

DAMPAK BISNIS FASHION ONLINE TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR PETISAH MEDAN

Wardah Nst, Muhammad Yafiz, Sri Ramadhani
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Sumatera Utara

e-mail: *wardaheneste02@gmail.com ²muhammadyafiz@uinsu.ac.id
³sriramadhani@uinsu.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dampak bisnis fashion online terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar Petisah Medan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, dan uji determinan menggunakan SPSS versi 22.0. Bisnis fashion online berdampak positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien arah regresi positif yaitu sebesar 0,364 dan signifikan $p = 0,001 < 0,05$. Dari uji determinasi R^2 diketahui bahwa besarnya presentase pengaruh variabel sebesar 0.612 dan besarnya pengaruh variabel bebas atau atau bisnis fashion online dengan variabel terikat variabel tingkat pendapatan yang disebut koefisien determinasi (R square) sebesar 0,611 atau 61,1% . Artinya dampak bisnis fashion online terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah Medan adalah sebesar 61,1% sedangkan sisanya 38,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: *Dampak, Bisnis Online, Fashion, Pendapatan Pedagang, Pasar Tradisional.*

Abstract

The purpose of this study was to determine the impact of the online fashion business on the income level of traders in the Medan Petisah market. The method used is a quantitative approach. The data collection instrument used primary and secondary data. The data analysis used in this research is validity test, reliability test, simple linear regression test, and determinant test using SPSS version 22.0. Online fashion business has a positive and significant impact on the income level of traders in the Medan Petisah market. This is evidenced by the value of the positive regression direction coefficient that is equal to 0.364 and significant $p = 0.001 < 0.05$. From the determination test of R^2 , it is known that the percentage of the influence of the variable is 0.612 and the magnitude of the influence of the independent variable or online fashion business with the dependent variable is the income level variable called the coefficient of determination (R square) of 0.611 or 61.1%. This means that the impact of the online fashion business on the income level of traders in the Medan Petisah market is 61.1% while the remaining 38.9% is influenced by other variables.

Keywords: *Impact, Online Business, Fashion, Merchant Income, Traditional Market.*

1. Pendahuluan

Persaingan bisnis pada bidang *fashion* sangat ketat terutama pada bidang pakaian, 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.

Hal ini juga didukung oleh data Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyatakan bahwa produksi industri pakaian merupakan produksi yang paling tumbuh sebesar 29,19% pertahun dan akan meningkat di kuartal tahun berikutnya. Hal ini disebabkan karena permintaan pakaian yang terus meningkat, ditambah lagi masyarakat kini menjadi semakin konsumtif dan fashionable, semua ini secara tak langsung dikarenakan oleh proses globalisasi¹.

Perusahaan layanan pembayaran terkemuka di dunia tentang pembayaran dan perdagangan online tahun 2018, menyatakan Indonesia memiliki pertumbuhan tertinggi bisnis online mencapai 78% per tahun. Negara lainnya untuk *top five* pertumbuhan pasar tertinggi adalah Meksiko 59%, Filipina 51%, Kolombia 45%, dan Uni Emirat Arab (UEA) 33%.²

Peningkatan bisnis online yang sangat meroket ini ternyata berdampak terhadap pendapatan pedagang di pasar tradisional itu sendiri. Faktanya, masyarakat kini lebih memilih membeli kebutuhan rumah tangga via online, beberapa ada yang memilih membeli produk kecantikan via aplikasi e-commerce, bahkan beberapa masyarakat sekarang sudah beralih yang tadinya selalu membeli kebutuhan rumah tangga di pasar tradisional sekarang malah beralih via online dengan alasan range harga antara pasar tradisional sangat jauh lebih murah via *online*, transaksi mudah, dan tidak perlu repot-repot jauh jauh pergi ke pasar.

Dikutip beberapa minggu belakangan ini pedagang pasar tradisional di Medan, Sumatera Utara, mengeluhkan penjualan yang menurun. Disinyalir hal tersebut karena maraknya jual beli online yang semakin merebak di gunakan di masyarakat. Dari Pantauan Warta Ekonomi di Pusat Pasar. Sepinya pembeli membuat distributor atau supplier membanting harga sehingga mereka hanya mendapat keuntungan yang tipis sekali. Di tingkat pedagang kecil juga ada yang mulai mengurangi tenaga kerja karena omzet penjualan mengalami penurunan.

Pengamat ekonomi, Gunawan Benjamin mengatakan tidak sedikit pedagang yang melakukan banting harga guna menutupi utangnya ke distributor atau supplier. Tanpa ada penjualan sulit untuk memutar uang. Ini menjadi masalah yang kerap muncul di sejumlah pedagang di kota Medan.³

¹ Kementerian Perindustrian Indonesia, "Industri Pakaian Jadi Catatkan Pertumbuhan Paling Tinggi" <https://www.kemenperin.go.id/artikel/20641/Industri-Pakaian-Jadi-Catatkan-Pertumbuhan-Paling-Tinggi>. (Diunduh pada tanggal 4 November 2021)

² Agus Aryanto, "5 Negara Dengan Pertumbuhan E-commerce Tertinggi" <https://www.wartaekonomi.co.id/read194905/5-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tertinggi> (diakses pada tanggal 15 November 2021)

³ *Ibid.*

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu model penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti. Penelitian ini dilaksanakan di pasar petisah medan. Yang berada di Jalan Kota Baru 3, Petisah Tengah, kecamatan Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20111.

Uji validitas, uji reabilitas dan uji asumsi klasik merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Uji validitas dan reabilitas digunakan untuk kuesioner yang menggunakan skala Likert. Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Instrumen yang valid merupakan alat ukur yang digunakan untuk menyatakan data itu valid. Untuk menguji validitas digunakan pendekatan korelasi yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Bila nilai korelasi positif maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Sedangkan uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Sejarah Pasar Petisah Medan

Pasar Petisah merupakan salah satu pasar terbesar di kota Medan dan merupakan pasar terbesar kedua setelah pusat pasar medan yang selama ini ada dibawah naungan PD Pasar. Pasar petisah disebut sebagai pasar yang mengusung konsep tradisional modern atau kelas IA. Dengan status kelas IA ini pasar petisah memiliki beragam fasilitas seperti AC, escalator, dan lokasi parkir luas dan banyak yang jarang dijumpai di pasar-pasar lain. Pasar ini sejajar dengan dua pasar besar lainnya yang ada di kota medan, yaitu pusat pasar dan pasar aksara. Pasar petisah medan beralamat di Jalan Kota Baru 3, Petisah Tengah, Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara. Pasar petisah Medan adalah pasar yang memiliki perpaduan antara pasar tradisional dan modern.

Asal muasal nama petisah sendiri tidak ada keterangan pasti dari berbagai pihak. Pada zaman dahulu orang-orang mengatakan bahwa petisah diambil dari nama pabrik es terkenal bernama petojo isj disingkat menjadi petis-ah. Ada beberapa orang juga menyebutkan petisah berasal dari nama kuburan orang tionghoa kalau meninggal masuk peti dulu baru sah. Untuk sejarah pastinya tidak ada yang dapat menjelaskannya secara pasti. Pada tahun 70-an pasar petisah mulanya berada di pajak bundar (sekarang tempat patung guru patimpus) yang berada diantara pertemuan jalan S.Parman.

Di pasar ini pengunjung dapat menemukan berbagai macam jenis barang dagangan yang dapat dibeli, mulai dari kebutuhan pangan juga kebutuhan sandang. Barang-barang keperluan rumah tangga dapat dijumpai di lantai basement, sedangkan barang-barang seperti pakaian, sepatu, tas, aksesoris, makanan jadi dapat dijumpai di lantai I, sedangkan penjual pakaian bekas (monja), juru jahit, gorden, pakaian jadi dan pakaian kantor dapat dijumpai di lantai II, dan lantai III pasar petisah terdapat kantor PD Pasar Medan, kantor kepala pasar tahap I, dan sebuah masjid. Di pasar petisah ini juga menjual hasil kerajinan tangan khas Sumatera Utara seperti patung kayu, gelang, kalung, kerajinan anyaman.

Salah satu keistimewaan pasar ini terletak pada lokasinya yang strategis yaitu di pusat kota medan, sehingga memudahkan bagi pengunjung yang datang dari luar kota Medan untuk menjangkaunya. Lokasi Pasar Petisah Medan berada di antara pertemuan

banyak jalan strategis, yaitu Jalan Gatot Subroto, Jalan Petisah, Jalan Nibung Raya, Jalan Kota baru, Jalan S. Parman, Jalan Mojopahit, Jalan Iskandar Muda, dan jalan-jalan lainnya, yang artinya jalan dari mana saja dapat menuju pasar petisah. Keistimewaan lain dari pasar petisah selain karena lokasinya yang strategis adalah pasar bernuansa multicultural, karena para penjualnya berasal dari beragam suku bangsa seperti Tamil India, Cina, Padang, Aceh, Batak, Jawa, dan Melayu. Mereka umumnya memperlihatkan keramahan kepada para pembeli, sehingga cepat akrab dengan orang baru dikenal.

2. Perusahaan Daerah (PD) Pasar Petisah Tahap 1

Perusahaan daerah atau yang lebih sering dikenal dengan PD Pasar adalah sebuah lembaga yang mengatur tentang tata kelola pasar. PD Pasar kota Medan berada dibawah naungan pemerintahan Kota Medan. Setiap pasar dipimpin oleh kepala pasar. Pasar petisah memiliki dua PD Pasar, yaitu PD Pasar tahap I dan PD Pasar tahap II. Kedua PD Pasar ini berada dibawah naungan PD Pasar kota Medan. Dalam penelitian ini peneliti memilih pedagang yang berjualan dibawah naungan PD Pasar tahap I karena sesuai dengan lokasi ideal yang ingin diteliti.

3.2. Karakteristik Responden

Komposisi Pedagang atau Penyewa Pasar Petisah Tahap 1

Pedagang di Pasar Petisah beragam, mulai dari pedagang yang menjual kain, sepatu, tas, aksesoris, kelontong, manisan, dan roti kering, dan juga pedagang emas. Pedagang kain di Pasar Petisah juga beragam, mulai dari penjual kain bakal atau meteran, pakaian jadi pria dan wanita, pakaian anak-anak dan lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari PD Pasar Petisah tahap 1, jumlah pedagang terbanyak adalah pedagang kain yang berjumlah hampir 300 pedagang dari jumlah keseluruhan.

Tabel 1
Jumlah Kios Dari Jenis Barang Yang Dijual

No.	Jenis Jualan	Jumlah Kios
1.	Roti kering	6
2.	Manisan	6
3.	Kelontong	26
4.	Emas	35
5.	Kosmetik	7
6.	Aksesoris	18
7.	Tas	26
8.	Sepatu	35
9.	Kain	294
Jumlah		447

Sumber: Data PD Pasar Petisah Tahap I Petisah Medan

1. Profil Responden

a. Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden yaitu pedagang di pasar petisah medan adalah sebagai berikut:

Tabel 2

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	21	26,58%
Perempuan	58	73,41%

Total	79	100%
--------------	----	-------------

Sumber : Hasil Penyebaran Angket Kepada Pedagang di Pasar Petisah Medan.

Dari hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa pedagang *Fashion* Pasar Petisah Medan yang diambil sebagai responden penelitian ini menunjukkan bahwa responden laki – laki yaitu sebanyak 21 orang (26,58%), dan responden perempuan sebanyak 58 orang (73,41%).

b. Klasifikasi Berdasarkan Umur

Adapun data mengenai umur responden yaitu pedagang di pasar petisah medan adalah sebagai berikut:

Tabel 3

Umur	Jumlah	Presentase
21-30	5	6,32%
31-40	38	48,10%
41- 50	25	31,64%
51- 60	8	10,12%
61- 70	3	3,79%
Total	79	100%

Sumber : Hasil Penyebaran Angket Kepada Pedagang di Pasar Petisah Medan.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa umur pedagang fashion di pasar petisah yang diambil sebagai responden dari umur 21-30 sebanyak 5 orang (6,32%), umur 31-40 tahun sebanyak 38 orang (48,10%), umur 41-50 sebanyak 25 orang (31,64%), umur 51-60 sebanyak 8 orang (10,12), dan yang berumur 61-70 sebanyak 3 orang (3,79%).

c. Klasifikasi Berdasarkan Jenis Barang yang dijual

Adapun data mengenai jenis barang yang dijual responden yaitu pedagang di pasar petisah medan adalah sebagai berikut:

Tabel 4

Jenis Barang	Jumlah	Presentase
Baju	35	44,30%
Sepatu	19	24,05%
Tas	15	18,98%
Aksesoris	7	8,86%
Kosmetik	3	3,79%
Total	79	100%

Sumber : Hasil Penyebaran Angket Kepada Pedagang di Pasar Petisah Medan.

Berdasarkan tabel diatas bahwa jenis barang yang dijual responden yaitu pedagang fashion di pasar petisah adalah jenis baju sebanyak 35 orang (44,30%), jenis barang sepatu yaitu sebanyak 19 orang (24,05%), jenis barang tas yaitu sebanyak 15 orang (18,98%), jenis barang aksesoris yaitu sebanyak 7 orang (8,86), jenis barang kosmetik yaitu sebanyak 3 orang (3,79%).

3.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk lebih membantu, berikut ini penulis sajikan pada tabel 4.4 untuk hasil skor jawaban responden dari variabel X dan tabel 4.5 untuk hasil skor jawaban responden dari variabel Y, sebagai berikut ini:

Tabel 5

Alternatif Jawaban												
No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jawaban	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	18	22,78	50	63,29	9	11,39	2	2,53	0	0	79	100
2.	27	34,17	42	53,16	7	8,86	3	3,79	0	0	79	100
3.	30	37,97	34	43,03	10	12,65	0	0	5	6,32	79	100
4.	40	50,63	35	44,30	4	5,06	0	0	0	0	79	100
5.	25	31,64	52	65,82	2	2,53	0	0	0	0	79	100
6.	30	37,97	45	56,96	3	3,79	1	1,26	0	0	79	100
7.	35	44,30	30	37,97	12	15,18	2	2,53	0	0	79	100
8.	40	50,63	38	48,10	1	1,26	0	0	0	0	79	100
9.	20	25,31	18	22,78	38	48,10	0	0	3	3,79	79	100
10.	24	30,37	55	69,62	0	0	0	0	0	0	79	100
11.	29	36,70	48	60,75	2	2,53	0	0	0	0	79	100
12.	31	39,24	39	49,36	7	8,86	2	2,53	0	0	79	100
13.	27	34,17	42	53,16	7	8,86	3	3,79	0	0	79	100

Dari tabel diatas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

- a. Butir pernyataan 1 mengenai bisnis *fashion online* sudah menjamur di pasar petisah medan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang (22,78%), yang menyatakan setuju sebanyak 50 orang (63,29%), yang menyatakan kurang setuju sebanyak 9 orang (11,39%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang (2,53%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- b. Butir pernyataan 2 mengenai bisnis *fashion online* lebih efektif daripada bisnis *offline*, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang (34,17%), yang menyatakan setuju sebanyak 42 orang (53,16%), yang menyatakan kurang setuju sebanyak 7 orang (8,86%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang (3,79%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- c. Butir pernyataan 3 mengenai pembeli lebih tertarik berbelanja via *online* daripada *offline*, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (37,97%), yang menyatakan setuju sebanyak 34 orang (43,03), yang menyatakakan kurang setuju sebanyak 10 Orang (12,65%), yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (6,32%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju.
- d. Butir pertanyaan 4 mengenai banyak pedagang kini beralih ke bisnis online, responden yang menyatak sangat setuju sebanyak 40 orang (50,63%), yang mengatakkan setuju sebanyak 35 Orang (44,30%), yang mengatakkan kurang setuju sebanyak 4 orang (5,06%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- e. Butir pernyataan 5 mengenai pihak PD Pasar belum memfasilitasi Bisnis *online*, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang (31,64%), yang menyatakan setuju sebanyak 52orang (65,82%), yang menyatakan kurang setuju

- sebanyak 2 orang (2,53%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat setuju.
- f. Butir pernyataan 6 mengenai pihak Pemerintah terkait belum memberikan sosialisasi tentang bisnis *online* kepada pedagang, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (37,97%), yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang (56,96%), yang menyatakan kurang setuju sebanyak 3 orang (3,79%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang (1,26%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
 - g. Butir pernyataan 7 mengenai pihak Pemerintah terkait belum memberikan sosialisasi tentang bisnis *online* kepada pedagang, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang (44,30%), yang menyatakan setuju sebanyak 30 orang (37,97%), yang menyatakan kurang setuju sebanyak 12 orang (15,18%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang (2,53%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
 - h. Butir pernyataan 8 mengenai Tren fashion saat ini dipengaruhi oleh tren dunia maya atau globalisasi, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 orang (50,63%), yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang (48,10%), yang menyatakan kurang setuju sebanyak 1 orang (1,26%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
 - i. Butir pernyataan 9 mengenai pembeli membandingkan harga antara *offline* dan *online*, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (25,31%), yang menyatakan setuju sebanyak 18 orang (22,78%), yang menyatakan kurang setuju sebanyak 38 orang (48,10%), yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3,79%) dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju.
 - j. Butir pernyataan 10 mengenai Penjual harus selalu *up to date* dengan *tren style* saat ini responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang (30,57%), yang menyatakan setuju sebanyak 55 orang (69,62%), dan tidak ada responden yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
 - k. Butir pernyataan 11 mengenai pemerintah terkait belum memberikan dukungan langsung kepada pedagang untuk terjun langsung di dunia bisnis *online* responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (36,70%), yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang (60,75%), dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 2 orang (2,53%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
 - l. Butir pernyataan 12 mengenai pembeli semakin kritis dalam memilih barang terutama selalu *up to date* dengan gaya kekinian responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (39,24%), yang menyatakan setuju sebanyak 39 orang (49,36%), dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 7 orang (8,86%), dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang (2,53%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
 - m. Butir pernyataan 13 mengenai pembeli semakin selektif dan cerdas dalam memilih barang dan memiliki pengetahuan mengenai barang yang akan dibeli melalui bisnis online responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang (34,17%), yang menyatakan setuju sebanyak 42 orang (53,16%), dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 7 orang (8,86%), dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang (3,79%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 6

Alternatif Jawaban												
No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jawaban	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	20	25,31	45	56,96	12	15,18	2	2,53	0	0	79	100
2.	0	0	15	18,98	19	24,05	45	56,96	0	0	79	100
3.	30	37,97	41	51,89	5	6,32	3	3,79	0	0	79	100
4.	28	35,44	45	56,96	6	7,59	0	0	0	0	79	100
5.	20	25,31	15	18,98	20	25,31	10	12,65	14	17,72	79	100
6.	31	39,24	39	49,36	5	6,32	4	5,06	0	0	79	100
7.	29	36,70	37	46,83	12	15,18	1	1,26	0	0	79	100
8.	37	46,83	40	50,63	2	2,53	0	0	0	0	79	100
9.	35	44,30	42	53,16	2	2,53	0	0	0	0	79	100
10.	40	50,63	38	48,10	1	1,26	0	0	0	0	79	100

Dari tabel diatas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

- a. Butir pernyataan 1 mengenai pendapatan meningkat setelah membuka bisnis via online responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (25,31%), yang menyatakan setuju sebanyak 45orang (56,96%),dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 12 orang (15,18%),dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang (2,53), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- b. Butir pernyataan 2 mengenai pendapatan tidak meningkat setelah membuka bisnis via online responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 0 orang (0 %), yang menyatakan setuju sebanyak 15orang (18,98%),dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 19 orang (24,05%),dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 45 orang (56,96), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- c. Butir pernyataan 3 mengenai pendapatan pedagang dipengaruhi oleh bisnis via online yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (37,97%), yang menyatakan setuju sebanyak 41orang (51,89%),dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 5 orang (6,32%),dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang (3,79%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- d. Butir pernyataan 4 bisnis online lebih menjanjikan daripada via offline yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (35,44%), yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang (56,96%),dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 6 orang (7,59%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- e. Butir pernyataan 5 mengenai pendapatan pedagang dipengaruhi oleh bisnis via online yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (25,31%), yang menyatakan setuju sebanyak 15 orang (18,98%),dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 20 orang (25,31%),dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang (12,65%), dan responden yang

- menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 14 orang (17,72)
- f. Butir pernyataan 6 mengenai pendapatan per bulan pedagang rata-rata lebih tinggi daripada pendapatan karyawan biasa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (39,24%), yang menyatakan setuju sebanyak 39 orang (49,36%), dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 5 orang (6,32%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang (5,06%), tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
 - g. Butir pernyataan 7 mengenai pihak PD Pasar belum memberi dukungan kepada pedagang untuk beralih ke bisnis online yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (36,70%), yang menyatakan setuju sebanyak 37 orang (46,83%), dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 12 orang (15,18%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang (1,26%), tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
 - h. Butir pernyataan 8 pendapatan bertambah berkali lipat setelah berjualan via *offline* dan *online* yang menyatakan sangat setuju sebanyak 37 orang (46,83%), yang menyatakan setuju sebanyak 40 orang (50,63%), dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 2 orang (2,53%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
 - i. Butir pernyataan 9 pendapatan setelah adanya bisnis *online* bertambah sama sekali terhadap pendapatan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang (44,30%), yang menyatakan setuju sebanyak 42 orang (53,16%), dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 2 orang (2,53%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
 - j. Butir pernyataan 10 Penawaran yang ditawarkan pada bisnis online lebih tepat sasaran ke pembeli dan permintaan banyak sehingga menjual dengan harga yang sedikit miring tidak dipermasalahkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 orang (50,63%), yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang (48,10%), dan ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 1 orang (1,26%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3.3 Hasil Pengolahan Data

3.4.1 Uji Validitas

Suatu butir angket dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} untuk uji dua arah pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 79$, maka derajat bebasnya adalah $N-2 = 79 - 2 = 77$. Nilai r_{tabel} dua arah pada $df = 77$ dan $p = 0,05$ adalah 0,2213. Hasil output SPSS yang diperoleh untuk uji validitas dari variabel bisnis online (x) pendapatan pedagang (y) pada pedagang pasar petisah Medan dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 7
Hasil Uji Validitas Variabel Bisnis Online (X)

No. Butir	$r_{hitung} >$	r_{tabel}	Satuan
1.	0,058	0,02213	Valid
2.	0,272	0,02213	Valid
3.	0,490	0,02213	Valid
4.	0,611	0,02213	Valid
5.	0,426	0,02213	Valid
6.	0,565	0,02213	Valid
7.	0,486	0,02213	Valid

8.	0,574	0,02213	Valid
9.	0,407	0,02213	Valid
10.	0,379	0,02213	Valid
11.	0,640	0,02213	Valid
12.	0,608	0,02213	Valid
13.	0,535	0,02213	Valid

Sumber: Hasil olahan data angket melalui SPSS versi 22.0

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel pusat bisnis *online* (X) tingkat pendapatan (Y) pada pedagang pasar petisah medan dinyatakan valid.

Tabel 8
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pendapatan (Y)

No. Butir	$r_{hitung} >$	r_{tabel}	Satuan
1.	0,414	0,02213	Valid
2.	0,414	0,02213	Valid
3.	0,446	0,02213	Valid
4.	0,468	0,02213	Valid
5.	0,551	0,02213	Valid
6.	0,250	0,02213	Valid
7.	0,361	0,02213	Valid
8.	0,491	0,02213	Valid
9.	0,719	0,02213	Valid
10.	0,625	0,02213	Valid

Sumber: Hasil olahan data angket melalui SPSS versi 22.0

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel pusat bisnis *online* (X) tingkat pendapatan (Y) pada pedagang pasar petisah medan dinyatakan valid.

3.2.2. Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket.

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrument penelitian, salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode Alpha Cronbach maka r_{hitung} akan diwakili oleh nilai alpha. Suatu angket atau kuesioner dapat dikatakan handal (reliabel) apabila memiliki kehandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Nilai alpha yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

Adapun tingkat reliabilitas pernyataan variabel berdasarkan hasil olahan data SPSS versi 22.0 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.108	13

Dari hasil output reliability statistic diatas diperoleh nilai alpha Cronbach sebesar 0,108 dengan jumlah butir pernyataan 13 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N= 79$ dan $df = N-2 = 79 - 2 = 77$ adalah 0,2213. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai alpha cronbach $> 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel (handal).

Tabel 10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	10

Dari hasil output reliability statistic diatas diperoleh nilai alpha Cronbach sebesar 0,882 dengan jumlah butir pernyataan 10 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N= 79$ dan $df = N-2 = 79 - 2 = 77$ adalah 0,2213. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai alpha cronbach $> 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel (handal).

3.2.3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak.

Teknik uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Kolmogorov Smirnov adalah bahwa jika signifikansi dibawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal. Namun, jika signifikansi diatas 0,05 maka berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang akan diuji dengan data normal baku, artinya data yang kita uji normal.

Tabel 11
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		BISNIS ONLINE	TINGKAT PENDAPATAN
N		79	79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	54.91	40.23
	Std. Deviation	4.339	4.492
Most Extreme Differences	Absolute	.138	.095
	Positive	.087	.095
	Negative	-.138	-.084
Test Statistic		.138	.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.112 ^c	.745 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan output diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Terlihat pada kolom sehingga Asymp.sig. (2-tailed) masing-masing variabel adalah variabel bisnis online 0,112 dan variabel tingkat pendapatan 0,745. Maka dapat disimpulkan data yang diuji berdistribusi normal.

3.2.4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk menguji atau memprediksi pengaruh satu variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau dependen. Bila skor variabel bebas diketahui, maka skor variabel terikatnya dapat diprediksi besarnya.

Tabel 12
Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	BISNIS ONLINE ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: TINGKAT PENDAPATAN

b. All requested variables entered.

Pada tabel diatas, variabel entered atau removed menjelaskan tentang cara yang digunakan untuk analisis regresi linier sederhana adalah dengan metode enter dengan tingkat pendapatan sebagai variable dependen nya.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.631	1	194.631	10.866	.001 ^b
	Residual	1379.268	77	17.913		
	Total	1573.899	78			

a. Dependent Variable: TINGKAT PENDAPATAN

b. Predictors: (Constant), BISNIS ONLINE

Pada tabel anova diatas, pada bagian ini menjelaskan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) antara variabel bisnis online (X) terhadap variabel tingkat pendapatan (Y) .Dari tabel ini terlihat bahwa $F_{hitung} = 10,866$ dengan tingkat signifikansi atau probabilitas $0,001 < 0,05$ maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel tingkat pendapatan . Dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata (signifikan) antar variabel bisnis online (X) terhadap variabel tingkat pendapatan (Y).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.236	6.084		3.326	.001
	BISNIS ONLINE	.364	.110	.352	3.296	.001

a. Dependent Variable: TINGKAT PENDAPATAN

Berdasarkan tabel di atas, terdapat nilai koefisien arah regresi dengan melihat hasil tabel Coefficients^a . Pada kolom Unstandardized Coefficients dalam sub kolom B, terdapat nilai constant (konstanta) sebesar 20,236 sedangkan nilai koefisien arah 0,364. Maka diperoleh persamaan regresi dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

$$= 20.236 + 0.364 x$$

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-

rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Perubahan ini dapat berupa pertambahan jika b bernilai positif dan penurunan jika b bernilai negatif. Sehingga dari persamaan berikut dapat disimpulkan:

a. konstanta sebesar 20.236 menyatakan bahwa jika variabel bisnis online (X) nilainya adalah konstan, maka variabel tingkat pendapatan (Y) pada pedagang di pasar petisah Medan nilainya adalah 20.236

b. kenaikan dalam persen variabel bisnis *online* (X) juga mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan. Koefisien regresi variabel bisnis *online* (X) sebesar 0.364 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% bisnis *online* (X), maka variabel tingkat pendapatan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.364 . koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara bisnis *fashion online* terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan. Semakin besar dampak bisnis *fashion online* maka semakin berdampak terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar Petisah Medan.

3.2.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (bisnis *fashion online*) dalam menjelaskan variabel dependen (tingkat pendapatan). Jika nilai koefisien determinan berkisar antara nol maka hubungan antara kedua variabel dinyatakan lemah. Jika angka mendekati 1 maka dinyatakan sangat kuat.

Berikut ini adalah hasil dari SPSS versi 22.0 yang menggambarkan nilai determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.352 ^a	.611	.612	4.232

a. Predictors: (Constant), BISNIS ONLINE

b. Dependent Variable: TINGKAT PENDAPATAN

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,612 dan besarnya presentase pengaruh variabel bebas atau bisnis *fashion online* dengan variabel terikat atau tingkat pendapatan yang disebut koefisien determinasi (R square) sebesar 0,611 artinya dampak bisnis *fashion online* terhadap tingkat pendapatan pedagang sebesar 61,1% sisanya 38,9% dijelaskan oleh independen lain yang tidak diteliti.

3.2.6. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau bisnis online (X) secara parsial atau individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tingkat pendapatan (Y). dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus $df = n - k = 79 - 2 = 77$

Diketahui $t_{hitung} = 3,3031$ dan $t_{tabel} = 1,66488$ dengan nilai signifikan 0,0001. Berdasarkan nilai tersebut, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,3031 > 1,66488$), maka variabel bebas atau variabel bisnis online (X) secara parsial atau individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tingkat pendapatan (Y). Dan berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS Versi 22.0 nilai signifikan $0,001 < 0,05$ maka variabel bebas atau variabel bisnis online (X) secara parsial atau individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel tingkat pendapatan (Y) . Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan

Ha diterima, yang artinya bisnis online berpengaruh atau berdampak terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan.

4. Hasil Analisis

Hasil pengujian setelah dilakukan analisis regresi sederhana pada tabel ANOVA terlihat pada bahwa $F_{hitung} = 10.886$ dengan tingkat signifikansi atau probabilitas $0,001 < 0,05$ maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel bisnis online. Artinya variabel bisnis online secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan.

Dari pengujian regresi dan hipotesis dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel bisnis *online* terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan berpengaruh secara parsial atau individual .

Dari hasil uji t dampak bisnis *online* terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan dengan hasil perhitungan dengan SPSS Versi 22,0 didapat nilai t_{hitung} sebesar 3,3031 dan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0,001 artinya bisnis *fashion online* berpengaruh atau berdampak terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah Medan.

Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai korelasi atau hubungan sebesar yaitu sebesar dan besarnya presentase pengaruh variabel bebas atau bisnis *fashion online* dengan variabel terikat atau tingkat pendapatan yang disebut sebagai koefisien determinasi (R square) sebesar 0, .artinya dampak bisnis *fashion online* terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan adalah sebesar sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Dari hasil pengujian data 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.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS versi 22.0 dan analisis penulis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dampak bisnis *fashion online* terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan. Hal ini dibuktikan pada hasil uji t dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,3031 > 1,66488$). Keputusannya adalah bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya Bisnis *fashion online* berdampak terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan.
2. Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier sederhana pada uji koefisien, bisnis *fashion online* berdampak positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien arah regresi positif yaitu sebesar 0,364 dan signifikan $p = 0,001 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan ternyata dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang sangat beragam yang kebanyakan faktor tersebut berasal dari faktor eksternal, kecanggihan teknologi pada masa kini ternyata selain menjadi hal yang memudahkan masyarakat ternyata apabila tidak diikuti dengan bijak maka dengan perlahan usaha pedagang akan tergerus dan bahkan bisa terpinggirkan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Abu Husain. 1999. *Mu'jam Maqayis al-lughah*. Beirut: Dar al-kutub al-ilmiyah
- Akmal, Tarigan. 2011. *Metodologi penelitian ekonomi islam*. Medan: La Tansa Press.
- Alma, Buchari. 2003. *dasar-dasar etika bisnis islam*. Bandung: Alfabeta.
- Ali, Hapzi. 2010. *Technopreneurship dalam perspektif bisnis online*. Jambi: Baduose Media.
- Antonio. 2012. *Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad Saw: The Super Leader Super Manajer*. Jakarta: Tazkia Publishing.
- Aswawi, Nur dan Masyhuri. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Malang Press.
- Fire, Case. 2007. *Prinsip-Prinsip Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Ricky W. dan Ronald J. Ebert. 1996. *Bussiness Prentice Hall International*. Jakarta: Prenhallindo.
- Harahap, Sunarji. 2018. *Studi kelayakan bisnis pendekatan integratif*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Harinaldi. 2005. *Prinsip-prinsip Statistik untuk sains dan teknik*. Jakarta: Erlangga.
- Ikhsan, Arpan, dkk, 2014, *Metedeologi Penelitian Bisnis Untuk akuntansi dan Manajemen*, Bandung: Citapustaka Media.
- Kensil, Christine. 2008. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Keraf, A. Aonny. 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Samuelson, Paul A. 2003. *Ilmu Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Santoso, Singgih. 2011. *Mastering SPSS Versi 19*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Solomon, Michael. 2006. *Consumer Behaviour: A European Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sujparweni, Wiratna. 2015. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suryani, dan Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sutedjo, Budi. 2002. *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.