ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v5i5.7534

PENGARUH *E-COMMERCE* DAN MODAL USAHA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR GANG SIKU KOTA JAMBI

Effect of E-Commerce and Business Capital on the Income of Traditional Traders at Gang Siku Market, Jambi City

Nadia Nurmusischa, Bambang Kurniawan, Beid Fitrianova Andriani
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
beidfitrianova89@gmail.com; bambangkurniawan@uinjambi.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Aug 22, 2025	Sep 16, 2025	Sep 28, 2025	Oct 2, 2025

Abstract

The decline in income among traditional market traders at Pasar Gang Siku, Jambi City, due to the growing dominance of e-commerce and limited business capital forms the background of this study, while research simultaneously examining both factors remains limited. This study aims to analyze the influence of e-commerce utilization and business capital on the income of traditional clothing traders at Pasar Gang Siku within the context of the digital era. A quantitative approach was employed, with random sampling applied to 65 clothing traders. Data were analyzed using multiple linear regression tests. The results indicate that e-commerce has a significant effect on traders' income, with a significance value of 0.001 and a regression coefficient of 0.470. Conversely, business capital does not have a significant partial effect, with a significance value of 0.052 and a regression coefficient of 0.211. However, both variables together significantly influence traders' income. The study concludes that e-commerce utilization is a key factor in

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

increasing traditional traders' income amidst digital transformation, while the effectiveness of business capital depends on managerial capacity and technological adaptation. The implications include a theoretical contribution to the study of traditional market adaptation in the digital age and practical recommendations for formulating digital-based local economic empowerment strategies.

Keywords: E-Commerce; Business Capital; Traders' Income; Traditional Markets; Digital Transformation.

Abstrak: Penurunan pendapatan pedagang pasar tradisional di Pasar Gang Siku, Kota Jambi, sebagai akibat dari dominasi *e-commerce* dan keterbatasan modal usaha menjadi latar belakang penelitian ini, sementara kajian yang mengkaji kedua faktor tersebut secara simultan masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-commerce* dan modal usaha terhadap pendapatan pedagang pakaian tradisional di Pasar Gang Siku dalam konteks era digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan pengambilan sampel secara *random sampling* terhadap 65 pedagang pakaian. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang dengan nilai signifikansi 0,001 dan koefisien regresi sebesar 0,470. Sebaliknya, modal usaha tidak berpengaruh signifikan secara parsial dengan nilai signifikansi 0,052 dan koefisien regresi sebesar 0,211. Namun, secara simultan kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa pemanfaatan *e-commerce* menjadi faktor kunci dalam meningkatkan pendapatan pedagang tradisional di tengah transformasi digital, sementara efektivitas modal usaha bergantung pada aspek manajerial dan adaptasi teknologi. Implikasi penelitian ini mencakup kontribusi teoretis terhadap studi adaptasi pasar tradisional di era digital, serta rekomendasi praktis untuk penyusunan strategi pemberdayaan ekonomi lokal berbasis digital.

Kata Kunci: E-Commerce; Modal Usaha; Pendapatan Pedagang; Pasar Tradisional; Transformasi Digital.

PENDAHULUAN

Pasar tradisional adalah lokasi di mana pedagang dan konsumen bertemu, dengan ciri khas adanya interaksi jual-beli secara langsung dan sering kali dilengkapi dengan proses tawar-menawar. Pasar tradisional telah lama memberikan kontribusi yang besar untuk memacu pertumbuhan ekonomi masyarakat di Indonesia. Peran utama pasar tradisional, selain sebagai lokasi untuk menjual produk-produk warga sekitar, juga berfungsi sebagai sumber pekerjaan yang signifikan bagi Masyarakat (Arkan et al., 2024). Pasar tradisional memiliki ciri khas yang unik dan memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Karakteristik utamanya mencakup tradisi negosiasi harga yang menguatkan relasi sosial, penyediaan

komoditas segar dan keperluan domestik, diiringi lokasi yang starategis dan mudah dijangkau (Pameling et al., 2024)

Pasar tradisional memainkan peran penting dalam perekonomian lokal sebagai pusat distribusi kebutuhan pokok dan penyedia lapangan kerja bagi komunitas kecil. Aktivitas jual beli harian di pasar-pasar ini merupakan sumber pendapatan utama bagi para pedagang dan mendukung perekonomian sekitar. Pendapatan para pedagang tidak hanya menentukan kesejahteraan keluarga mereka, tetapi juga mempengaruhi stabilitas perekonomian lokal. Oleh karena itu, menjaga keberlanjutan pendapatan para pedagang pasar tradisional merupakan isu strategis di tengah perubahan zaman dan persaingan yang semakin ketat (Arifin & Hadi, 2021).

Pendapatan adalah uang yang diperoleh oleh individu atau perusahaan dalam berbagai bentuk, seperti gaji, upah, sewa, bunga, dan laba, termasuk tunjangan pengangguran dan dana pensiun. Dalam mikroekonomi, pendapatan merujuk pada aliran pengembalian selama periode tertentu dari penyediaan faktor-faktor produksi seperti sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal dalam bentuk sewa, upah, bunga, dan laba, masing-masing (Jomi et al., 2020).

Pendapatan pedagang dalam menjual barang dagangannya dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mempengaruhi secara signifikan yaitu *e-commerce,* modal, jam kerja, jenis dagangan, pendidikan, jumlah tenaga kerja dan Lokasi (Allam et al., 2019). Meskipun pendapatan pedagang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti jam kerja, jenis barang dagangan, pendidikan, tenaga kerja, dan lokasi, penelitian ini hanya berfokus pada *e-commerce* dan modal usaha. Kedua variabel ini dipilih karena relevan dengan tantangan yang dihadapi pasar tradisional di era digital, *e-commerce* memperluas pasar dan penjualan, sementara modal usaha menentukan kemampuan adaptasi dan pemanfaatan teknologi. Fokus ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas untuk meningkatkan pendapatan pedagang tradisional.

Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi pendapatan, *e-commerce* menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan. *E-commerce* adalah bentuk pembelian dan penjualan atau transaksi yang dilakukan melalui media elektronik, yang umumnya dikenal sebagai internet. *E-commerce* merujuk pada penggunaan internet digital atau internet (Wiharyati & Sihombing, 2024). Penjualan di pasar tradisional dengan adanya *e-commerce* menyebabkan penurunan jumlah pengunjung konsumen di pasar tradisional yang mengakibatkan tingkat penjualan mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan penjualan yang terjadi pada platform *e-commerce* yang menawarkan promosi diskon sangat besar kepada konsumen,

sehingga memberikan dampak yang sangat besar kepada pedagang yang ada di pasar tradisional. Menurunnya nilai produk atau barang di platform *e-commerce* membuat pasar tradisional menjadi kurang menarik untuk dikunjungi konsumen (Nur'aeni et al., 2024).

Selain *e-commerce*, modal usaha juga mempengaruhi pendapatan. Bagi usaha baru, modal digunakan untuk kelancaran operasional, sementara bagi usaha yang sudah ada, modal digunakan untuk pengembangan dan perluasan pasar. Pengusaha harus mengelola modal secara optimal agar dapat memperoleh keuntungan maksimal. (Rifa'i & Husinsah, 2022). Modal adalah sejumlah uang atau barang yang digunakan penjual untuk menjalankan usahanya dan menjadi faktor penting dalam suatu produksi. Adanya peningkatan jumlah modal yang digunakan penjual akan dapat mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan diperoleh karena usaha yang dijalankan menjadi lebih luas dengan adanya penambahan modal (Siahaan & Hs, 2024). Dengan demikian, semakin rendah modal yang dimiliki penjual, maka semakin terbatas pula kapasitas usahanya untuk berkembang, sehingga peluang untuk meningkatkan pendapatan pun menjadi semakin kecil.

Menurut data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), terjadi penurunan aktivitas di pasar tradisional sebesar 15% dalam lima tahun terakhir, sementara transaksi *e-commerce* meningkat sebesar 25% per tahun. Sedangkan di Provinsi Jambi transaksi online pada tahun 2024 meningkat sekitar 15-20% dari tahun sebelumya (BPS, 2025). Perkembangan *e-commerce* telah mengubah pola perdagangan di Indonesia, termasuk di Kota Jambi. Fenomena ini diperparah oleh keterbatasan akses modal untuk meningkatkan kualitas usaha serta kurangnya kemampuan memanfaatkan teknologi digital. Akibatnya, pedagang tradisional menghadapi kesulitan mempertahankan omzet harian mereka, sehingga pendapatan yang menjadi sumber penghidupan utama pun terus tertekan dari waktu ke waktu.

Sebagai ibu kota Provinsi Jambi, Kota Jambi memiliki beberapa pasar tradisional yang memiliki kontribusi signifikan dalam menyangga ekonomi masyarakat, salah satunya Pasar Gang Siku yang terletak di Kelurahan Pasar Jambi Kecamatan Pasar Jambi. Pasar ini termasuk salah satu pasar dengan kepadatan pedagang yang tinggi dan memiliki lokasi yang sangat strategis. pasar Gang Siku khususnya dikenal sebagai pusat penjualan pakaian jadi, yang mendominasi hampir 95% dari seluruh komoditas yang diperdagangkan. Tingginya jumlah pedagang pakaian di pasar ini memudahkan peneliti untuk mengamati secara khusus bagaimana mereka bersaing dengan toko online. Selain sebagai pusat penjualan pakaian jadi

terbesar, pasar ini memberikan contoh nyata tentang bagaimana usaha tradisional beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dalam perdagangan.

Fenomena adaptasi digital ini menjadi semakin relevan mengingat data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi, tercatat pendapatan yang fluktuatif pada pedagang pasar Gang Siku dalam lima tahun terakhir sebagaimana terlihat dalam tabel 1. berikut.

Tabel 1. Pendapatan Pedagang Pasar Gang Siku Kota Jambi

No	Komoditas	Jumlah Kios	Pendapatan/ Bulan (Rp/Juta)					Penurunan (%)
			2020	2021	2022	2023	2024	
1.	Pakaian Jadi	175	4.2-5.0	3.0-4.0	3.5-4.5	3.0-4.2	2.8-4.0	33-36%
2.	Sepatu	4	3.8-5.0	3.0-4.2	3.5-4.8	3.8-5.0	3.5-4.8	12-15%
3.	Pecah Belah	4	3.0-4.0	2.5-3.2	2.8-3.5	2.5-3.3	2.4-3.2	20-25%
4.	Sandal	1	4.0-5.0	3.5-4.5	3.8-4.8	3.5-4.7	3.3-4.5	15-18%
5.	Kain	2	4.2-5.1	3.7-4.3	3.8-4.7	3.4-4.5	3.5-4.5	16-19%

Sumber: Dinas Perindutrian dan Perdagangan Kota Jambi

Tabel 1. tersebut secara jelas memperlihatkan dampak signifikan dari transformasi digital dan perubahan perilaku konsumen terhadap pendapatan pedagang Pasar Gang Siku yang mengalami fluktuasi signifikan selama periode 2020-2024. Data menunjukkan bahwa komoditas pakaian jadi, yang menjadi tulang punggung pasar dengan 175 kios (94%), hanya mampu menghasilkan pendapatan Rp2.8-4.0 juta per bulan pada tahun 2024, turun signifikan dari Rp4.2-5.0 juta di tahun 2020, Angka ini berada di bawah Upah Minimum Kota Jambi (Rp3.6 juta)(BPK, 2025). Hal ini disebabkan oleh dominasi *e-commerce fashion* seperti Shopee dan Tokopedia yang menawarkan harga lebih murah yaitu dengan rata-rata harga sekitar 25-30% lebih murah dan kemudahan bertransaksi, serta perubahan perilaku konsumen generasi muda yang lebih memilih berbelanja online (Rahmawati & Pratiwi, 2024).

Berdasarkan survei terhadap pedagang di Pasar Gang Siku Kota Jambi, mayoritas responden menghadapi kendala serius dalam hal modal usaha. Sekitar 60% pedagang menyatakan modal mereka hanya cukup untuk membeli stok barang dalam jumlah terbatas, sehingga sulit memenuhi permintaan besar atau menyediakan variasi produk. Selain itu, sekitar 40% pedagang mengaku ingin mengembangkan usaha seperti memperbesar lapak atau menambah jenis dagangan, namun terhalang akses modal, termasuk keterbatasan dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan karena nominal yang dirasa belum memadai dan persyaratan yang sulit dipenuhi. Keterbatasan modal ini membuat pedagang sulit bersaing dengan toko modern atau penjual online yang memiliki tampilan produk lebih menarik dan

stok lengkap. Modal yang lemah dari masyarakat dapat diartikan sebagai suatu kurangmampuan masyarakat untuk mengelola modal yang sebenarnya (Polandos et al., 2019).

Survei juga menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* di kalangan pedagang Pasar Gang Siku masih sangat rendah. Sekitar 80% responden belum pernah menjual secara online karena kurang pengetahuan atau keterampilan digital, seperti membuat katalog atau mengelola pesanan. Sementara itu, hanya sekitar 20% pedagang yang sudah mulai memanfaatkan *e-commerce* sebagai saluran penjualan, meskipun masih dalam skala kecil dan terbatas. Hasil survei ini memperlihatkan bahwa rendahnya modal usaha dan pemanfaatan *e-commerce* saling berkaitan, sehingga membatasi jangkauan penjualan dan berdampak pada pendapatan pedagang yang cenderung menetap.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji dampak *e-commerce* terhadap pedagang tradisional di berbagai pasar dan sektor perdagangan. Megi Saputra (2023) di Pasar Batusangkar menemukan bahwa *e-commerce* menjadi ancaman bagi pedagang konvensional, di mana penurunan pendapatan yang signifikan dialami oleh pedagang sandang akibat meningkatnya ketergantungan konsumen terhadap belanja online.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Setiyani dkk (2023), yang berfokus pada Pasar Tac Kota Jambi mengungkapkan bahwa modal dan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Adinda dan Wahyu (2022) memberikan pernyataan bahwa modal usaha tidak memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pedagang pasar gambar.

Di era digital saat ini, *e-commerce* telah menjadi saluran utama yang mengubah pola perdagangan dan perilaku konsumen, termasuk di pasar tradisional. Platform digital seperti Shopee dan Tokopedia menawarkan kemudahan transaksi dan harga yang lebih kompetitif, sehingga menjadi tantangan besar bagi pedagang tradisional dalam mempertahankan penghasilan mereka. Keunikan penelitian ini terletak pada pendekatannya, yang mengintegrasikan pengaruh *e-commerce* dan modal usaha secara bersamaan dalam konteks pasar tradisional, khususnya di Pasar Gang Siku, Kota Jambi, yang dikenal sebagai pusat penjualan pakaian jadi. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana pedagang tradisional dapat beradaptasi dan mengoptimalkan potensi bisnis mereka di tengah gangguan digital yang semakin intensif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *e-commerce* dan modal usaha terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Gang Siku, Kota Jambi. Selain itu, penelitian

ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kedua faktor tersebut mempengaruhi pendapatan pedagang dan memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah dan pelaku usaha dalam mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha tradisional agar dapat bersaing secara efektif di tengah persaingan pasar digital yang semakin ketat.

METODE

Pada studi ini, metode yang diterapkan adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Rancangan ini dipilih untuk menguji hubungan antara variabel *e-commerce* dan modal usaha terhadap pendapatan. Lokasi penelitian di lakukan di Pasar Gang Siku Kelurahan Pasar Jambi, Kecamatan Pasar Jambi, Kota Jambi, dengan pelaksanaan penelitian dimulai setelah seminar proposal hingga tahap akhir analisis data. Dalam studi ini, terdapat 186 populasi penelitian yang mencakup seluruh pedagang yang beroperasi di Pasar Gang Siku, Kota Jambi. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sebanyak 65 responden. Penelitian ini menerapkan teknik *Simple Random Sampling* sebagai metode pemilihan sampel, metode ini merupakan teknik penarikan sampel berdasarkan pertimbangan khusus yang relevan dengan tujuan penelitian adalah bahwa setiap anggota dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket (kuesioner) secara langsung di lapangan. Instrumen disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan menggunakan skala likert lima poin. Validitas instrumen diuji melalui korelasi item-total, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha, dengan hasil yang menunjukkan bahwa seluruh instrumen valid dan reliabel. Selain itu, data pendukung dikumpulkan melalui dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antar variabel. Uji F dan uji t digunakan dalam pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL

1. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Hasil uji secara parsial ditunjukkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.762	5.975		2.805	.007
	E-Commerce	.470	.130	.404	3.602	.001
	Modal Usaha	.211	.107	.222	1.980	.052

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Diolah 2025

1) Diperoleh nilai t hitung sebesar 3,602 dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05 menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penurunan pendapatan pedagang tradisional. Koefisien positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat intensitas *e-commerce*, seamkin besar tingkat penurunan pendapatan. Dengan demikian maka H_o ditolak dan H_a diterima,

2) Diperoleh nilai t hitung sebesar 1,980 dan nilai signifikansi 0,052 > 0,05 menunjukkan bahwa modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap penurunan pendapatan pedagang tradisional. Meskipun koefisien regresi bernilai positif, secara statistik pengaruhnya tidak terbukti pada taraf signifikansi 5%. Hal ini berarti H_o diterima dan H_a ditolak, sehingga besar kecilnya modal usaha tidak secara langsung memengaruhi penurunan pendapatan pedagang tradisional.

b. Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan uji F atau uji ANOVA. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Model regresi dianggap signifikan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya < 0,05. Sebaliknya, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansi > 0,05, maka model regresi dianggap tidak signifikan.

Tabel 3. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	273.207	2	136.604	8.918	.000[b]
	Residual	949.654	62	15.317		
	Total	1222.862	64			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Modal Usaha, E-Commerce

Sumber: Data Diolah 2025

Berdasarkan tabel 3. diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000< 0,05 dan nilai F_{hitung} sebesar 8.918. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y

c. Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variabel terikat. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen hampir sepenuhnya menyediakan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731[a]	.535	.520	1.95685

a. Predictors: (Constant), Modal Usaha, E-commerce

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Diolah 2025

Dari tabel 4. di atas, diketahui bahwa nilai R^2 dan Adjusted R^2 menunjukkan hasil koefisien determinasi, yang akan diubah menjadi bentuk persentase. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,535 atau 53,5% menunjukkan bahwa *e-commerce* (X_1) dan modal usaha (X_2) berpengaruh terhadap pendapatan (Y). Sementara itu, sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1.Pengaruh *E-commerce* Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional

Berdasarkan hasil uji pengujian parsial, diketehui nilai sig sebesar sebesar 0,001> 0,05 dan nilai thitung yaitu sebesar 3,602. karena 0,001 < 0,05 , maka Ha diterima dan H0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap variable pendapatan pedagang tradisional.

Disis lain, hasil kuesioner yang disebarkan kepada 65 pedagang tradisional di Pasar Gang Siku, banyak responden menyatakan bahwa mereka tidak memiliki kemampuan menjual produk secara online dan merasa kebingungan saat menggunakan internet untuk usaha. Tingkat persetujuan terhadap pernyataan tersebut cukup tinggi, yang menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital di kalangan pedagang tradisional menjadi salah satu faktor utama yang menghambat pemanfaatan platform *e-commerce* sebagai saluran pemasaran.

Selain itu, mayoritas responden juga mengakui bahwa informasi produk yang tersedia di *e-commerce* lebih lengkap dibandingkan dengan yang ada di pasar tradisional. Persepsi ini memperkuat daya tarik *e-commerce* bagi konsumen, karena mereka dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi produk, membandingkan harga, dan melakukan pembelian secara praktis tanpa harus datang langsung ke pasar. Kondisi ini berpotensi mengalihkan konsumen dari pasar tradisional ke platform digital, sehingga berdampak pada penurunan pendapatan pedagang tradisional.

Menurut teori perilaku konsumen Kotler dan Keller, konsumen melalui proses pengambilan keputusan yang meliputi pencarian informasi dan evaluasi alternatif sebelum melakukan pembelian. *E-commerce* menyediakan kemudahan akses informasi produk yang lengkap dan praktis, sehingga konsumen lebih memilih berbelanja secara online dibandingkan di pasar tradisional yang informasi produknya terbatas. Pergeseran preferensi konsumen ini menyebabkan turunnya pendapatan pedagang tradisional yang belum mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Dengan demikian, pengaruh *e-commerce* terhadap penurunan pendapatan pedagang tradisional tidak hanya berasal dari perubahan perilaku konsumen, tetapi juga dari keterbatasan kemampuan pedagang dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi digital. Upaya peningkatan literasi digital bagi pedagang tradisional menjadi penting agar mereka dapat bersaing dan mempertahankan pendapatan di era digital.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengkaji dampak *e-commerce* terhadap pedagang tradisional di berbagai pasar dan sektor perdagangan. (Saputra et al., 2023), di Pasar

Batusangkar menemukan bahwa *e-commerce* menjadi ancaman bagi pedagang konvensional, di mana penurunan pendapatan yang signifikan dialami oleh pedagang sandang akibat meningkatnya ketergantungan konsumen terhadap belanja online. Temuan (Syahfitri et al., 2024) memperkuat bukti bahwa pesatnya pertumbuhan toko digital berpengaruh besar terhadap penurunan omset toko fisik di Pasar Raya MMTC, khususnya pada sektor pakaian dan kosmetik.

2. Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional

Berdasarkan hasil uji pengujian parsial, diketehui nilai sig sebesar sebesar 0,052 > 0,05 dan nilai thitung yaitu sebesar 1,980. karena 0,052 > 0,05 , maka Ha ditolak dan H0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa modal usaha tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variable pendapatan pedagang tradisional.

hasil kuesioner yang disebarkan kepada 65 pedagang tradisional di Pasar Gang Siku, Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka menggunakan modal secara efektif untuk pembelian barang dagang dan mayoritas modal usaha berasal dari tabungan sendiri, yang menunjukkan bahwa pedagang tradisional mengandalkan sumber dana internal untuk menjalankan aktivitas usahanya. Namun, mereka juga mengakui kesulitan dalam mengembangkan usaha akibat keterbatasan modal. Hal ini menunjukkan bahwa modal usaha menjadi kendala nyata dalam pengembangan usaha pedagang tradisional.

Di sisi lain, hasil analisis regresi yang dilakukan terhadap data menunjukkan bahwa modal usaha tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penurunan pendapatan pedagang tradisional di pasar tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa walaupun keterbatasan modal menjadi tantangan dalam pengembangan usaha, faktor modal bukanlah penyebab utama dari turunnya pendapatan pedagang. Dengan demikian, penurunan pendapatan lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang lebih dominan, seperti perubahan perilaku konsumen dan persaingan yang semakin ketat dari platform *e-commerce*. Faktor-faktor tersebut memberikan tekanan yang lebih besar terhadap pendapatan pedagang tradisional dibandingkan dengan keterbatasan modal usaha.

Dalam konteks teori perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller, konsumen saat ini lebih mengutamakan kemudahan akses informasi dan kenyamanan dalam berbelanja, yang disediakan oleh platform *e-commerce*. Konsumen melakukan pencarian informasi yang lengkap dan evaluasi alternatif secara online sebelum membeli produk. Oleh karena itu, meskipun pedagang tradisional memiliki modal yang cukup untuk membeli barang dagangan, jika mereka tidak mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah misalnya dengan

menyediakan informasi produk yang lengkap atau memanfaatkan teknologi digital, maka pendapatan mereka tetap akan menurun.

Dengan demikian, keterbatasan modal usaha memang menjadi tantangan bagi pedagang tradisional, tetapi tidak secara langsung mempengaruhi penurunan pendapatan. Fokus utama perlu diarahkan pada peningkatan kemampuan pedagang dalam beradaptasi dengan perilaku konsumen modern dan pemanfaatan teknologi digital agar dapat bersaing dengan *e-commerce*.

Penelitian ini sejalan dengan temuan (Alkumairoh & Warsitasari, 2022) dengan judul pengaruh modal usaha, jam kerja dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM pedagang pasar gambar yang menunjukkan bahwa modal usaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang usaha mikro, kecil dan menengah pedagang pasar gambar. Temuan ini juga didukung oleh temuan dari (Syahputra et al., 2022) dimana modal usaha tidak mempengaruhi pendapatan pedagang usaha mikro kecil dan menengah.

3. Pengaruh *E-commerce* dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional

Berdasarkan hasil uji pengujian simultan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai sebesar 8,918. dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) variable *e-commerce* dan modal usaha memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variable pendapatan pedagang tradisional. Pengaruh gabungan kedua faktor ini terlihat dari kesulitan pedagang dalam menyesuaikan diri dengan teknologi digital serta keterbatasan modal yang menghambat pengembangan usaha, yang pada akhirnya menyebabkan penurunan total penjualan dan berkurangnya jumlah pembeli di lapak tradisional.

E-commerce memicu perubahan perilaku baik pedagang maupun konsumen di Pasar Gang Siku dengan menyediakan platform yang memudahkan konsumen dalam mengakses informasi produk secara lengkap dan melakukan transaksi dengan mudah. Namun, bagi pedagang tradisional yang belum memiliki kemampuan menjual produk secara online dan merasa kesulitan menggunakan internet untuk usaha, kehadiran *e-commerce* menjadi tantangan besar. Selain itu, *e-commerce* juga mengubah preferensi konsumen yang kini lebih memilih kemudahan, kecepatan, dan variasi produk yang tersedia secara digital, sehingga berdampak pada menurunnya jumlah pembeli di pasar tradisional.

Modal usaha memiliki peran penting dalam kemampuan pedagang tradisional untuk mengelola dan mengembangkan usahanya. Modal yang terbatas, yang biasanya berasal dari tabungan pribadi, membatasi kemampuan pedagang untuk berinovasi, memperluas variasi

produk, atau memanfaatkan teknologi digital sebagai strategi pemasaran. Walaupun pedagang berusaha menggunakan modal secara efisien untuk pembelian barang dagang, keterbatasan modal ini menjadi hambatan utama dalam menghadapi persaingan dengan *e-commerce*, sehingga turut berkontribusi pada penurunan pendapatan.

Dengan demikian, kombinasi antara keterbatasan kemampuan pedagang dalam memanfaatkan *e-commerce* dan kendala modal usaha menciptakan dinamika persaingan yang kompleks di Pasar Gang Siku. Pedagang tidak hanya menghadapi tantangan dari perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan dan kelengkapan informasi produk secara online, tetapi juga dibatasi oleh keterbatasan modal untuk berinovasi dan beradaptasi. Hal ini menegaskan pentingnya pendekatan yang menyeluruh dalam mendukung pedagang tradisional agar dapat bersaing secara efektif di era digital saat ini. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mardiah, 2025) yang menyatakan bahwa *e-commerce* dan modal usaha berpengaruh secara signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penurunan pendapatan pedagang tradisional di Pasar Gang Siku Kota Jambi dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Sebaliknya, modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap penurunan pendapatan dengan nilai signifikansi 0,052 > 0,05. Secara simultan, *e-commerce* dan modal usaha berpengaruh signifikan terhadap penurunan pendapatan pedagang tradisional dengan nilai Fhitung > Ftabel dan tingkat signifikansi < 0,05, serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,535 yang menunjukkan bahwa 53,5% variasi penurunan pendapatan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut.

Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan perdagangan, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, pengelola pasar, dan pihak terkait dalam merancang program pendampingan, pelatihan, dan kebijakan yang dapat membantu pedagang tradisional beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas wilayah kajian, menambah jumlah responden, serta menguji variabel lain seperti lokasi, jam kerja, jenis dagangan, dan pendidikan, dengan mempertimbangkan penggunaan metode campuran untuk hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan pembaca tentang pengaruh *e-commerce* dan modal usaha terhadap pendapatan pedagang

tradisional, sehingga meningkatkan pemahaman akan tantangan di era digital dan pentingnya strategi adaptasi untuk keberlangsungan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Alkumairoh, A. F., & Warsitasari, W. D. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Pedagang Pasar Gambar Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, *2*(2). https://doi.org/10.21274/sosebi.v2i2.6428

Allam, M. A., Rahajuni, D., Ahmad, A. A., & Binardjo, G. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pasar Sunday Morning (SUNMOR) Purwokerto. *Jurnall Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, *21*(02). https://doi.org/10.32424/jeba.v21i2.1328

Arifin, & Hadi. (2021). Pengaruh Pemanfaatan E-commerce Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(1).

Arkan, M. H., Levianita, M. S., Kadafi, A., Lapian, N. P., Azzahra, U., Putra, Z. A. S., Nathanael, K. H., Hakim, M. A., & Karaniya, A. S. (2024). Penurunan Pendapatan Pedagang Pasar Pondok Labu, Dampak Munculnya Marketplace. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(12), 531–547. https://doi.org/https://doi.org/10.5281/ZENODO.12541384

BPK. (2025). *Badan Pemeriksa Keuangan*. https://www.bpk.go.id/

BPS. (2025). *Badan Pusat Statistik*. https://www.bps.go.id/id

Jomi, M., Widodo, S., & Hariani, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Reok Kabupaten Manggarai Nusa Tenggara Timur Tahun 2020. *Jurnal Ekonomie*, *2*(2).

Mardiah. (2025). Pengaruh e-commerce dan modal usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru dalam perspektif ekonomi syariah. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.

Nur'aeni, Ainulyaqin, M., & Edy, S. (2024). Dampak Fenomena E-commerce Pada Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Psikologi dan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *10*(01), 270–284. https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12146.

Pameling, D. P., Sari, G., Faradea, N., & Hendra, J. (2024). Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional di Era Digital. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, *7*(4), 16218.

Polandos, P. M., Engka, D. S. ., & Tolosang, K. D. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pnedapatan Usaha Mikro kecil dan Menengah di Kecamatan Lawongan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, *19*(4).

Rahmawati, A., & Pratiwi, R. N. (2024). Analisis Dampak E-commerce Terhadap Para Pedagang Konvensional ITC Depok. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, *2*(3). https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.200.

Rifa'i, M., & Husinsah. (2022). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Perdana Publishing.

Saputra, M., Rahmadani, A., Elvina, A., & Fahlefi, R. (2023). DAMPAK E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG SANDANG DI PASAR BATUSANGKAR. *Tamwil*, *9*(2), 101. https://doi.org/10.31958/jtm.v9i2.11017

Siahaan, A. L., & Hs, S. R. (2024). Pengaruh Modal Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong di Desa Nagori Bosar Kabupaten Simalungun. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *12*(01). https://doi.org/https://doi.org/10.23887/ekuitas.v12i1.79361

Syahfitri, W., Afrilia, D., Ilmi, N., Sipahutar, R. A. S., & Sidauruk, T. (2024). Pengaruh Munculnya Toko Online Terhadap Penurunan Pendapatan Toko Offline di Pasar Raya MMTC. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, *2*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.57235/mantap.v2i2.2884

Syahputra, A., Ervina, & Melisa. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Management and Business (JOMB)*, *4*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3498

Wiharyati, W., & Sihombing, A. Z. (2024). Pengaruh Electronic Commerce (E-commerce) Terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Economic, Business and Engineerinf (JEBE)*, *5*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.32500/jebe.v5i2.6577