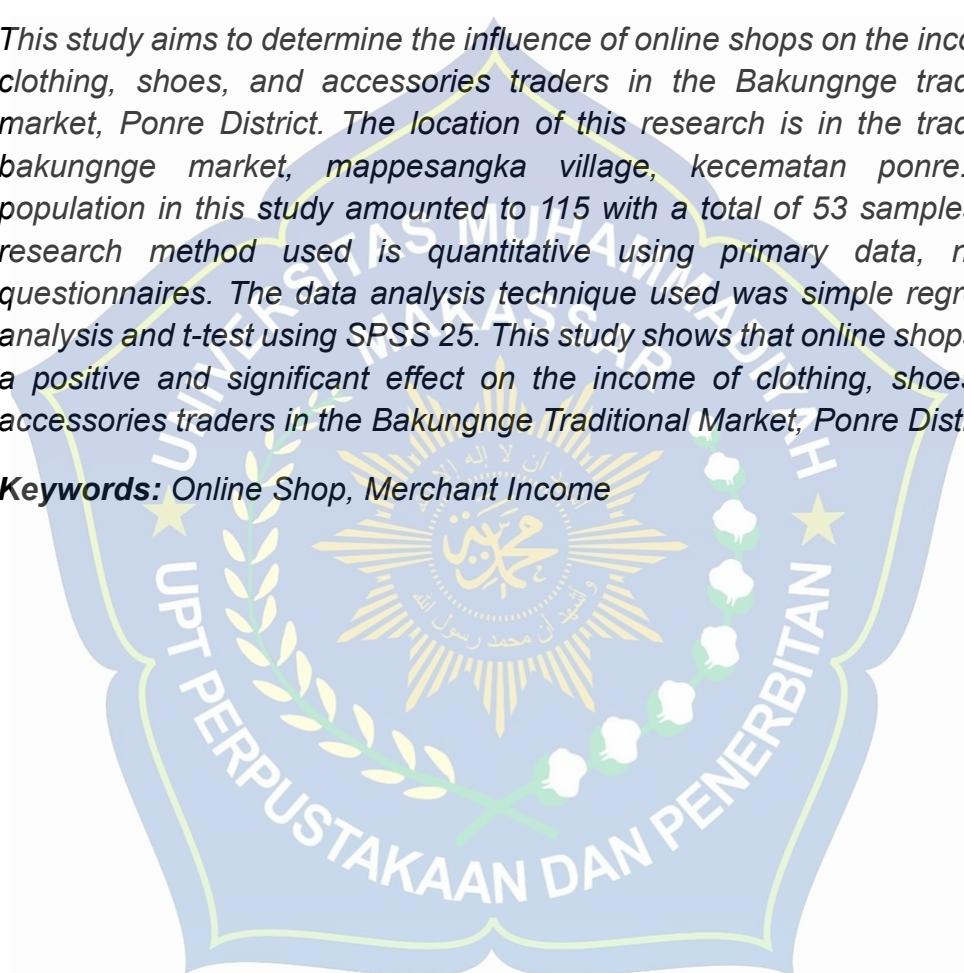


ABSTRACT

DINA LESTARI. 2025. *The Influence of Online Shops on the Income of Clothing, Shoes, and Accessories Traders in the Bakungnge Traditional Market, Ponre District. Thesis of the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Guided by: Abdul Muttallib and Sahabuddin N.*

This study aims to determine the influence of online shops on the income of clothing, shoes, and accessories traders in the Bakungnge traditional market, Ponre District. The location of this research is in the traditional bakungnge market, mappesangka village, kecamatan ponre. The population in this study amounted to 115 with a total of 53 samples. The research method used is quantitative using primary data, namely questionnaires. The data analysis technique used was simple regression analysis and t-test using SPSS 25. This study shows that online shops have a positive and significant effect on the income of clothing, shoes, and accessories traders in the Bakungnge Traditional Market, Ponre District.

Keywords: Online Shop, Merchant Income



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *online shope* terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu dan aksesoris di pasar tradisional Bakungnge kecamatan Ponre ”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Syamsuddin dan Ibu Arniati L yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., MT, IPU., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Abdul Muttalib, S.E., M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Sahabuddin N, S.E., M.M, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Ibu Sitti Marhumi, S.E., M.M, selaku Penasehat Akademik (PA) penulis.
7. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
8. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Kepala UPT Dinas Perdagangan Bone Beserta seluruh jajarannya, yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dalam menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana

Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

10. Terimah kasih kepada kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan dan selalu ada buat penulis, saudara tercinta penulis kakak dan adik serta kakak ipar penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dan teman kerabat saya kost aspuri nurul annisa

11. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2021 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

12. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritikannya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabillil Haq, Fastabiql Khairat, Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Makassar, 23 April 2025

Dina Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Reori	7
1) Manajemen Keuangan	7
2) <i>Online shop</i>	8
3) Pendapatan.....	15
4) Pedagang.....	22
5) Pakaian , Sepatu dan Aksesoris	23
6) Pasar tradisional.....	24
B. Penelitian Terdahulu	25

C. Kerangka Fikir	35
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	37
C. Jenis Dan Sumber Data.....	37
D. Populasi Dan Sampel	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Definisi Operasi Variabel	40
G. Metode Analisis Data.....	41
H. Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Objek Penelitian.....	44
B Hasil Penelitian.....	45
C. Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP.....	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir

35

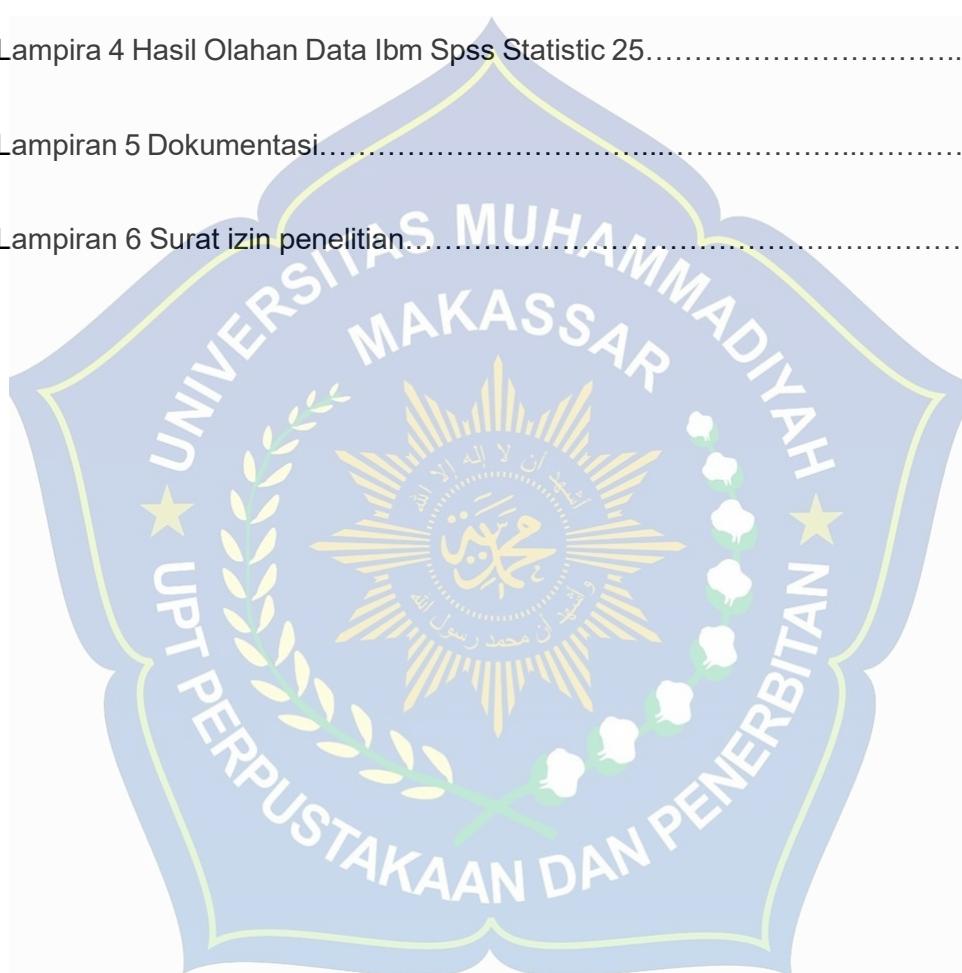


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Skala Likert	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1 pasar yang ada di kecempetaan ponre.....	44
Tabel 4.2 Deskripsi Hasil Penyebaran Kuesioner.....	47
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan pendidikan.....	49
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan jenis dagangan.....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji persial (Uji t).....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 Karekteristik responden.....	67
Lampiran 3 Tabulasi kusioner.....	68
Lampira 4 Hasil Olahan Data Ibm Spss Statistic 25.....	71
Lampiran 5 Dokumentasi.....	76
Lampiran 6 Surat izin penelitian.....	77



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai bidang mulai dari kelas atas hingga kelas bawah. Termasuk dalam bidang perdagangan khususnya bisnis *online shopping* yang semakin mudah di akses karena seiring dengan perkembangan teknologi internet . Saat ini, hampir semua aspek kehidupan menjadi lebih baik dengan adanya perkembangan teknologi internet, termasuk dalam mempromosikan produk dan jasa di sektor bisnis (uus Rusmawan, 2014). Cara berpikir individu telah berubah sebagai hasil dari internet, terutama di sektor bisnis. Dimulai dari mencari ide, mempekerjakan karyawan, memproduksi, menjual, dan menyelesaikan transaksi (Hijrah, 2018). Seiring perkembangan zaman, teknologi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari semua hal yang dilakukan manusia. Hal ini ditunjukkan oleh fakta bahwa akses teknologi canggih tersedia dibanyak negara, termasuk di Indonesia.

Pasar tradisional muncul dan di kenal ketika masyarakat melakukan kegiatan bertransaksi usaha di tempat yang terbuka yang dekat dengan sesama penjual seperti di jalan raya dan lingkungan sekitar masyarakat pada dasarnya pasar tradisional ini sangat di butuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup terutama pada masyarakat dan perdagangan di pasar ini menggunakan cara tradisional. Dalam pandangan orang bugis terkait pasar tradisional memiliki pandangan yang positif. Bagi mereka pasar tradisional bukan hanya sekedar tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai pusat interaksi sosial budaya yang menghidupkan nilai-nilai gotong royong

Seiring perkembangan zaman, peran pasar tradisional makin terkikis, seperti halnya pasar Bakungnge. Pasar Bakungnge merupakan salah satu pasar yang ada di kecamatan Ponre. Pada tahun sebelumnya pasar Bakungnge menjadi salah satu pasar yang cukup ramai yang diminati dari penjuru masyarakat desa. Segala kebutuhan yang di cari ada pada pasar ini, terutama pakaian, sepatu dan aksesoris. Namun perubahan zaman yang terus semakin cepat kini eksistensi pasar Bakungnge mulai sepi pembeli, di karenakan teknologi saat ini semakin canggih dengan adanya penjualan melalui sosial media ataupun aplikasi (*online shop*) yang menjadi salah satu ancaman terbesar bagi pedagang pasar Bakungnge sehingga pendapatan para pedagang menurun secara drastis . Namun, perubahan zaman ini tidak bisa di hindari karena *online shop* kini mudah di akses di kalangan manapun sehingga persaingan pasar online dan tradisional menjadi ketat dan kerap menjadi sebuah masalah di masyarakat.

Online shop merupakan salah satu bentuk alternatif yang digunakan para pebisnis untuk menjual dan menyediakan produk/jasa kepada konsumen karena di anggap melalui fasilitas ini biaya lebih murah dan mudah untuk diakses. Dengan adanya *online shop* memberikan kemudahan konsumen dalam berbelanja, dengan hanya membuka aplikasi konsumen dapat memesan produk yang akan dibeli dibanding harus berbelanja dengan menempuh tempat belanja langsung (Lo et al., 2023)

Di sisi lain, perkembangan bisnis online juga didukung oleh peningkatan produktivitas dari industri yang menawarkan berbagai jenis produk yang akan di pasarkan melalui media Internet seperti toko *online shop*. Jual beli *online* telah menjadi pilihan bagi sebagian pebisnis selain memudahkan dan

menghemat biaya iklan produk, juga membantu kegiatan bisnis seperti promosi produk, penawaran produk, jual beli produk serta tidak memerlukan karyawan yang banyak untuk mengelola bisnis. Hal ini di anggap efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan jual beli.

Persaingan bisnis pada bidang *fashion* sangat ketat terutama pada bidang pakaian, sepatu dan aksesoris , pemasar bersaing dalam menawarkan barang dagangan dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang yang dijual tersebut. Pemasar menawarkan beberapa pilihan seperti pakaian yang terbuat dari bahan yang berkualitas, *design* yang menarik, hingga beberapa pemasar membuat pakaian dari bahan yang baik dengan harga yang terjangkau, semua strategi tersebut dipakai oleh pemasar agar produknya laku terjual di pasaran. Bahkan, beberapa dari pemasar menggunakan strategi melalui pemasaran via *online*, dengan maksud agar mereka langsung masuk target pasaran, bahkan lebih mendapatkan keuntungan yang lebih banyak (Nst et al., 2021).

Beberapa fenomena yang terjadi akibat adanya *online shop* terhadap pendapatan pedagang pasar. *Online shop* yang kini semakin pertumbuh pesat dalam jumlah transaksi, volume belanja, dan penetrasi pasar di berbagai wilayah. Adapun kasus dari *online shop* Berdasarkan laporan dari goole Tamasek, dan Bain & company(2024) ekonomi digital indonesia di perkirakan akan mencapai \$70 miliar pada 2024, dengan *online shop* menjadi sektor paling dominan (*e-economy SEA* 2024). Kemudian kasus pada pasar Tanah Abang yang semakin sepi akibat adanya *online shop* (Rahmi et al., 2024)

Peningkatan bisnis *online shop* yang sangat meroket ini ternyata berdampak signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar tradisional. Secara realita masih banyak pedagang yang bisnisnya belum beralih ke *online shop* tetapi beberapa masyarakat yang selalu membeli kebutuhan pribadi di pasar tradisioanl kini sekarang sudah beralih memilih berbelanja di *online shop* dengan alasan *online shope* lebih mudah dalam proses pembelanjaan dan menghemat waktu tanpa harus pergi ke pasar.

Popularitas belanja melalui internet pada apalikasi *online shop* yang terjadi beberapa tahun membuat minat konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional secara signifikan menurun yang mengakibatkan pendapatan para pedagang pasar khususnya pedagang pakaian, sepatu dan aksesoris akan berdampak besar terhadap penghasilan penjualan. Hal ini terjadi oleh mayoritas konsumen yang dulunya berbelanja di pasar tradisional kini beralih kepasar *online* (Addin, 2022). Sehingga hal ini perlu dilakukan penelitian khususnya di pasar Bakungnge agar menemukan solusi yang tepat.

Berdasarkan uraian permasalah di atas, *online shop* yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar yang akan di teliti. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh *online shop* terhadap pendapatan pedagang pasar. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitisan yang bejudul "**Pengaruh Online Shop Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian, Sepatu Dan Aksesoris Di Pasar Tradisional Bakungnge Kecematan Ponre**"

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana dalam penelitian ini, untuk mendapatkan hasil yang baik maka harus dirumuskan permasalahan yang baik pula. Rumusan masalah diperlukan untuk mempermudah mengimplementasikan data-data dan fakta dalam suatu penelitian, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: "Apakah pengaruh *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu dan aksesoris di pasar tradisional Bakungnge kecamatan Ponre?".

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilaksanakan Untuk mengetahui pengaruh *Online Shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu dan aksesoris di Pasar Bakungnge Kecamatan Ponre ?

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat untuk berbagai pihak di antaranya:

A. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman lebih lanjut kepada siapa saja mengenai, pengaruh *Online Shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian dan aksesoris Pasar Tradisional. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi refrensi bagi penelitian sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian yang lebih mendalam.

B. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pedagang dan mulai beralih dagang secara *online* sehingga dapat memperluas pasar dan

meningkatkan penjualan. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama mengenai pengaruh *online shop* terhadap pedapatan pedagang pasar tradisional dan diharapkan dapat menjadi penelitian yang berkelanjutan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Reori

1) Manajemen Keuangan

Keuangan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam kehidupan individu, perusahaan, bahkan negara. Secara umum, keuangan berkaitan dengan bagaimana uang dikelola, baik oleh individu maupun organisasi, untuk mencapai tujuan tertentu. Latar belakang keuangan ini mencakup berbagai asal-usul perkembangan, dan peranannya dalam perekonomian serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaannya.

Irham Fahmi (2012) mengemukakan bahwa: "Manajemen Keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumberdaya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana dan membagi dana dengan tujuan memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan." Teori tersebut menyatakan bahwa manajemen keuangan merupakan suatu kajian dan perencanaan analisis untuk mengetahui mengenai keadaan keuangan yang terjadi pada perusahaan, baik itu mengenai keputusan inventasi, pendanaan bahkan aktiva perusahaan dengan tujuan memberikan profit bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan. Secara umum manajemen keuangan adalah pengelolaan fungsi keuangan. Fungsi keuangan tersebut meliputi cara menghasilkan uang (raising of

fund) dan cara penggunaan dana (*allocation of fund*). Manajer keuangan berkaitan dengan menentukan jumlah aset yang tepat dari investasi dalam aset yang berbeda dan memilih sumber dana untuk membiayai aset tersebut. Dalam praktiknya, manajemen keuangan mencakup tiga keputusan utama, yaitu keputusan investasi (penggunaan dana), keputusan pendanaan (sumber dana), dan keputusan dividen (pembagian laba). Fungsi-fungsi utama dari manajemen keuangan meliputi perencanaan anggaran, pengelolaan kas, analisis laporan keuangan, dan pengambilan keputusan strategis terkait keuangan. Manajer keuangan juga menggunakan berbagai alat analisis seperti rasio keuangan, analisis arus kas, dan perhitungan nilai waktu dari uang untuk membantu pengambilan keputusan yang efektif. Dengan manajemen keuangan yang baik, perusahaan dapat menjalankan operasionalnya secara efisien, menghindari krisis keuangan, dan mencapai pertumbuhan jangka panjang.

2) **Online shop**

a. Pengertian *online shop*

Perkembangan zaman sudah tidak di pungkiri lagi dalam kehidupan manusia dimana kebutuhan juga semakin meningkat.

Dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat akan melakukan berbagai cara untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi kebutuhan mereka. di era globalisasi saat ini khususnya di bidang teknologi kini banyak dimanfaatkan terutama pelaku usaha yang ingin mengembangkan bisnisnya secara meluas dengan jaringan internet salah satunya adalah *online shop*. *Online shop* merupakan sebuah tempat kegiatan

transaksi jual-beli, melalui internet dapat memungkinkan konsumen untuk langsung membeli barang dari penjual. Dengan adanya *online shop* dapat mempermudah dalam melakukan transaksi jual-beli.

Online shop adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu secara langsung tetapi melakukan transaksi melalui aplikasi pembelanjaan yang dilakukan dengan cara yang mudah.

Online shop juga dikenal sebagai proses penjualan produk atau jasa secara online melalui internet dengan memanfaatkan sosial media yang menjadi sarana berbelanja, dengan adanya *online shop* memberikan kemudahan dalam berbelanja dan transaksi yang diperlukan tentunya tidak memerlukan waktu yang panjang, sehingga masyarakat saat ini lebih sering melakukan pembelian barang atau jasa secara online, dan untuk mendapatkan informasi sesuai kebutuhan yang diperlukan pembeli bisa langsung berkomunikasi dengan penjualan tanpa harus bertatapan muka, kemudahan berbelanja online ini menjadi aset berharga bagi pelaku usaha karena adanya *online shop* selain mempermudah dalam memasarkan produk yang di jual juga keuntungan yang didapatkan lebih cepat karena peminat yang cukup besar dalam berbelanja online, masyarakat juga merasa bahwa *online shop* saat ini menjadi tempat berbelanja yang cukup lengkap ketersedian produk yang dibutuhkan masyarakat (Novera Gladis, 2019).

b. Jenis - Jenis *online shop*

Onlie shop terdiri berbagai macam jenis yang dapat digunakan konsumen untuk berbelanja secara online. Adapun beberapa jenis online shop yang sering di gunakan sebagai berikut :

1) TikTok *shop*

TikTok *shop* merupakan aplikasi video musik dan jejaring sosial asal cina yang resmi di luncurkan pada bulan september 2016 oleh ZhangYiming, yang di kembangkan melalui kecerdasan buatan besutan ByteDance. Di Indonesia sendiri, aplikasi TikTok diluncurkan pada bulan Mei 2017 (Sandi Marga Pratama1, 2014). Karena popularitas dan pengaruh sosialnya yang luar biasa, aplikasi ini telah melahirkan banyak trend viral di seluruh dunia, dan dikenal sangat populer di kalangan selebriti. Tempatnya para komunitas pencipta video singkat, yang dilengkapi dengan beragam musik. Aplikasi tersebut diakui sebagai wadah bagi para penggunanya untuk menampilkan beragam hal menarik yang bisa dicurahkan dari imajinasi mereka(Sandi Marga Pratama1, 2014). TikTok Shop menjadi solusi e-commerce modern yang menggabungkan hiburan dan transaksi dalam satu aplikasi, sehingga meningkatkan pengalaman belanja sekaligus potensi penjualan. Baik usaha kecil maupun brand besar dapat memanfaatkan TikTok Shop untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan pendekatan yang lebih kreatif dan personal. Untuk mulai berjualan, pengguna hanya perlu mendaftar di situs resmi TikTok Shop Seller, mengunggah produk, dan mulai membuat

konten promosi yang menarik. Dengan strategi konten yang tepat, TikTok Shop dapat menjadi salah satu saluran pemasaran dan penjualan yang sangat efektif di era digital.

2) Shopee

Shopee merupakan aplikasi *marketplace* konsumen ke konsumen (C2C) yang mudah dan praktis dalam jual beli. Aplikasi ini pertama kali digunakan oleh Garena yang saat ini bernama SEA Group. Garena sendiri mengusung mobile *marketplace* Bisnis C2C (*customer to customer*). Pada Desember 2015 shopee resmi diperkenalkan di Indonesia di bawah naungan PT Shopee International Indonesia. Produk yang ditawarkan di *marketplace* Shopee banyak variasinya, antara lain produk Kecantikan, Pakaian Pria, Pakaian Wanita, Handphone, Accesories, Komputer, Accesories, Perlengkapan Rumah, Elektronik, Makanan, Minuman, Pulsa, Tagihan Tiket, Fashion Muslim, Fashion Bayi dan Anak, Ibu dan Bayi, Tas Pria, Wanita, Kesehatan, Fotografi, Olahraga, Voucher, Alat Tulis, Serba Serbi, Sepatu Wanita dan Pria, Souvenir Pesta, Jam Tangan, dan masih banyak lagi (Widodo & Prasetyani, 2022). Shopee juga menawarkan berbagai promo menarik seperti gratis ongkir, cashback, dan diskon harian yang membuatnya populer di kalangan konsumen. Bagi penjual, Shopee memberikan akses ke jutaan pembeli potensial dan menyediakan fitur seperti toko online pribadi, iklan berbayar, dan analisis penjualan. Dengan pertumbuhan pengguna yang pesat dan inovasi berkelanjutan,

Shopee telah menjadi salah satu platform belanja online paling dominan dan dipercaya di kawasan Asia.

3) Lazada

Lazada diluncurkan pada bulan Maret 2012 dan berkembang pesat hingga saat ini. Lazada Indonesia merupakan salah satu bagian dari jaringan retail online Lazada Group yang beroperasi di enam negara di Asia Tenggara, yang terdiri dari Lazada Indonesia, Lazada Malaysia, Lazada Thailand, Lazada Vietnam, lazada Singapore dan Lazada Filipina dengan total pengguna 550 juta pengguna dari total keseluruhan enam negara tersebut. Lazada merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan jual beli online dan ritel e-commerce, hasil pengembangan dari perusahaan inkubator teknologi internet asal Jerman yaitu Rocket internet. Roket internet juga telah sukses menciptakan berbagai perusahaan-perusahaan yang inovatif dan kreatif di berbagai belahan dunia, yang berkantor pusat di Berlin, Jerman. Proyek yang dimiliki Rocket internet lainnya di Indonesia antara lain zalora, foodpanda, traveloka (Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan Dwi Yuli Astuti et al., 2019).

c. Indikator *Online shop*

1) Penerimaan Bisnis Online

Indikator ini mengukur sejauh mana masyarakat dan pedagang menerima dan mengadopsi bisnis online. Penerimaan ini mencakup persepsi tentang efektivitas dan keuntungan dari

berbelanja secara online dibandingkan dengan metode tradisional (Davis, 1989). Penerimaan bisnis lain merujuk pada berbagai sumber pendapatan yang diperoleh perusahaan selain dari kegiatan operasional utamanya. Hal ini bisa mencakup pendapatan yang berasal dari sewa properti atau aset yang dimiliki oleh perusahaan, pendapatan dari investasi seperti dividen atau bunga, serta hasil penjualan aset yang tidak lagi digunakan. Selain itu, bisnis juga bisa mendapatkan penerimaan dari royalti jika memiliki hak paten atau merek dagang yang digunakan oleh pihak lain, atau dari hibah dan subsidi yang diberikan oleh pemerintah atau organisasi lain. Pendapatan non-operasional ini sering kali tidak terkait langsung dengan produk atau layanan utama perusahaan, namun tetap memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan pendapatan total dan mendukung kelangsungan operasional bisnis. Dengan demikian, penerimaan bisnis lain ini menjadi elemen yang dapat memperkuat kondisi keuangan dan diversifikasi sumber pendapatan perusahaan

2) Preferensi Belanja Konsumen

Indikator ini menilai kecenderungan konsumen untuk memilih berbelanja secara online dibandingkan offline. Ini termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen, seperti kenyamanan, variasi produk, dan harga (Kotler & Keller, 2016). Preferensi belanja konsumen merujuk pada kecenderungan atau pilihan yang dimiliki konsumen dalam memilih produk atau layanan tertentu saat berbelanja. Preferensi ini dipengaruhi oleh berbagai

faktor, seperti kebutuhan pribadi, keinginan, nilai-nilai budaya, pengaruh sosial, serta faktor ekonomi dan psikologis. Misalnya, konsumen mungkin lebih memilih produk dengan harga lebih terjangkau, kualitas lebih baik, atau merek tertentu yang sudah dipercaya. Selain itu, faktor kenyamanan, kemudahan berbelanja (seperti di toko fisik atau online), dan pengalaman berbelanja juga memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumen.

3) Mengikuti *Trend*

Indikator ini mengukur seberapa penting bagi pedagang untuk mengikuti tren fashion terkini. Kemampuan untuk mengikuti tren dapat mempengaruhi daya tarik produk dan keputusan pembelian konsumen (Solomon, 2020). Mengikuti tren merujuk pada kebiasaan atau tindakan seseorang atau kelompok yang menyesuaikan diri dengan pola atau gaya yang sedang populer di masyarakat, baik itu dalam hal mode, teknologi, gaya hidup, atau kebiasaan konsumsi lainnya. Mengikuti tren sering kali dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya, di mana orang cenderung terpengaruh oleh apa yang dianggap “populer” atau “terbaru” di lingkungan mereka, baik itu melalui media sosial, selebritas, atau rekomendasi dari teman dan keluarga.

4) Dampak Terhadap Pasar Tradisional

Indikator ini menilai dampak yang dirasakan oleh pasar tradisional akibat peningkatan bisnis online. Ini mencakup analisis tentang sepihnya pasar dan perubahan perilaku konsumen yang

beralih ke belanja online (Rahmi et al., 2024). Dampak mengikuti tren terhadap pasar dapat memiliki pengaruh besar baik secara positif maupun negatif. Di sisi positif, mengikuti tren yang populer dapat meningkatkan permintaan terhadap produk atau layanan yang sesuai dengan tren tersebut, membuka peluang untuk inovasi, dan memungkinkan perusahaan meningkatkan penjualannya dengan menawarkan produk yang relevan dengan keinginan konsumen.

3) Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan didefinisikan sebagai seluruh sejumlah uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti : sewa, bunga, dividen serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran (Samuelson dan Nordhaus, 2009).

Pendapatan merupakan uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji (wages), upah (salaries), sewa (rent), bunga (interest), laba (profit) dan sebagainya, bersama sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun dan sebagainya. Dalam konteks perusahaan, pendapatan umumnya berasal dari hasil penjualan barang atau jasa yang menjadi aktivitas utama bisnis, dan disebut sebagai pendapatan operasional. Sementara itu, pendapatan juga bisa berasal dari luar aktivitas utama, seperti bunga, dividen, atau keuntungan dari penjualan aset, yang disebut pendapatan non-

operasional. Pendapatan merupakan komponen penting dalam laporan laba rugi karena mencerminkan kinerja keuangan suatu entitas. Bagi individu, pendapatan menjadi dasar untuk memenuhi kebutuhan hidup dan merencanakan keuangan, sedangkan bagi negara, pendapatan masyarakat mencerminkan tingkat kesejahteraan ekonomi dan menjadi salah satu indikator pembangunan. Dalam analisis mikroekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga maupun laba, secara berurutan. Dalam analisis ekonomi makro, istilah pendapatan nasional (national income) dipakai berkenaan dengan pendapatan agregat suatu negara dari sewa, upah, bunga dan pembayaran, tidak termasuk biaya transfer (tunjangan pengangguran, pensiun dan lain sebagainya) (Hanum, 2017).

b. Jenis-jenis Pendapatan

Menurut (ainun nisah, firman menne, 2020) dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu :

- 1) Pendapatan operasional, pendapatan operasional adalah pendapatan dalam suatu periode tertentu yang muncul dari penjualan barang dagangan, produk, atau jasa dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan. Jenis pendapatan operasional timbul dari berbagai cara, yaitu:

- a) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilaksanakan sendiri oleh perusahaan tersebut.
- b) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha dengan adanya hubungan yang telah disetujui, misalnya penjualan konsinyasi.
- c) Pendapatan dari kegiatan usaha yang dilaksanakan melalui kerjasama dengan para investor.

Pendapatan ini juga dapat dibedakan sebagai berikut:

- a) Penjualan Barang dalam hal ini meliputi barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali seperti barang dagangan yang dibeli.
 - b) pengecer atau tanah dan property lain yang dibeli untuk dijual kembali.
 - c) Penjualan Jasa, biasayanya menyangkut pelaksanaan tugas yang secara kontraktual telah disepakati untuk dilaksanakan.
- 2) Pendapatan non operasional adalah pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, akan tetapi bukan diperoleh dari kegiatan operasional utama perusahaan. Adapun jenis dari pendapatan ini dapat dibedakan sebagai berikut:

- a) Pendapatan yang diperoleh dari penggunaan aktiva atau sumber ekonomi perusahaan oleh pihak lain. Contohnya pendapatan bunga, sewa, royalti, dan lain-lain.
- b) Pendapatan yang diperoleh dari penjualan aktiva diluar barang dagangan atau hasil produksi. Contohnya, penjualan surat-surat berharga, penjualan aktiva tak berwujud.

c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi pendapatan

Menurut (Wahyono 2017) faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang terdiri dari :

1) Modal

Modal adalah saldo awal para pedagang yang digunakan untuk menyediakan barang dagangannya untuk dijual. Modal terdiri dari dua, yaitu modal uang dan modal barang dagangan. Modal uang adalah modal yang digunakan pedagang untuk belanja barang dagangan yang bersumber dari milik pribadi atau pinjaman dari pihak lain. Sedangkan, modal barang dagangan adalah modal berasal dari suplier yang menitipkan barang dagangan dengan perjanjian pembayaran bagi hasil sesuai kesepakatan (Husnan & Pudjiastuti, 2012).

2) Jam Kerja

Jam kerja merupakan curahan waktu yang digunakan oleh individu dalam melaksanakan kegiatan bekerja untuk memperoleh penghasilan. (Rosiana Ramadhan, Ika Listyawati, 2022) jam kerja berkaitan erat dengan tingkat pendapatan. Maka jam kerja sangat sangat berperan penting dalam menentukan kuantitas barang atau jasa dagangan yang terjual (Purnamasari et al., 2018).

3) Lama usaha

Lama usaha adalah seberapa lama pedagang menjalani usahanya yang dimulai dari awal sampai berkembangnya usahanya. Usaha yang sudah lama dijalankan akan berbeda dengan usaha yang baru dimulai karena usaha yang lama sudah

pasti mempunyai pelanggan dan mengetahui bagaimana yang diinginkan para konsumen serta memahami cara bersaing dengan pedagang lainnya (Mangkunegara & Prabu, 2000).

4) Lokasi usaha

Lokasi usaha adalah tempat atau letak geografis di mana suatu kegiatan bisnis dijalankan, baik itu berupa toko, kantor, pabrik, atau tempat produksi lainnya. Pemilihan lokasi usaha sangat penting karena dapat memengaruhi kelancaran operasional, biaya, dan terutama tingkat penjualan serta keuntungan. Lokasi yang strategis, seperti di dekat pusat keramaian, akses transportasi yang baik, dan dekat dengan target pasar, biasanya memberikan peluang lebih besar untuk menarik pelanggan. Menjalakan kegiatan usaha pasti memerlukan tempat sebagai tempat untuk menjual dagangannya. Lokasi usaha adalah tempat yang digunakan untuk melakukan kegiatan ekonomi dan melakukan transaksi jual beli (Kotler & Keller, 2016).

d. Penggolongan pendapatan

Berdasarkan penggolongannya Badan Pusat Statistik (BPS) membedakan pendapatan penduduk ke dalam empat kategori:

- 1) Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000.00 per bulan.
- 2) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata rata antar Rp.>2.500.000.00 s/d Rp. 3.500.000.00 per bulan.
- 3) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata rata antara Rp.>1.500.000.00 s/d Rp. 2.500.000.00 per bulan.

- 4) Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata rata dibawah Rp.1.500.000.00 per bulan.

Menurut (Wahyono 2017) total revenue (pendapatan) didapatkan jumlah output yang terjual dikali dengan harga barang yang terjual. Yang mana dirumuskan sebagai berikut:



e. Indikator Pendapatan

1) Modal

Modal adalah dana yang digunakan untuk memulai dan menjalankan bisnis. Modal ini dapat berupa uang tunai, aset tetap, atau persediaan yang diperlukan untuk operasional usaha. Modal

yang cukup penting untuk kelangsungan usaha dan pertumbuhan bisnis.

2) Lama usaha

Lama usaha merujuk pada durasi waktu di mana suatu bisnis telah beroperasi. Ini dapat mempengaruhi reputasi, pengalaman, dan jaringan bisnis. Usaha yang telah beroperasi lebih lama cenderung memiliki pelanggan yang lebih setia dan pemahaman yang lebih baik tentang pasar.

3) Jam kerja

Jam kerja adalah durasi waktu yang dihabiskan oleh pemilik usaha atau karyawan untuk menjalankan aktivitas bisnis. Jam kerja yang baik dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Fleksibilitas dalam jam kerja juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan karyawan.

4) Lokasi Usaha

Lokasi usaha adalah tempat di mana suatu bisnis beroperasi. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas kepada pelanggan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi volume penjualan. Faktor-faktor seperti kepadatan penduduk, akses transportasi, dan kompetisi di sekitar lokasi juga penting untuk dipertimbangkan. Lokasi juga memengaruhi biaya operasional, seperti sewa tempat, pengelolaan logistik, dan tenaga kerja. Faktor lain yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi usaha meliputi keamanan, persaingan di sekitar, serta demografi atau karakteristik pasar sasaran. Misalnya, untuk usaha ritel, lokasi

yang dekat dengan kawasan perkantoran atau pusat perbelanjaan bisa lebih menguntungkan. Sementara itu, untuk usaha berbasis produksi, lokasi yang dekat dengan sumber bahan baku atau fasilitas distribusi bisa lebih efisien. Pemilihan lokasi yang tepat dapat memberikan keunggulan kompetitif dan membantu bisnis berjalan lebih lancar serta mencapai kesuksesan dalam jangka panjang.

4) Pedagang

a. Pengertian pedagang

Pedagang adalah bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penengah (distribusi) suatu barang yang dihasilkan dari sektor ekonomi, yaitu sektor pertanian, sektor industri dan sektor jasa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh manusia atau masyarakat untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen. Secara logis dengan adanya kegiatan ini akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dagang merupakan pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan. Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang (Azkiya, 2022).

b. Jenis-Jenis pedagang

Menurut (Sujatmiko 2014) Pedagang di kategorikan menjadi :

- 1) Pedagang grosir, yang beroperasi dalam perputaran distribusi antara produsen dan pedagang eceran.
- 2) Pedagang eceran, yang disebut juga pengecer dimana pedagang ini yang menjual langsung produk secara sedikit atau satuan ke konsumen, pengecer biasanya mempunyai toko atau kios.
- 3) Pedagang kaki lima, pedagang ini berjualan dengan memanfaatkan area pinggir jalan raya untuk berjualan dan menggunakan gerobak atau menggelar dagangannya.

c. Ciri- Ciri pedagang

- 1) Mempunyai usaha dagang
- 2) Meperhatikan jumlah pembelian dan penjualan produk atau jasa
- 3) Memiliki pengetahuan yang lebih tentang perdagangan di pasar
Mampu bersaing serta mengoperasional dan logistik barang produk.

5) Pakaian , Sepatu dan Aksesoris

a. Pakaian

Pakaian adalah sesuatu yang tidak bisa di pisahkan dari kebutuhan kehidupan manusia. Pakaian sudah dikenal sejak abad tahun yang di gunakan sebagai penutup tubuh. Dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pakaian adalah barang yang dipakai (baju, celana, dan sebagainya) sedangkan berpakaian adalah mengenakan pakaian, berdandan, memakai pakaian. Sebelum perkembangan

zaman pakaian belum terlalu banyak , manusia dapat memperoleh baju dengan cara menjahit di karenakan perekonomian yang kurang pada saat itu tetapi seiring dengan perkembangan zaman pakaian sudah ada di mana-mana. Segala macan pakaian sudah muncul mulai dari baju , celana rok, jilbab dan sebagiannya dari pakaian bahkan pakaian yang mempunyai *brend*. Jenis pakaian sangat beragam, tergantung pada tujuan penggunaannya seperti pakaian sehari-hari, pakaian kerja, pakaian formal, hingga pakaian adat atau keagamaan. Industri pakaian merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian karena mencakup proses produksi, distribusi, hingga penjualan yang melibatkan banyak tenaga kerja. Dalam era modern, pakaian tidak hanya dijual di toko fisik, tetapi juga melalui platform digital seperti e-commerce dan media sosial, yang membuatnya lebih mudah diakses oleh konsumen dari berbagai kalangan.

b. Sepatu

Sepatu adalah barang atau alas kaki yang digunakan untuk melindungi kaki dari berbagai macam potensi bahaya, seperti benda tajam, kotoran, dan cuaca ekstrem (panas atau dingin). sepatu juga memberikan kenyamanan dan mendukung aktivitas fisik yang melibatkan pergerakan kaki, seperti berjalan, berlari, atau berdiri dalam waktu lama.

Sepatu pertama kali digunakan oleh manusia purba untuk melindungi kaki dari bahaya dan cuaca ekstrem. Pada masa dahulu, sepatu terbuat dari bahan alami yang tersedia di lingkungan sekitar, seperti kulit binatang, serat tanaman, atau bahkan kulit kayu. Beberapa

bukti menunjukkan bahwa manusia pada zaman dulu membuat alas kaki yang sangat sederhana, seperti sandal atau pelindung kaki yang terbuat dari kulit atau daun. Namun seiring berkembangnya zaman sepatu mengalami perubahan besar berkat penemuan mesin-mesin industri dan teknik pembuatan massal. Kini sepatu sudah banyak yang terbuat dari berbagai bahan yang berkualitas mulai dari sepatu kasual, olahraga, formal, kerja dan pesta tergantung dari keinginan dan kebutuhan. harga sepatu pun juga berbeda beda tergantung dari merek sepatu .

Sekarang Sepatu sudah bisa dibeli di manapun mulai dari berbelanja pasar secara langsung sampai berbelanja secara online tergantung keinginan ingin berbelanja dimana.

c. Aksesoris

Aksesoris merupakan suatu benda atau barang yang digunakan oleh seseorang wanita ataupun pria untuk menjadikan dirinya lebih tampil cantik atau tampil menawan dan percaya diri, bentuk aksesoris memiliki berbagai macam mulai dari kalung, cincin, gelang, ataupun jam tangan dan masih banyak lainnya. Perkembangan aksesoris pada zaman saat ini berbeda dengan zaman dulu di mana aksesoris belum begitu banyak dan susah untuk mendapatkannya , Namun seiring waktu berlalu kini aksesoris sudah banyak sampai di minati oleh kalangan wanita maupun pria sebagai fashion atau keperluan gaya agar tampil percaya diri.

Dalam dunia mode, aksesoris (serapan dari bahasa Belanda: accessoire) adalah benda-benda yang dikenakan oleh seseorang untuk menambah penampilan agar lebih menarik.

6) Pasar tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar menawar (Permendagri, 2007).

Pasar tradisional berfungsi sebagai fasilitas umum untuk melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat. Pasar juga dijadikan sebagai pusat perdagangan ,tempat bertransaksi jual beli, tawar menawar dan tempat untuk bertemu sesama masyarakat.

Pada umumnya pasar tradisional merupakan tempat penjualan bahan-bahan kebutuhan pokok (sembako). Biasanya pasar tradisional beraktifitas dalam batas-batas waktu tertentu, seperti pasar pagi, pasar sore, pasar pekan dan lain sebagainya. Pasar tradisional biasanya dikelola oleh pemerintah maupun swasta, fasilitas yang tersedia biasanya merupakan bangsal-bangsal, gudang, toko-toko, stand-stand atau kios-kios, toilet umum pada sekitar pasar tradisional.

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, karena selain menyediakan akses langsung ke barang-barang kebutuhan sehari-hari, pasar ini juga mendukung perekonomian mikro dengan memberi ruang bagi pedagang kecil untuk menjalankan usaha. Selain itu,

pasar tradisional juga sering menjadi pusat interaksi sosial dan budaya di masyarakat setempat. Meskipun pasar modern dan e-commerce semakin berkembang, pasar tradisional tetap memiliki daya tarik tersendiri karena menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan unik.

B. Penelitian Terdahulu

Peneliti mengumpulkan hasil penelitian sebelumnya untuk digunakan sebagai referensi dan perbandingan dengan penelitian ini. Hasil penelitian tersebut meliputi:

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

NO	Nama penelitian dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel	Alat analisis	Hasil penelitian
1	Rahmi dkk 2024	Pengaruh Online Shop Terhadap Penjualan Di Pasar Tanah Abang Yang Semakin Sepi	Online shop (x1) penjualan (Y1)	Alat yang digunakan penelitian ini adalah kuesioner Gform	Hasil penelitian menunjukkan bahwa online shop memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan di Pasar Tanah Abang. Konsumen lebih memilih berbelanja di online shop karena kemudahan, kepraktisan, dan harga yang lebih murah.
2	Neni, kholid,	Dampak Bisnis fashion	Bisnis fashion	peneliti menggunakan	disimpulkan bahwa para

	rahman 2023	Fashion Online terhadap Tingkat Pendapata n Pedagang Fashion di Kampung Wuring, Kabupaten Sikka	online (X1) tingkat pendapata n(Y1)	teknik analisis data yaitu model Miles & Huberman	pedagang offline di kampung wuring memandang bahwa jual beli online memang semakin diminati oleh berbagai kalangan masyarakat dengan kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkannya. Perihal tersebut juga berdampak pada usaha jualan mereka. Dampak yang dirasakan para pedagang akibat adanya belanja online yaitu pada penurunan jumlah pembeli dan pendapatan mereka per harinya dan para pedagang merasa kalah saing dengan pedagang online dari segi harga dan akses yang mudah
3	Puji yuniarti 2019	Analisis Faktor- Faktor yang Mempeng aruhi Pendapata n Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok	Tingkat pendidikan (X1), Modal usaha (X2), Biaya (X3), Lama usaha (X4), Jam kerja (X5), Pendapata n pedagang (Y2)	Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel parsial yang berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Cinere antara lain modal usaha (X2), biaya (X3) dan jam kerja (X5). Sedangkan variabel tingkat

					pendidikan (X1) dan lama usaha (X4) tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok. Selanjutnya variabel modal usaha, biaya, dan jam kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok. Pengaruh variabel terikat juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang yaitu sebesar 36,1% dan sisanya sebesar 43,9% dipengaruhi oleh variabel lain
4	(Nurlinda et al., 2022)	Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral	Pasar modern (X1), Pendapatan (Y1)	Analisa data dengan tindakan, seperti reduksi data, display data, verifikasi data, dan penarikan kesimpulan, untuk mengolah data penelitian.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern saling berdekatan pasar sentral pangkep mempunyai pengaruh terhadap pendapatan pedagang di pasar sentral pangkep Kabupaten

	Pangkep Kabupaten Pangkajen e Kepulauan)		Pangkajene dan Kepulauan. Itu kehadiran pasar modern dapat memberikan dampak terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional, yaitu mengurangi pendapatan mereka, khususnya pedagang barang campuran, tas dan pakaian, sepatu/sandal. Penurunan pendapatan sebesar 49% disebabkan oleh penurunan konsumen di pasar tradisional yang lebih memilih pasar modern dengan fasilitas dan infrastruktur yang ditawarkan oleh pasar modern yang bisa membuat konsumen lebih nyaman dan aman, yaitu harga yang ditawarkan relatif murah dengan tinggi barang berkualitas. Pembeli juga terkadang mendapat diskon yang dapat menarik pembeli.		
5	Malazanet i dkk 2023	Analisis Dampak Online	Online shop (X1),	Alat yang digunakan yaitu dengan	Hasil penelitian ini dengan 66respon para pedagang

		Shop Terhadap Para Pedagang Di Pasar Tradisional Paninggaran	Pedagang (Y2)	teknik wawancara lisan serta pengamatan secara langsung	tradisional berdasarkan data diatas terdapat 30% pedagang merespon positif,maksudnya para pedagang memahami kelebihan dan kekurangan penjualan online,sehingga menemukan strategi yang cocok untuk bersaing. Selain itu terdapat 50% respon negatif pedagang terhadap penjualan online, ini dikarenakan penjualan online sangat mempengaruhi pendapatan para pedagang dipasar tradisional.
6	(Saputra et al., 2023)	Dampak E-Commerce Terhadap Pendapatan Pedagang Sandang Di Pasar Batusangkar	E-Commerce (x1), pendapatan (Y2)	Teknik wawancara dengan Analisis data d Miles And Huberman berupa reduksi	Hasil dari penelitian ini adalah E-commerce akan membawa dampak yang merugikan pedagang sandang konvensional dalam jangka panjang karena e-commerce akan mendoktrin otak pembeli menjadi kecanduan berbelanja online, khususnya pada generasi Z dan generasi Alfa. Oleh karena itu,

					pedagang sandang Pasar Batusangkar harus mengikuti tren zaman dengan beralih menggunakan e-commerce. Namun bila tidak menggunakan e-commerce maka diprediksi dalam jangka panjang pendapatan usaha pedagang sandang Pasar Batusangkar akan lebih turun drastis
7	(Saputra et al., 2023)	Pengaruh Tiktok Shop terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Tanjung dan Ambulu Kabupaten Jember	Tiktok Shop (x1), pedagang pasar (Y2)	uji keabsahan data teknik yang digunakan yaitu triangulasi data. Triangulasi data merupakan proses menilai kecukupan data dari hasil persatuan beberapa sumber pengumpulan data.	Hasil penelitian ini menunjukkan Dengan adanya platform berbelanja daring atau e-commerce yang semakin berkembang, eksistensi pasar tradisional masih tetap ada dalam aspek kehidupan masyarakat karena pasar tradisional tidak hanya menjadi tempat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari tetapi juga tempat dimana terjadinya interaksi antar banyak orang. Pasar tradisional juga menjadi pusat kegiatan ekonomi di tingkat lokal, dimana didalamnya dapat

					memberikan peluang pekerjaan bagi para pedagang dan pekerja lainnya. Dalam pasar tradisional menawarkan produk-produk lokal yang unik sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung untuk mendapatkan pengalaman berbelanja yang autentik.
8	Wardah, yafiz, ramadhan i 2021	Dampak Bisnis Fashion Online Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Di Pasar Petisah Medan	Bisnis Fashion (X1), Tingkat Pendapatan (Y1)	uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, dan uji determinan menggunakan SPSS versi 22.0	Dari hasil pengujian diatas, maka diperoleh Ha diterima dan Ho ditolak, artinya tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan ternyata dipengaruhi atau berdampak oleh Bisnis fashion online sehingga lebih jelasnya bahwa ternyata bisnis fashion online berdampak terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah Medan.
9	Achira,Am barwati, azwari 2023	Pengaruh Penggunaan E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan	Pengguna E-Commerce (X1), Peningkatan Pendapatan	metode Partial Least Square (PLS), pengolahan data dilakukan dengan software	Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-commerce memiliki hubungan yang positif dan

		Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Penelitian di Kota Palembang)	n Usaha (Y1)	Smart 3.0.	PLS	berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Palembang. Dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi dalam kategori cukup dengan besaran R2 sebesar 0,600 atau 60%
10	(Ainah 2024)	Pengaruh Keberadaan Toko Online (Online Shop) Di Bidang Fashion Terhadap Laba Usaha Mikro Di Kabupaten Hulu Sungai Selatan)	Online shop (x1) fashion (X2), Laba usaha Mikro (Y1)	Alat yang digunakan regresi variabel dummy untuk menentukan hubungan antara variabel bebas dan terikat. Hasil yang diperoleh menggunakan SPSS dengan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesi		Hasil penelitian ini dapat disimpulkan melalui uji F dan uji T bahwa modal usaha, lama usaha dan penggunaan toko online (online shop) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap laba usaha di Kabupaten Hulu Sungai Selatan dan secara parsial, lama usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap laba usaha di Kabupaten Hulu Sungai Selatan dan Laba usaha penggunaan toko online (online shop) di Kabupaten Hulu Sungai Selatan lebih besar dari pada yang bukan toko online (online shop)

C. Kerangka Fikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh hubungan antara variabel terikat yaitu online shop dengan variabel bebas yaitu pendapatan. Kerangka penelitian ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap permasalahan yang dibahas. Adapun kerangka pikir penelitian ini dingambarkan sebagai berikut :



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, Dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2008). Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini yaitu: Hubungan *Online shop* dengan pendapatan pedagang pakaian dan aksesoris di pasar tradisional Bakungnge.

Pengaruh Oline shop terhadapa pendapatan Pedagang

Online shop adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu secara langsung tetapi melakukan transaksi melalui aplikasi pembelanjaan yang dilakukan dengan cara yang mudah. Online shop sudah sangat berkembang dan banyak di gunakan oleh masyarakat kota maupun desa. Menurut penjelasan yang dikemukakan dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian yang di peroleh menunjukkan bahwa Online shop berpengaruh positif terhadap Pendapatan Pedagang di pasar. Hal ino sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh (ADI 2023) yang menyatakan bahwa Online shop berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh (Achira, Ambarwati, azwari 2023). Menyatakan bahwa Online shop berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM , maka hipotesis yang diusulkan dalam penelitia ini maka dirumuskan hipotesis:

H1 : Di duga *online shope* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu dan aksesoris di pasar Bakungnge Kecamatan Ponre.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penjabaran deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear sederhana.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional Bakungne di jalan poros camming Kecamatan Ponre Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan mulai dari bulan Januari sampai Februari Tahun 2025.

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh penelitian secara langsung dari sumber utama dan lokasi penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data primer penelitian ini berasal dari pedagang internal melalui pengisian kuisisioner yang diberikan oleh penelitian.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono 2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pedagang pakaian, sepatu dan aksesoris di pasar tradisional Bakungnge Kecamatan Ponre yang berjumlah 112 pedagang.

2. Sampel

Peneliti secara teknis umumnya mengalami kesulitan untuk mengambil seluruh elemen populasi jika jumlah elemen populasinya terlalu banyak atau bahkan sulit untuk dihitung. Kendala yang dihadapi peneliti umumnya masalah keterbatasan waktu, biaya dan tenaga yang tersedia.

Teknik Pengambilan Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive random sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan kriteria atau syarat tertentu. Pengambilan sampel dilakukan dipasar Bakungnge Kecamatan Ponre, dengan pedagang yang masuk dalam kriteria sebanyak 112 pedagang pakaian, sepatu dan aksesoris. Pada penelitian ini peneliti mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh pedagang sebanyak 112 Pedagang dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin menurut (Sugiyono 2014). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel

jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

Sampel yang masih bisa ditolerir, $e = 0,1$

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut

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

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

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 112 pedagang. sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{112}{1 + 112 (0,1)^2} = \frac{112}{2,12} = 53$$

Berdasarkan perhitungan, sampel dalam penelitian ini sebanyak 53 dari 112 Pedagang Pasar. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan hasil pengujian yang lebih baik.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, yaitu melalui kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan

mengajukan serangkaian pertanyaan yang dibuat dalam suatu daftar pertanyaan kepada responden. Dalam pengukurannya, setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pernyataan, dengan skala Likert. Skala Likert menggunakan penilaian dari 1 sampai dengan 5 untuk mendapatkan jawaban sangat tidak setuju sampai dengan jawaban sangat setuju dengan memberi tanda kolom jawaban yang akan dipilih responden pada Google form dan kertas kusioner.

Tabel 3.1 Skor Skala Likert

Kriteria Penelitian Responden	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Definisi Operasi Variabel

Variabel Menurut Arikunto (2015), untuk memudahkan dalam Defenisi Operasional Variabel operasional sebagai berikut : mempertegas penafsiran variabel yang diteliti maka akan dikemukakan definisi penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Untuk merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam menjadi titik perhatian suatu penelitian. Definisi operasional variable penelitian variabel. Definisi operasional variabel adalah objek penelitian, atau apa yang pengumpulan dan analisis data, maka diperlukan suatu definisi operasional sebagai berikut:

Tabel 3.2 Defini Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<i>Online shop</i> (X)	<i>Online shop</i> adalah merupakan sebuah layanan berbelanja virtual yang tersedia diplatform yang diakses menggunakan internet.	1 Penerimaan bisnis online 2 Preferensi belanja konsumen 3 Mengikuti <i>Trend</i> 4 Dampak terhadap pasar tradisional	Likert
Pendapatan Pedagang Pakaian, Sepatu dan Aksesoris (Y)	Pendapatan Pedagang merupakan penghasilan yang diterima oleh pedagang dari hasil penjualan yang mana pendapatan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan keberlangsungan usahanya.	1 Modal 2 Upah 3 jam kerja 4 lokasi usaha	Likert

G. Metode Analisis Data

Analisis data adalah Upaya menemukan dan Menyusun secara sistematis dan catatan-catatan hasil observasi, wawancara dan hal-hal lain untuk meningkatkan pemahaman, peneliti terhadap suatu kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan kepada orang lain. Namun untuk menambah pemahaman, analisis harus dilanjutkan dengan berusaha mencari makna.

1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif merupakan proses analisis secara detail. Data yang terkumpul diambil dari instrumen penelitian berupa kuesioner. Tujuan utamanya adalah untuk menjelaskan atau mendeskripsikan data apa adanya tanpa melakukan generalisasi atau membuat kesimpulan umum.

2. Uji Instrument Penelitian.

a. Uji Validitas

Uji validitas mengukur sah atau tidaknya suatu daftar pertanyaan.

Uji validitas penelitian penelitian ini ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu daftar instrument dianggap valid apabila daftar instrument tersebut dapat mengukur sesuatu yang diukur. Jika $>$ maka indikator dikatakan valid, bedera dengan $<$ maka pointer dikatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas mengukur kuesioner yang merupakan indikator dan variabel. Uji reabilitas diukur menggunakan uji statistik alpha. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai alpha $> 0,60$. Uji reliabilitas penelitian dilakukan dengan menggunakan SPSS

3. Regresi Linear Sederhana

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi sederhana merupakan hubungan linear antara satu variabel bebas yaitu, *Online shop* (X) dan variabel terikat yaitu Pendapatan pedagang pakaian, sepatu dan aksesoris (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan variabel bebas dengan variabel terikat,

apakah variabel terikat mempunyai hubungan positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel bebas naik atau turun.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + b X + e$$

Ket:

Y = Pendapatan pedagang

X = Online shop

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error

H. Uji Hipotesis

a. Uji Persial

Uji persial t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Online shop* (X) terhadap Pendapatan pedagang Pakaian, sepatu dan aksesoris (Y). Uji statistik menggunakan tingkat signifikansi terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai t lebih dari 5% berarti variabel independen (Y).

b. Koefisien Determinasi

Memiliki fungsi pengukuran seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Di dalam penelitian ini perhitungan R^2 bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependent.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah pasar Bakungnge

Pasar tradisional merupakan tempat dimana terjadi transaksi jual beli secara langsung yang dalam pelaksanaannya masih secara tradisional dalam bentuk eceran. Pasar tradisional dijadikan sebagai sektor ekonomi yang sangat penting, siapapun dapat menjual barang dagangannya di pasar. Kebanyakan masyarakat bergantung pada pasar untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka .Menjadi Pedagang pasar merupakan salah satu alternatif pekerjaan di tengah banyaknya pengangguran di indonesia

Tabel 4.1 pasar dan jumlah pedagang di kecamatan ponre

NAMA PASAR	JUMLAH PEDAGANG
Pasar lonrong	150
Pasar tinco	59
Pasar bakungnge	150

Sumber : Dinas perdagangan bone

Salah satu pasar Tradisional yang ada di kecamatan ponre yaitu pasar Bakungnge. Pasar bakungnge merupakan pasar tradisional yang menjual berbagai macam produk yang dibutuhkan masyarakat sekitar seperti Pakaian ,sepatu, Aksesoris, ikan, ayam ,kebutuhan pokok Dan perlengkapan rumah tangga.

Pasar bakungnge merupakan pasar yang ada di Kecematan ponre Kabupaten Bone yang berlokasi di jalan poros camming Dusun maccope desa mappesangaka Kecematan ponre kabupaten bone sulawesi selatan. Pasar bakungnge menjadi salah satu sumber pendapatan daerah yang berkontribusi untuk meningkatkan perekonomian kabupaten bone.

Dari data dinas perdagangan kabupaten Bone jumlah pedagang yang ada di pasar berjumlah 150 pedagang yang terdaftar , dibawah koordinasi Dinas Perdagangan Bone yang di kelolah oleh UPTD Pasar Bakungnge. Pedagang di pasar mulai berjualan dari jam 7 pagi sampai jam 12 siang yang beroperasi setiap pasar lima lima hari. Pasar Bakungnge menjadi pasar yang cukup ramai karena tempatnya yang strategis yang dekat dengan setiap perkampungan atau Dusun sehingga pasar bakungnge di padati oleh pembeli dari penjuru masyarakat.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadikan Pasar Bakungnge yang bersih , aman , nyaman , ramah keluarga , meningkatkan kegiatan jual beli dan pendapatan daerah

b. Misi

Mewujudkan kesejahteraan pedagang dan pembeli dan rasa aman saat proses terjadinya transaksi jual beli

3. Bagian Bagian pasar

- Kepala pasar
- Sub bagian pasar
- Kelompok anggota pasar

4. Job Description

a. Kepala pasar

Kepala pasar mempunyai tugas memimpin dan melaksanakan sebagian tugas Dinas dalam mengkoordinasikan, mengawasi, melaksanakan kebijakan teknis dan mengendalikan pengelolaan kawasan Pasar.

b. Sub bagian pasar

Perumusan kebijakan teknis dalam pengelolaan dan pemeliharaan Pengelolaan Pasar, pelaksanaan kebijakan teknis pengelolaan Pengelolaan Pasar , pelaksanaan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan Pengelolaan Pasar Pelaksanaan administrasi dan Pelaksanaan tugas lain yang diberikan Kepala Dinas terkait sesuai tugas dan fungsi.

c. Kelompok anggota pasar

1. Menjaga keamanan dan ketertiban pasar
2. Menjaga kebersihan pasar lingkungan pasar
3. Menjaga kebersihan pasar dan perlengkapan pasar
4. Menjaga kelayakan bangunan pasar

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Penyebaran Kusioner

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh Pedagang pasar , peneliti menggolongkan ke dalam beberapa kelompok, yaitu berdasarkan jenis kelamin ,pendidikan dan jenis dagangan . Analisis deskriptif akan memaparkan skor rata-rata online shop dan Pendapatan dan analisis data terhadap variabel Online shop dan Pendapatan Pedagang meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji f, uji persial t dan koefisien determinasi. Pengelolaan data ini menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel 2016 dan analisis data menggunakan software perangkat lunak IBM SPSS Statistic 25.

Berikut ini adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada Pedagang Pasar yang memberikan informasi mengenai identitas responden dan variabel yang diteliti dapat di lihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Deskripsi Hasil Penyebaran Kusioner

Jumlah responde	53
Jumlah Kusioner yang disebar	53
Jumlah kusioner yang dikembalikan	53
Total angket yang diterima kembali dari seluruh responden	100%
Akurasi pengisian kusioner responden	100%

Sumber : Data primer diolah 2025

2. Analisis Deskriptif Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggambarkan data karakteristik berdasarkan jenis kelamin. Analisis deskriptif digunakan

untuk mengetahui tanggapan responden mengenai nilai variabel penelitian.

Analisis deskriptif dapat ditunjukkan melalui data persentase dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.3 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah responden	Presentase (%)
Laki-laki	5	9.4%
Perempuan	48	90.6%
Total	53	100%

Sumber : Data primer olah 2025

Berdasarkan pada tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menguraikan atau menggambarkan jenis kelamin. Hal ini dikelompokkan menjadi 2 kelompok, yaitu laki-laki dan perempuan yang mengisi kuesioner penelitian. Adapun tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel diatas. Berdasarkan tabel diatas, responden yang mengisi kuesioner dapat dilihat terdapat 5 responden laki-laki dengan persentase 9.4% dan 48 responden perempuan dengan persentase 90.6%. Dari tabel diatas disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 48 responden dengan persentase 90.6%

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggambarkan data karakteristik berdasarkan Pendidikan. Analisis deskriptif digunakan

untuk mengetahui tanggapan responden mengenai nilai variabel penelitian.

Analisis deskriptif dapat ditunjukkan melalui data persentase dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

Tabel 4.4 identitas responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase
SD	7	13,3%
SMP	14	26.4%
SMA	31	58,8%
S1	1	1,9%
Total	53	100%

Sumber: Data primer olah 2025

Berdasarkan pada tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan menguraikan atau menggambarkan Pendidikan . Hal ini dikelompokkan menjadi 4 kelompok, yaitu SD, SMP, SMA dan S1 yang mengisi kuesioner penelitian. Adapun tabel karakteristik responden berdasarkan Pendidikan dapat dilihat pada tabel diatas. Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat responden yang mengisi kusioner terdapat 7 responden Berpendidikan SD dengan persentase 13.3%, 14 Berpendidikan SMP dengan persentase 26.4%, 31 Berpendidikan SMA dengan Persentase 58,8% dan 1 Berpendidikan S1 dengan Persentase 1,9%. Dari tabel diatas disimpulkan bahwa mayoritas responden berpendidikan SMA sebanyak 31 responden dengan persentase 58,8%.

C. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Dagangan

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggambarkan data karakteristik berdasarkan Pendidikan. Analisis deskriptif dapat ditunjukkan melalui data persentase dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini:

Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan jenis dagangan

Jenis dagangan	Jumlah Respon	Persentase
Pakaian	33	62,3%
Sepatu	11	20,8%
Aksesoris	9	17,0%
Total	53	100%

Sumber : Data primer diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Dagangan menguraikan atau menggambarkan Pendidikan . Hal ini dikelompokkan menjadi 3 kelompok, yaitu Pedagang Pakaian, sepatu dan aksesoris yang mengisi kuesioner penelitian. Adapun tabel karakteristik responden berdasarkan jenis dagangan dapat dilihat pada tabel diatas. Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat responden yang mengisi kusioner terdapat 33 responden Pedagang Pakaian dengan persentase 62,3%, 11 Pedagang sepatu dengan presentase 20,8% dan 9 Pedagang Aksesoris dengan Persentase 17,0%. Dari tabel diatas disimpulkan bahwa mayoritas responden Pedagang Pakaian sebanyak 33 responden dengan persentase 62,3%.

3. Analisis Data

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah uji dilakukan untuk mengetahui kelayakan butir pertanyaan dalam mendefenisikan variabel. Uji validasi merupakan

proses untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan atau dimasukkan ke dalam sistem sudah benar, konsisten, dan sesuai dengan kriteria atau aturan yang telah ditentukan. Tujuan dari uji validasi data adalah untuk mengidentifikasi dan mengoreksi kesalahan atau ketidaksesuaian yang dapat memengaruhi keakuratan analisis atau keputusan yang diambil berdasarkan data tersebut. Uji validitas dalam penelitian dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik correlation product moment. Ketentuan penguji validitas adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen penelitian dikatakan valid. Penelitian ini akan melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS 25, sejumlah sampel yang digunakan untuk uji validitas ini adalah 53 sampel sehingga r_{tabel} dalam uji validitas ini adalah 0,271, uji validitas dalam penelitian ini juga melihat nilai signifikansi, jika nilai signifikansi kurang 0,05 maka item tersebut valid, sebaliknya jika signifikansi lebih dari 0,05 dikatakan tidak valid. Berikut ini adalah uji validitas dalam penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel		R hitung	R tabel	Keterangan
Online Shop (X)	X.1	0.372	0.271	Valid
	X.2	0.463	0.271	Valid
	X.3	0.615	0.271	Valid
	X.4	0.674	0.271	Valid
	X.5	0.715	0.271	Valid
	X.6	0.701	0.271	Valid
	X.7	0.666	0.271	Valid
	X.8	0.604	0.271	Valid
	X.9	0.279	0.271	Valid
Pendapatan (Y)	Y.1	0.351	0.271	Valid
	Y.2	0.805	0.271	Valid
	Y.3	0.792	0.271	Valid
	Y.4	0.830	0.271	Valid
	Y.5	0.624	0.271	Valid
	Y.6	0.760	0.271	Valid
	Y.7	0.808	0.271	Valid
	Y.8	0.301	0.271	Valid
	Y.9	0.593	0.271	Valid

Sumber :Output SPSS 25 data primer diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan atas variabel Online shop (X), dan Pendapatan (Y) memiliki nilai r hitung > r tabel sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan yang diuji itu valid

b. Hasil Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan dalam 53 koesioner. Uji reliabilitasi pada penelitian ini menggunakan cronbach's alpha dengan nilai alpha 0,6. Jika nilai Outpot lebih besar dari nilai 0,6 maka dikatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitasi data dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas (α)	Nilai batas Cronbach's Alpha (α)	Keterangan
Online Shop (X)	0,758	0,60	Reliable
Pendapatan(Y)	0,839	0,60	Reliable

Sumber: Output SPSS 25 data primer diolah 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa angka dari nilai Cronbach's Alpha (α) pada variabel independen dan dependen dalam penelitian ini, menunjukkan besaran diatas nilai 0,60. Hal ini berarti bahwa seluruh pernyataan untuk variabel independen dan dependen adalah reliable dan dapat disimpulkan bahwa instrument pernyataan kuesioner menunjukkan keadaan dalam mengukur variabel-variabel dalam model penelitian.

c. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi sederhana merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, Online Shop berperan sebagai variabel independen, sementara Pendapatan Pedagang sebagai variabel dependen. pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Regresi Sederhana

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	2.845	1.294	
	0.948	0.038	0.961

a. Dependent Variable: Pendapatan (Y)

Sumber: Output SPSS 27 data primer diolah 2025

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas dari hasil analisis regresi sederhana maka dapat diketahui Constant (α) 2.845, sedangkan nilai *Online shop* (B) adalah 0.948, sehingga persamaan regresinya dapat dituliskan:

$$Y = 2,845 + 0,948x$$

Persamaan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) Dalam persamaan ini, konstanta atau intercept α = 2,845 menunjukkan nilai Pendapatan Pedagang ketika nilai *Online Shop* (X) adalah 0. Artinya, jika tidak ada Online Shop, Pendapatan Pedagang diperkirakan tetap sebesar 2,845.
2. Regresi (B) Koefisien regresi B = 0,948 menunjukkan seberapa besar perubahan pada Pendapatan Pedagang (Y) untuk setiap penambahan satu unit pada *Online Shop* (X). Dalam hal ini, setiap kali nilai *Online Shop* meningkat sebesar 1, Pendapatan Pedagang diperkirakan akan meningkat sebesar 0,038.

Ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara nilai *Online Shop* dan Pendapatan Pedagang di pasar bakungnge. Persamaan regresi ini memberikan gambaran yang jelas

tentang bagaimana perubahan dalam *Online Shop* berhubungan dengan perubahan dalam Pendapatan Pedagang.

d. Hasil Uji R2 (Determinasi)

Tabel 4.9 Nilai Ajusted R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.961 ^a	0.923	0.922	0.97779
a. Predictors: (Constant), Online shop (X)				

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui nilai Adjusted R Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Nilai Adjusted R Square berkisar antara 0 dan 1. Dari hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) mempunyai nilai sebesar 0.922 atau sebesar 92,2% yang berarti bahwa *Online Shop* dapat menjelaskan variabel Pendapatan Pedagang sebesar 92.2% dan selebihnya sebesar 8.8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan oleh model regresi.

e. Hasil Uji T (Persial)

Uji t adalah salah satu test statistic yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (sudjiono, 2010).

Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikan pada tabel coefficients. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) (Ghozali 2016).

Tabel 4.10 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.845	1.294		2.198	0.033
	0.948	0.038	0.961	24.732	0.000

a. Dependent Variable: Pendapatan (Y)

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.10 di atas nilai signifikan : dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sedangkan nilai t diketahui nilai t_{hitung} sebesar $24.732 > t_{tabel} 2,005$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai Cronbach's Alpha ($0.000 < 0.05$). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Positif dan signifikan pada variabel *Online Shop* terhadap variabel Pendapatan Pedagang . Dengan demikian hipotesis diterima.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini Menggunakan Dua variabel yaitu variabel independent online shop dan Variabel dependent Pendapatan Pedagang. Dimana online shop merupakan sebuah perbelanjaan secara online sedangkan pendapatan adalah upah dari hasil yang di dapat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Online shop* terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian sepatu dana aksesoris di pasar Bakungnge.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pendapatan pedagang Pakiaan, sepatu dan aksesoris dapat disimpulkan bahwa hal-hal yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pengaruhi oleh Masyarakat yang dominan berbelanja secara online. Berdasarkan data yang diperoleh, sebagian besar masyarakat beralih ke *online shop* untuk berbelanja pakaian , sepatu dan aksesoris. Hal ini menunjukkan penurunan pendapatan pedagang akibat adanya *online shop*.

Menentukan hasil uji hipotesis sebelumnya telah di uji validitas yang dimana semua angket dari kuesioner variabel X yaitu *Online Shop* dan variabel Y yaitu Pendapatan Pedagang dinyatakan valid setelah memperoleh data dan menganalisis dengan menggunakan SPSS. Untuk meyakinkan item-item angket *Online shop* dan Pendapatan kembali dilakukan pengujian reliabilitas yang dimana terbukti bahwa item-item dari kuesioner variabel X yaitu *Online Shop* dan variabel Y yaitu Pendapatan Pedagang dikatakan reliabel karena nilai alpha lebih besar dari r_{tabel} .

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian ainah (2024) dengan judul "Pengaruh Keberadaan Toko Online (*Online Shop*) Di Bidang Fashion Terhadap Laba Usaha Mikro Di Kabupaten Hulu Sungai Selatan". Dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan toko online (*online shop*)

berpengaruh signifikan secara simultan terhadap laba usaha di Kabupaten Hulu Sungai Selatan dan secara parsial, lama usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap laba usaha di Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *online shop* berpengaruh Positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu pendapatan pedagang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh adi (2023), dimana hasil penelitian yang dilakukan di pasar senggol pare-pare dimana menunjukkan bahwa *online shop* berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, kehadiran *online shop* memberikan dampak yang positif terhadap tingkat pendapatan para pedagang yaitu mengalami penurunan terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu, dan aksesoris.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh online shop terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu, dan aksesoris di pasar bakungnge. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa *online shop* memiliki nilai yang signifikan : dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sedangkan nilai t diketahui nilai t_{hitung} sebesar $24.732 > t_{tabel} 2,005$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu, dan aksesoris di pasar bakungnge. Artinya, Munculnya online shop memberikan Pengaruh Positif yang signifikan terhadap pendapatan pedagang pakaian, sepatu, dan aksesoris di Pasar Bakungnge. Persaingan harga yang ketat menjadi salah satu faktor utama di mana *online shop* mampu menawarkan harga lebih murah karena biaya operasional yang lebih rendah. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan belanja online membuat kunjungan ke pasar tradisional semakin menurun. Konsumen lebih memilih berbelanja secara *online shop* karena lebih praktis, memiliki banyak pilihan, dan dapat dengan mudah membandingkan harga. Selain itu, strategi promosi *online shop* seperti diskon besar, cashback, gratis ongkir, dan metode pembayaran yang fleksibel semakin menarik minat pembeli dan sulit ditandingi oleh pedagang konvensional. Akibatnya, pendapatan pedagang di Pasar Bakungnge mengalami penurunan yang signifikan karena berkurangnya jumlah pelanggan yang berbelanja secara langsung.

B. Saran

Dalam penelitian ini terdapat beberapa hal yang akan menjadi keterbatasan dalam melakukan penelitian ini dan saran dari penulis yang dapat dijadikan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.

1. Bagi pedagang, sepatu, dan aksesoris, yang belum menggunakan kecanggihan teknologi agar selalu berfikir positif dalam mencari nafkah, menjaga kerukunan dan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan untuk meningkatkan kualitas dagangnya.
2. Bagi pemerintah, agar lebih memperjelas peraturan yang sudah ditetapkan, seperti online shop sudah sah atau resmi untuk digunakan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, perlu kiranya untuk mengadakan penelitian yakni untuk melengkapi penelitian ini, serta menambahkan variabel – variabel baru dan menambah referensi supaya penelitian selanjutnya lebih mendapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Addin, S. (2022). Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online). *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(10), 718–735. <http://ejurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/578/509>
- ainunnisah,firmanmenne,adilsetiawan.(2020).*Analisis_Perbandingan_Pendapatan_Antara*. 6(004), 38–50.
- Azkiya, I. (2022). Perilaku Pedagang Sembako Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Bawang Kota Kediri) SKRIPSI. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Arikunto. {2015}. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Ghozali, Imam. 2016. “Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Lainnya.”
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107–116. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jse/article/view/325%0Ahttps://doi.org/10.1234/jse.v1i2.325>
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2012). Dasar-dasar manajemen keuangan edisi keenam. Yogyakarta: Upp Stim Ykpn.
- Hijrah, L. (2018). Segmentasi Konsumen pada Pasar Online di Indonesia. *Forum Ekonomi*, 19(2), 210. <https://doi.org/10.29264/jfor.v19i2.2127>
- Irham, F. (2012). Analisis laporan keuangan. Bandung: Alfabeta..
- Kotler,P.,&Keller,K.L.(2016).*MarketingManagement*.Pearson.<https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Lo, A., Angeline, F., Lim, F., Xaviera, G. H., & Vandini, T. (2023). Analisis Keadilan Distributif bagi Pelaku UMKM yang Melakukan Perjanjian Jual-beli secara Offline atau Online pada TikTok. *Proceeding of Conference on Law and Social Studies* . <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/COLaS>
- Mangkunegara, A. P., & Prabu, A. (2000). Manajemen sumber daya manusia perusahaan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya (2013). *Perencanaan Dan Pengembangan Sumber Daya*.
- Novera Gladis, V. R. H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Institut Shanti Bhuana. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 1(2), 1–8.
- Nst, W., Yafiz, M., & Ramadhani, S. (2021). Dampak Bisnis Fashion Online

- Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Di Pasar Petisah Medan. *Jurnal IslamicCircle*, 2(2), 32–46. <https://jurnal.stainmadina.ac.id/index.php/islamiccircle/article/view/580>
- Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan Dwi Yuli Astuti, A., Siti Handayani, E., & Rahmawati, U. (2019).
- Permendagri, R. I. (2007). Nomor 7 Tahun 2007 tentang Kader Pemberdayaan Masyarakat. *Bandung: Fokus Media*.
- Purnamasari, D., Rohmah, W. G., Deoranto, P., & Effendi, M. U. (2018). Studi Preferensi Konsumen Terhadap Produk Jenang Varian Rasa Coklat-Kurma. *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC 2018 Surakarta*.
- Rahmi, C., Maulana, F., Matahari, T. P., Syahrani, E. A., Anwar, K., & Yuningsih, S. R. (2024). PT. Media Akademik Publisher Pengaruh Online Shop Terhadap Penjualan Di Pasar Tanah Abang Yang Semakin Sepi. *Jma*, 2(6), 3031–5220.
- Ramadhon, R., Listyawati, I., & Muslikhun, A. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Pasar Bulu Semarang. *JURNAL EKONOMI MANAJEMEN AKUNTANSI*, 29(53).
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2009). *EBOOK: Economics*. McGraw Hill.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson.
- Sudijono, A. (2010).** *Pengantar statistik pendidikan*. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Alfabetika R&D. Bandung:
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sandi Marga Pratama1, M. (2014). Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (Uin) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257. <https://doi.org/10.1128/AAC.03728-14>
- Suyanto 2011. Analisis regresi untuk uji hipotesis, Yogyakarta. Caps
- Sujatmiko, Eko, Kamus IPS, Surakarta: Aksara Sinergi Media Cetakan I, 2014
- uus Rusmawan. (2014).. *Jurnal Bina Insani Campus*, 1(1), 41–47.
- Wahyono, B. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul. *Jurnal pendidikan dan ekonomi*, 6(4), 388-399.
- Widodo, D. Y. P., & Prasetyani, H. (2022). Pengunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing.

L

A



N

LAMPIRAN 1 : KUSIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sebelumnya saya sampaikan banyak terimah kasih kepada Bapak/Ibu atas kesediaan dan partisipasinya dalam mengisi serta menjawab pertanyaan dalam kusioner ini. Pernyataan dalam kusioner ini bertujuan untuk melengkapi data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi saya berjudul " Pengaruh *online shop* terhadap pendapatan pedagang Pakaian, Sepatu dan Aksesoris di pasar tradisional Bakungnge Kecamatan Ponre" Seluruh jawaban dan identitas responden akan di jaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Atas waktu dan kerjasama Bapak/Ibu saya ucapan terimah kasih.

Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Pendidikan Terakhir :
5. Pekerjaan :
6. Jenis Dagangan :

7. PETUNJUK PENGISIAN

Adapun petunjuk cara pengisian kusioner sebagai berikut :

1. Bacalah Pertanyaan ini dengan sebaik- baiknya
2. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memilih jawaban yang sesuai dengan keadaan usaha dagangan bapak/ibu yang sebenarnya
3. Pilihlah pernyataan yang dianggap paling benar dan sesuai menurut Bapak/Ibu dengan memberi tanda checklist (✓) pada salah satu pilihan
4. Adapun Penilaian yang dilakukan berdasarkan skala likert yaitu :

No	Skor	Keterangan
1.	5	Sangat Setuju (SS)
2.	4	Setuju (S)
3.	3	Kurang Setuju (KS)
4.	2	Tidak Setuju (TS)

5.	1	Sangat Tidak Setuju (STS)
----	---	---------------------------

Pada setiap kuesioner, berilah penilaian seberapa jauh Bapak/Ibu/Sdr/I setuju dengan pernyataan yang tersedia

No	Pernyataan Online shop (X)	Skala				
		STS	TS	KS	S	SS
1	bisnis fashion online sudah banyak dikenal di pasar Bakungnge					
2	Bisnis online shop lebih efektif dan mudah dalam bertransaksi dari pada bisnis offline					
3	Konsumen lebih tertarik berbelanja via online daripada offline					
4	Konsumen membandingkan harga antara offline dan online					
5	Pedagang harus selalu up date dengan tren dan beralih ke sistem penjualan online shop					
6	Konsumen kini beralih ke pembelanjaan online shop karena mempunyai pilihan produk yang lebih bervariatif					
7	Konsumen semakin selektif dalam memutuskan membeli barang					
8	Online shop mengakibatkan kondisi pasar Bakungnge semakin sepi					
9	Adanya Online shop sangat berdampak besar dalam proses perdagangan di pasar					

No	Pernyataan	Skala				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Pendapatan pedagang di pengaruhi oleh pengunjung atau pembeli dari luar daerah					
2	Pendapatan pedagang dipasar Bakungnge dipengaruhi oleh bisnis online shop					
3	Pendapatan pedagang cukup tinggi sebelum adanya online shop					
4	Adanya online shop membuat pendapatan pedagang dipasar menurun					
5	Pendapatan tidak sama lagi setelah adanya online shop					
6	di hari libur membuat pendapatan pedagang dipasar meningkat					
7	di hari biasa pendapatan pedagang dipasar menjadi sepi pembeli					
8	Barang yang dijual berpengaruh ke pendapatan pedagang dipasar Bakungnge					
9	Pendapatan pedagang dipengaruhi oleh lokasi berjualan pedagang					

(Sumber referensi : Kusioner skripsi aidil 2020)

LAMPIRAN 2 : KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	5	9.4	9.4	9.4
	Perempuan	48	90.6	90.6	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	7	13.2	13.2	13.2
	SMP	14	26.4	26.4	39.6
	SMA	31	58.5	58.5	98.1
	S1	1	1.9	1.9	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Jenis dagangan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pakaian	33	62.3	62.3	62.3
	Sepatu	11	20.8	20.8	83.0
	Aksesoris	9	17.0	17.0	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

LAMPIRAN 3 : TABULASI KUSIONER

No	ONLINE SHOP X									TOTAL
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	
1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	33
4	3	5	5	4	2	3	3	3	3	31
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	4	4	4	3	3	2	4	4	4	32
8	4	4	3	4	4	3	3	3	4	32
9	4	3	4	3	4	3	4	4	4	33
10	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
11	4	3	4	4	4	4	4	2	4	33
12	5	4	4	3	4	4	3	4	4	35
13	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
14	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
15	4	4	4	3	4	4	5	5	5	38
16	5	3	4	4	4	4	4	4	4	36
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
19	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
20	4	4	3	3	3	3	3	4	4	31
21	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
22	4	4	2	4	4	4	4	4	4	34
23	2	3	3	2	2	2	2	2	4	22
24	3	3	4	3	3	4	4	4	4	32
25	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
26	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
27	5	4	4	4	3	3	4	4	5	36
28	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
29	5	4	2	2	3	3	3	3	4	29
30	4	2	2	2	2	4	4	4	4	28
31	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
33	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
34	4	5	4	4	3	4	4	4	4	36
35	4	4	3	3	4	4	4	5	5	36
36	4	4	5	4	3	4	4	4	3	35
37	5	4	4	4	4	4	4	3	4	36
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
39	4	3	4	4	4	4	5	4	4	36

40	5	4	3	3	3	3	4	4	4	28
41	4	5	4	4	3	3	4	4	4	35
42	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
43	3	2	4	4	5	4	5	4	3	34
44	4	2	2	2	2	2	2	2	4	22
45	4	4	4	4	3	3	3	3	4	32
46	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
47	4	1	2	4	4	4	3	4	5	31
48	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
49	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
50	4	3	3	4	3	4	4	3	4	32
51	4	4	2	2	2	3	4	4	4	29
52	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
53	4	4	3	4	3	2	2	4	4	30

PENDAPATAN (Y)									
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TOTAL
4	5	4	5	5	5	4	4	5	37
5	5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	4	5	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	5	5	4	4	4	5	36
5	4	5	4	5	4	5	5	5	37
5	4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	4	4	5	4	4	4	5	34
5	4	5	4	5	4	5	4	4	35
5	5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	4	5	5	4	4	5	5	37
4	4	5	5	4	5	5	4	5	37
4	5	5	5	4	4	4	5	4	36
5	4	3	4	4	3	3	4	4	29
5	4	4	4	2	4	4	5	5	32
4	4	5	4	5	4	5	4	4	35
5	5	4	5	4	4	5	4	4	35
4	3	3	2	3	2	3	4	3	23
4	4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	4	4	5	4	4	4	5	5	35

4	4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	5	5	5	4	4	5	4	5	37
5	5	5	4	5	4	5	5	5	38
3	4	3	4	4	4	3	4	4	30
5	4	4	4	3	4	4	5	3	31
5	5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	4	4	4	5	4	4	5	5	35
4	4	5	4	5	4	5	4	4	35
5	5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	4	5	5	4	4	5	5	37
4	4	5	5	4	4	5	4	5	36
4	5	5	5	4	4	5	5	4	37
5	4	3	4	4	3	3	4	4	29
5	4	4	4	2	4	4	5	5	32
4	4	5	4	5	4	5	4	4	35
5	5	4	5	4	4	4	5	4	35
4	3	3	2	3	2	3	4	3	23
4	4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	4	4	5	4	4	5	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	5	5	5	4	4	5	4	5	37
5	5	5	4	5	4	5	5	5	38
4	4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	3	4	4	5	3	31
5	5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	4	4	4	5	4	4	3	5	33

LAMPIRAN 4 : HASIL OLAHAN DATA IBM SPSS STATISTIC 25

a. Hasil Uji Validitas

Online Shop (x)

Pendapatan (Y)

Correlations

Y.6	Pearson Correlation	0.088	.511**	.552**	.690**	.365**	1	.557**	0.198	.401**	.760**
	Sig. (2-tailed)	0.532	0.000	0.000	0.000	0.007		0.000	0.155	0.003	0.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
Y.7	Pearson Correlation	0.250	.489**	.890**	.532**	.452**	.557**	1	0.146	.358**	.808**
	Sig. (2-tailed)	0.071	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000		0.298	0.008	0.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
Y.8	Pearson Correlation	.318*	.309*	0.126	0.202	-0.148	0.198	0.146	1	0.057	.301*
	Sig. (2-tailed)	0.020	0.024	0.367	0.147	0.292	0.155	0.298		0.683	0.028
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
Y.9	Pearson Correlation	0.268	.368**	.291*	.478**	.298*	.401**	.358**	0.057	1	.593**
	Sig. (2-tailed)	0.052	0.007	0.035	0.000	0.030	0.003	0.008	0.683		0.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
TOTAL	Pearson Correlation	.351**	.805**	.792**	.830**	.624**	.760**	.808**	.301*	.593**	1
	Sig. (2-tailed)	0.010	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.028	0.000	
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Hasil Uji Reliabilitas

Online shop (x)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.758	9

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	29.6415	10.581	0.285	0.756
X.2	29.9245	9.917	0.281	0.766
X.3	30.1132	9.333	0.443	0.736
X.4	30.1132	9.295	0.537	0.720
X.5	30.1321	8.886	0.582	0.710
X.6	30.0566	9.208	0.570	0.714
X.7	29.9434	9.208	0.573	0.714
X.8	29.9245	9.610	0.503	0.726
X.9	29.5849	11.247	0.154	0.769

Pendapatan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.839	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	34.6792	12.184	0.351	0.841
Y.2	34.9057	10.626	0.760	0.801
Y.3	34.9245	10.456	0.674	0.808
Y.4	34.9057	9.972	0.760	0.796
Y.5	34.9434	10.862	0.438	0.840
Y.6	35.3396	11.229	0.651	0.814
Y.7	34.9811	10.365	0.717	0.803
Y.8	34.8679	12.732	0.191	0.855
Y.9	34.8679	11.348	0.467	0.831

c. Hasil uji Regresi linear sederhana

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	2.845	1.294	
	Online shop	0.948	0.038

a. Dependent Variable: Pendapatan (Y)

d. Hasil uji Parsial (uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.845	1.294		2.198	0.033
	Online shop	0.948	0.038	24.732	0.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

e. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.961 ^a	0.923	0.922	0.97779

a. Predictors: (Constant), Online shop

LAMPIRAN 5 : DOKUMENTASI

LAMPIRAN 6 : SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Surat Izin Penelitian

Nomor : 208/05/A.2-II/I/46/2025 Makassar, 10 Januari 2025

Lamp : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Dina lestari

Stambuk : 105721119921

Jurusan : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Online shop Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian, Sepatu dan Aksesoris di pasar tradisional Bakungne Kecamatan Ponre

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut malakukan penelitian

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terimakasih.

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip





**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.suselprov.go.id> Email : ptsp@suselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor	: 1577/S.01/PTSP/2025	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Bupati Bone
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 5736/05/C.4-VIII/I/1446/2025 tanggal 10 Januari 2025 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama	: DINA LESTARI
Nomor Pokok	: 105721119921
Program Studi	: Manajemen
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Slt Alaudin No. 259, Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

"PENGARUH ONLINE SHOP TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN, SEPATU DAN AKSESORIS DI PASAR TRADISIONAL BAKUNGNGE KECAMATAN PONRE "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 20 Januari s/d 20 Maret 2025

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 20 Januari 2025

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. Pertinggal.



PEMERINTAH KABUPATEN BONE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Petta Ponggawae No. 4, Watampone, Bone, Sulawesi Selatan,
Telepon (0481) 25056, Faximile (0481) 25056,
Laman <https://dpmptsp.bone.go.id/>, pos-el dpmptspbone@gmail.com

IZIN PENELITIAN

Nomor: 070/12.239/II/PI/DPMPTSP/2025

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.

Dengan ini memberikan Izin Penelitian Kepada :

Nama	:	DINA LESTARI
NIP/Nim/Nomor Pokok	:	7308114505030003
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Alamat	:	Dekko Desa Mappessangka Kec. Ponre
Pekerjaan	:	Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka Penulisan Skripsi dengan Judul :
**"PENGARUH ONLINE SHOP TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN RIATU
DAN AKSESORIS DI PASAR TRADISIONAL BAKUNGE KECAMATAN PONRE"**

Lamanya Penelitian : 20 Januari 2025 s/d 20 Maret 2025

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Bone
2. Mintaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar Foto Copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bone.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak memtaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Watampone, 19 Februari 2025
KEPALA DINAS,

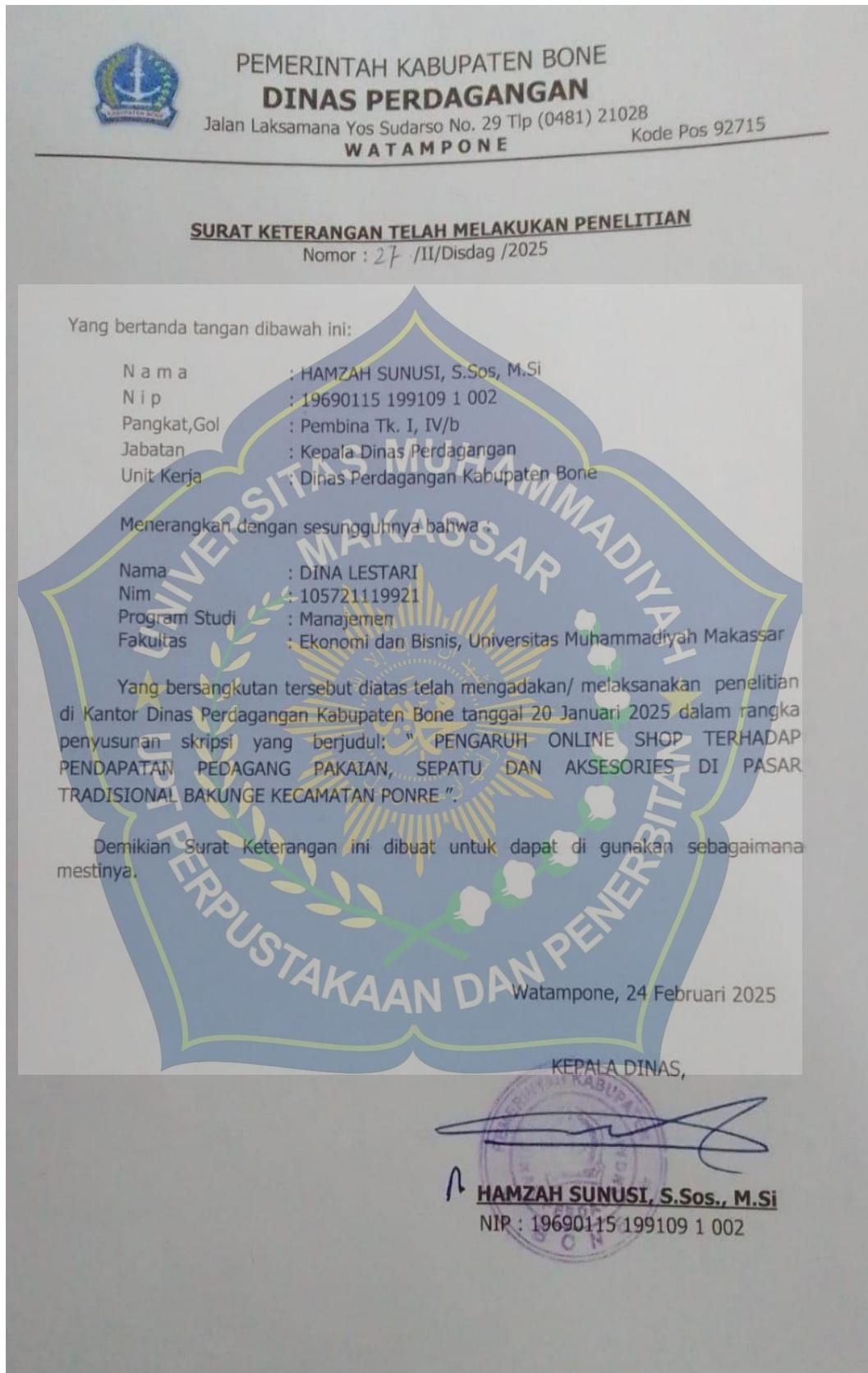


Drs. ANDI AMRAN, M. Si
Pembina Utama Muda, IV/c
NIP. 19681122 198908 1 001

Rp.0,-

Tembusan Kepada Yth.:

1. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Bone di Watampone.
2. Arsip.







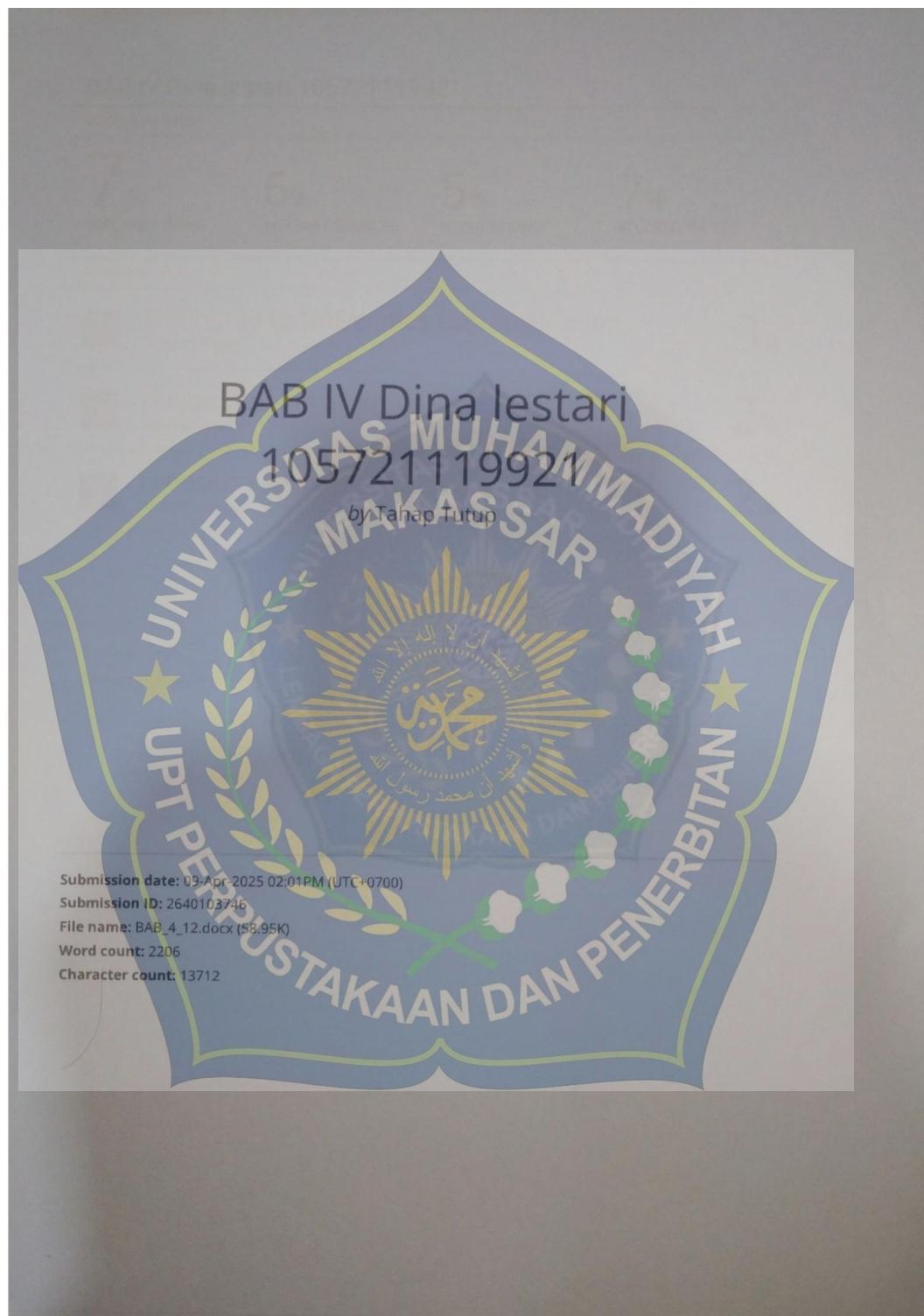


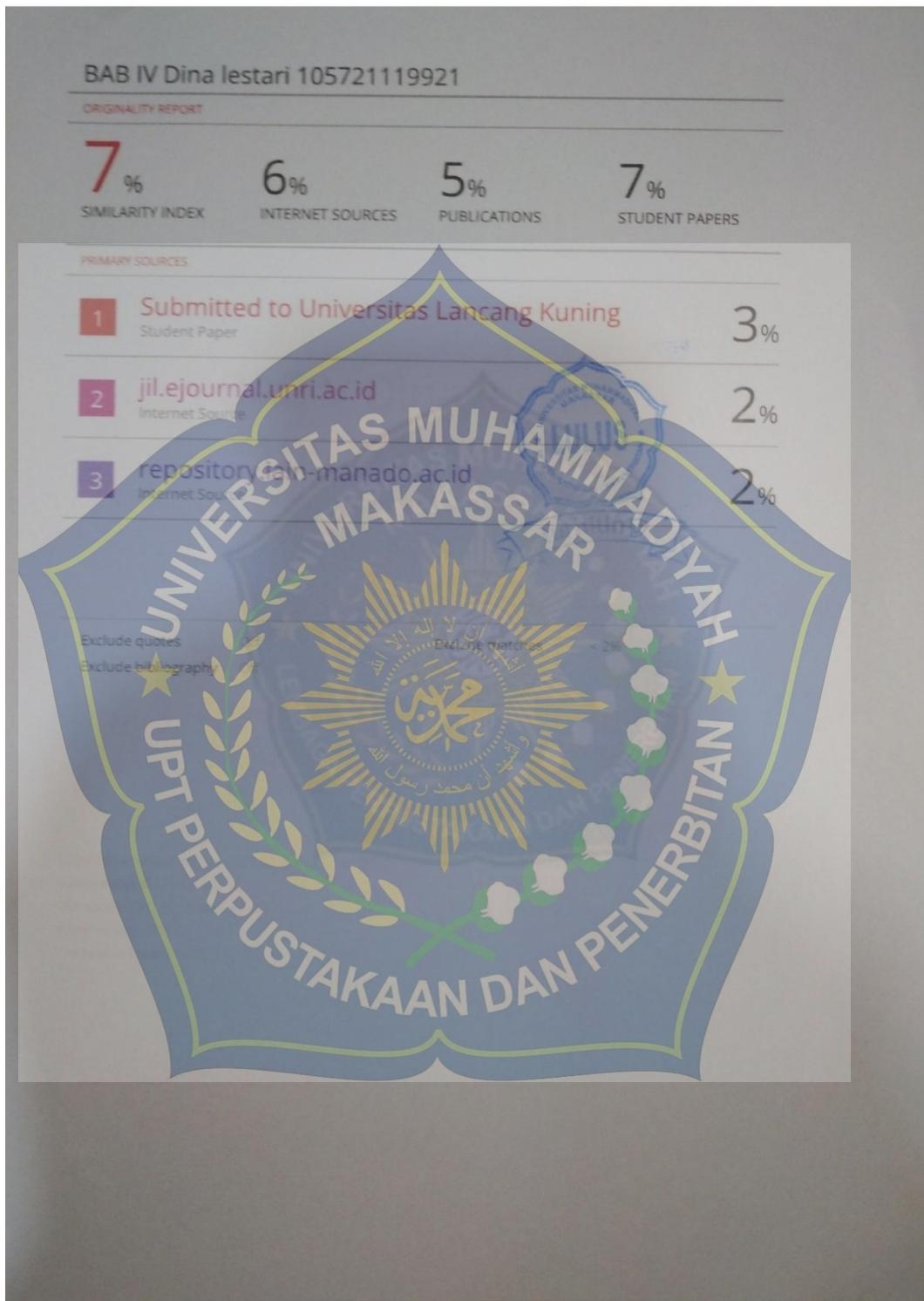
















BIOGRAFI PENULIS



Dina lestari panggilan Dina lahir di Bone tanggal 06 mei 2003 dari pasangan suami istri bapak syamsuddin dan ibu arniati L. Peneliti adalah anak ketiga dari empat bersaudara. Peneliti sekarang bertempat di jalan skarda N no. IV kota makassar sulawesi selatan. Pendidikan yang di tempuh oleh penulis yaitu SD inpres 6/75 Mappesangka lulus pada tahun 2015, SMP Negeri 1 Ponre pada tahun 2018, SMA Negeri 5 Bone Pada Tahun 2021, dan mulai tahun 2021 mengikuti program studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis program Studi Manajemen,Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa program studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.