

**ANALISIS DAMPAK *ONLINE SHOP* TERHADAP  
PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR  
LAMA PANYABUNGAN KABUPATEN  
MANDAILING NATAL**



**SKRIPSI**

*Diajukan Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi*

**Oleh**

**VIVI ANGRANI  
NIM. 18 402 00251**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**ANALISIS DAMPAK *ONLINE SHOP* TERHADAP  
PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR  
LAMA PANYABUNGAN KABUPATEN  
MANDAILING NATAL**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi*

**Oleh :**

**VIVI ANGRANI  
NIM : 18 402 00251**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

**ANALISIS DAMPAK *ONLINE SHOP* TERHADAP  
PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR  
LAMA PANYABUNGAN KABUPATEN  
MANDAILING NATAL**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi*

**Oleh :**

**VIVI ANGRIANI  
NIM : 18 402 00251**

**Pembimbing I**

  
**Sarmiana Batubara, M. A  
NIDN. 2127038601**

**Pembimbing II**

  
**M. Fauzan, M.E.I  
NIDN. 0104048904**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

Hal : Lampiran Skripsi  
A.n. **VIVI ANGRANI**

Padangsidempuan, Desember 2023  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam UIN Syahada  
Padangsidempuan  
di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an **VIVI ANGRANI** yang berjudul "**ANALISIS DAMPAK ONLINE SHOP TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR LAMA PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

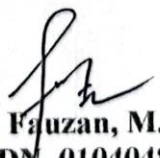
Demikianlah kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**PEMBIMBING I**

  
**Sarmiana Datubara, M. A**  
**NIDN. 2127038601**

**PEMBIMBING II**

  
**M. Fauzan, M.E.I**  
**NIDN. 0104048904**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **VIVI ANGRIANI**  
NIM : 18 402 00251  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Analisis Dampak *Online Shop* Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian Di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidimpuan pasal 14 ayat 4 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 20 Desember 2023  
Saya yang Menyatakan,



  
**VIVI ANGRIANI**  
**NIM. 1840200251**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : VIVI ANGRANI  
NIM : 18 40 200 251  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“ANALISIS DAMPAK *ONLINE* SHOP TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR LAMA PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal: 30 Desember-2023  
Yang menyatakan,



  
VIVI ANGRANI  
NIM. 1840200251

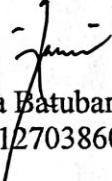


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022


**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Vivi Angriani  
NIM : 18 402 00251  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Analisis Dampak *Online Shop* Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal


Ketua


  
Sarmiana Batubara, M.A  
NIDN. 2127038601


Sekretaris

  
Rini Hayati Lubis, M.P  
NIDN. 2013048702

Anggota

  
Sarmiana Batubara, M.A  
NIDN. 2127038601

  
Rini Hayati Lubis, M.P.  
NIDN. 2013048702

  
Aliman Syahuri Zein, M.E.I  
NIDN. 2028048201

  
Ja'far Nasution, M.E.I  
NIDN. 2004088205

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan  
Hari/Tanggal : Kamis/04 Januari 2024  
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai  
Hasil/Nilai : Lulus/ 74,75 (B)  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,51  
Predikat : Sangat Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

---

## **PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : Analisis Dampak *Online Shop* Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal**

**NAMA : Vivi Angriani**

**NIM : 18 402 00251**

Telah dapat diterima untuk memenuhi  
Syarat dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)



Padangsidempuan, 05-Februari 2024  
Dekan,

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.**  
NIDN. 2018087802



## ABSTRAK

**NAMA** : Vivi Angriani  
**NIM** : 18 402 00251  
**JUDUL SKRIPSI** : Analisis Dampak *Online Shop* Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal

Permasalahan dalam penelitian ini dilatarbelakangi dengan munculnya *online shop* yang mencuri perhatian pelanggan di Pasar Tradisional yang lebih tertarik dan sampai berpaling ke *online shop* dikarenakan banyaknya hal-hal yang lebih unggul dan mempermudah pelanggan untuk berbelanja sehingga menyebabkan terjadinya persaingan antara pedagang pakaian terhadap para pedagang *online shop*. Perkembangan *online shop* di media sosial sudah semakin meningkat di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh masyarakat umum baik ibu rumah tangga, mahasiswa/i, pelajar dan banyak lainnya. Banyaknya kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang dipasarkan melalui website atau aplikasi mobile dan ditawarkan melalui alat promosi seperti adanya diskon dan gratis ongkir se-Indonesia yang membuat para masyarakat tertarik dan justru berlomba-lomba belanja menggunakan *online shop* untuk memenuhi kebutuhan sandang, papan dan pangan mereka. Pembahasan dalam penelitian berkaitan dengan ilmu ekonomi khususnya dalam ekonomi mikro yaitu tentang pendapatan. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan pendapatan dan ekonomi islam. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini adalah pedagang pakaian di pasar lama Panyabungan yang terdiri dari 16 pedagang dengan menggunakan tehnik *purposive sampling*. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasar lama Panyabungan sangatlah berpengaruh negatif bagi pendapatan pedagang pakaian. Para pedagang mengalami penurunan pendapatan, dan sepi pelanggan karena sudah ada pesaing lebih canggih yang tengah di gemari masyarakat melalui *smartphone*. Sebelum datangnya *online shop* para pedagang mempunyai penghasilan Rp. 300.000,00 per harinya dan sudah cukup untuk kebutuhan sehari-hari, namun sesudah adanya *online shop* pendapatan pedagang mengalami penurunan Rp. 100.000,00 per harinya. Biasanya para pedagang kedatangan pelanggan 7-10 orang perharinya namun setelah kedatangan *online shop* pelanggannya menjadi berkurang dan sepi. Dari hasil yang peneliti lakukan di lapangan terlihat bahwa para pedagang pakaian di pasar sangat terancam dengan kedatangannya *online shop*.

**Kata kunci:** *Dampak Online Shop, Pedagang Pakaian di Pasar.*

## ABSTRAK

**Name** : Vivi Angriani  
**Reg. Number** : 18 402 00251  
**Thesis Title** : **Analysis of the Impact of Online Shop on the Income of Clothing Traders in Pasar Lama Panyabungan, Mandailing Natal Regency**

The problem in this study was motivated by the emergence of online shops that *stole the attention of customers in Traditional Markets who were more interested and turned to online shops because there were many things that were superior and made it easier for customers to shop, causing competition between clothing merchants and online shop merchants.* The development of *online shops* on social media has increased in Indonesia, even very well known by the public both housewives, students, students, and many others. The many conveniences in shopping and various types of products and services marketed through websites or mobile applications and offered through promotional tools such as discounts and free shipping throughout Indonesia that make people interested and instead compete to shop using *online shops* to meet their clothing, shelter, and food needs. The discussion in research is related to economics, especially in microeconomics, which is about income. In this regard, the approach taken is theories related to income and Islamic economics. This research is descriptive qualitative research. The subjects of this study were clothing traders in the old market of Panyabungan consisting of 16 traders using *purposive sampling techniques*. The data sources used are primary data and secondary data. The data collection methods carried out are observation, interview, and documentation methods. The results of this study show that the impact of *online shops* on the income of clothing traders in the old market of Panyabungan has a very negative effect on the income of clothing traders. Merchants have decreased revenue, and customers are quiet because there are already more sophisticated competitors who are popular with the public through *smartphones*. Before the arrival of the *online shop*, traders had an income of Rp. 300,000.00 per day and was enough for daily needs, but after the online shop the merchant's income decreased by Rp. 100,000.00 per day. Usually, merchants have 7-10 customers per day, but after the arrival of the *online shop*, the customers become reduced and quiet. From the results that researchers did in the field, clothing traders in the market are very threatened by the arrival of *online shops*.

**Keywords:** *Impact of Online Shop, Clothing Merchants in the Market.*

## خلاصة

اسم  
رقم التسجيل  
العنوان  
في في أنجرباني  
١٨٤٠٢٠٠٢٥١:  
تحليل تأثير التسوق عبر الإنترنت على دخل تجار الملابس في باسار لاما  
بانيايونغان، ماندايلينغ ناتال

تكمن المشكلة في هذا البحث في ظهور المتاجر الإلكترونية التي تخطف انتباه العملاء في الأسواق التقليدية الذين يهتمون أكثر ويتجهون إلى المتاجر الإلكترونية لوجود العديد من الأشياء المتفوقة والتي تسهل على العملاء التسوق مما يسبب المنافسة بين تجار الملابس وتجار الإنترنت. يتزايد تطوير المتاجر عبر الإنترنت على وسائل التواصل الاجتماعي في إندونيسيا، بل إنه معروف جيدًا لدى عامة الناس، بما في ذلك ربات البيوت وطلاب الجامعات وغيرهم الكثير. إن وسائل الراحة العديدة في التسوق والأنواع المختلفة من المنتجات والخدمات التي يتم تسويقها من خلال مواقع الويب أو تطبيقات الهاتف المحمول والمقدمة من خلال أدوات ترويجية مثل الخصومات والشحن المجاني في جميع أنحاء إندونيسيا تجعل الأشخاص مهتمين ويتنافسون فعليًا للتسوق باستخدام المتاجر عبر الإنترنت لتلبية احتياجاتهم من الملابس. ماوى لهم وطعامهم. وتتعلق المناقشة في البحث بالاقتصاد، وخاصة الاقتصاد الجزئي، أي الدخل. والمنهج المتبع في هذا الصدد هو النظريات المتعلقة بالدخل والاقتصاد الإسلامي. هذا البحث هو بحث نوعي وصفي. كان موضوع هذا البحث هو تجار الملابس في سوق بانايونجان القديم، والذي يتكون من ١٦ تاجرًا يستخدمون تقنيات أخذ العينات الهادفة. مصادر البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية. وكانت طرق جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تظهر نتائج هذا البحث أن تأثير المتاجر عبر الإنترنت على دخل تجار الملابس في سوق بانايونجان القديم له تأثير سلبي للغاية على دخل تجار الملابس. ويشهد التجار انخفاضًا في الدخل، ويفتقر العملاء إلى وجود منافسين أكثر تطوراً أصبحوا يتمتعون بشعبية لدى الأشخاص الذين يستخدمون الهواتف الذكية. قبل وصول المتاجر عبر الإنترنت، كان لدى المتداولين دخل قدره روبية. ٣٠٠,٠٠٠,٠٠٠ يوميًا وهو ما يكفي للاحتياجات اليومية، ولكن بعد تقديم المتجر عبر الإنترنت، انخفض دخل المتداولين بمقدار روبية. ١٠٠,٠٠٠,٠٠٠ يوميًا. عادةً ما يكون لدى المتداولين ما بين ٧ إلى ١٠ عملاء يوميًا، ولكن بعد وصول المتجر عبر الإنترنت، أصبح العملاء أقل وأكثر هدوءًا. ومن النتائج التي أجراها الباحثون في هذا المجال، يتبين أن تجار الملابس في السوق مهددون للغاية بوصول المتاجر عبر الإنترنت.

**الكلمات المفتاحية: تأثير التسوق عبر الإنترنت، تجار الملابس على السوق.**

## KATA PENGANTAR



*Assalāmu'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh*

*Alhamdulillah*, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Salawāt* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Analisis Dampak *Online Shop* Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal,”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M. Ag., selaku Wakil

Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, dan Ibu Dra. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan. Terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu sehingga peneliti bisa menyanggah gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
4. Ibu Windari, S.E., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, dukungan, ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
5. Ibu Sarmiana Batubara, M.A. selaku Pembimbing I dan Bapak M. Fauzan, M.E.I. selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
8. Penghargaan teristimewa kepada Ayahanda (Mesran) Dan Ibunda (Kamsiti) tercinta atas doa dan upaya, kasih sayang, pengorbanan, materi, dan selama ini telah membimbing, mendukung dan tiada henti-hentinya memberikan semangat dan tidak lupa pula nasehat untuk memahami arti kesabaran dan keikhlasan, perjuangan yang tiada pernah lelah kepada peneliti dalam pengerjaan skripsi ini berjalan dengan lancar sesuai yang diharapkan.
9. Terima kasih untuk saudara dan saudari penulis, Fandi Ahmad Sihite, Sarina, Tukinan, Kamsida, Nurainun, Sahnun, Doni Prayugi dan Ummi Rodiah yang turut menyemangati dan memberikan perhatian serta doanya, tanpa kalian semua peneliti tidak mungkin bisa mengerjakan skripsi ini, serta keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut mendoakan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini. Semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.
10. Teruntuk sahabat-sahabat dekat di Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2018, Refnovia, Doni Suheri Daulay, Ihwan Rangkuti, Anggi Raju Valentine, Nopita Eliza, Wahid Ritonga, Nursakinah, Nurjannah, Diki Armansyah Purba

dan rekan-rekan mahasiswa/i seluruhnya terima kasih atas dukungan, motivasi, saran-saran yang kalian berikan kepada peneliti. Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan kita Amin.

11. Terima kasih kepada Bapak Drs. Parlin Lubis, AP., M.Si selaku Kepala Dinas Perdagangan dan Bapak Monang Bidang Pasar, terima kasih juga kepada para pegawai yang berada di Kantor Dinas Perdagangan yang tidak bisa disebutkan satu per satu, serta seluruh informan peneliti yang berkenan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih untuk sahabat-sahabat peneliti Lisna Sari, Reni Wuladari, Safrita, Rima Melani, Nurasiyam, Tomi, Elsa Aulia dan Azri sahabat yang tidak dapat saya sebutkan semuanya, yang selalu membantu, memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman teman sekaligus saudara diperantauan Rahmi Onasis Simatupang, Resmi Amlina Harahap, Ayuni Dalimunthe, Dina Hasibuan dan Fita Marliani yang selalu membantu, memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Terutama terimakasih sebanyak-banyak nya untuk diri sendiri yang begitu sabar dan kuat menghadapi banyak nya berbagai macam rintangan dan cobaan untuk menjalani nya sampai di tahap ini.
15. Teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

16. Teman-teman Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

*Wassalāmu 'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh.*

Padangsidempuan, Desember 2023  
Peneliti

**VIVI ANGRANI**  
**NIM. 18 402 00251**



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.




Huruf Arab	Nama Huruf `Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ..... اِ..... اِ.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
اِ.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
اُ.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua :

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### D. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata

sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga.

Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>BERITA ACARA MUNAQSAH</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN DEKAN/DIREKTUR</b>	
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Batasan Istilah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Kegunaan Penelitian.....	9
G. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori .....	12
1. Pendapatn .....	12
a. Pengertian Pendapatan .....	12
b. Jenis-jenis Pendapatan.....	15
c. Pengukuran Pendapatan .....	16
d. Unsur-unsur Pendapatan .....	16
e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan .....	17
f. Teori Pendapatan.....	21
g. Teori Marketing.....	22
h. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM .....	23
2. Dampak .....	24
3. Pedagang Pakaian.....	25
4. <i>Online Shop</i> .....	26
a. <i>Tiktok Shop</i> .....	28
b. <i>Shopee</i> .....	29
c. <i>Lazada</i> .....	32
d. <i>Tokopedia</i> .....	34
e. <i>Whatsapp Business</i> .....	35
f. <i>Instagram</i> .....	36
g. <i>Facebook</i> .....	37
B. Penelitian Terdahulu .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	

A. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	44
B. Jenis Penelitian dan Metode Penelitian.....	44
C. Unit Analisis/Subjek Penelitian .....	44
D. Sumber Data.....	45
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	46
F. Tehnik Pengecekan Keabsahan Data .....	48
G. Tehnik Pengolahan dan Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Temuan Umum .....	51
1. Sejarah Singkat Pasar Lama Panyabungan .....	51
2. Jumlah Pedagang di Pasar Lama Panyabungan .....	52
3. Sejarah <i>Online Shop</i> .....	53
4. Tujuan Aplikasi Bisnis <i>Online Shop</i> .....	56
5. Bentuk-bentuk Interaksi di Dunia Bisnis .....	57
B. Hasil Penelitian .....	59
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	65
D. Keterbatasan Penelitian.....	66
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	69

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

#### **LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

*Online shop* atau yang sering disebut toko *online* adalah sistem belanja *online* yang mana pembeli dapat menanyakan harga atau pertanyaan apapun terkait produk kepada penjual secara *online*, melalui berbagai aplikasi seperti *TikTok Shop*, *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, *WhatsApp business*, *Instagram* dan *Facebook*. Fitur belanja ini hadir di berbagai media sebagai respon terhadap meningkatnya penjualan berbagai produk setelah brand melakukan promosi melalui *platform* media sosial tersebut.

*Online shop* semakin berkembang seiring perkembangan zaman. Pada zaman dahulu masyarakat berbelanja di pasar, sementara di zaman sekarang sudah terlihat perkembangan penjualan *online* yang semakin pesat dan meningkat, seperti *TikTok Shop*, *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, *WhatsApp business*, *Instagram* dan *Facebook*. Sebelum adanya *online shop* masyarakat melakukan transaksi jual beli secara langsung dipasar, namun sekarang setelah adanya *online shop* masyarakat tidak perlu lagi berbelanja dengan cara konvensional tetapi cukup menggunakan aplikasi *online shop* yang ada di *smartphone*.

Kegiatan bisnis merupakan bagian dari kehidupan manusia, karena manusia yang hidup bermasyarakat ini sering ketergantungan, saling memerlukan antara yang satu dengan yang lain. Tidak ada manusia yang sanggup menyiapkan semua keperluan hidupnya sendiri. Kekurangan



kemampuan seseorang menyediakan sesuatu keperluan hidupnya dapat ditutupi oleh orang lain yang bisa menyediakan melalui aktivitas perdagangan (bisnis).<sup>1</sup>

Persaingan bisnis sangat ketat terutama pada bidang pakaian, pedagang bersaing dalam menawarkan barang dagangan dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang yang dijual tersebut. Pedagang menawarkan beberapa pilihan seperti pakaian yang terbuat dari bahan yang berkualitas, design yang menarik, hingga beberapa pedagang membuat pakaian dari bahan yang baik dengan harga yang terjangkau, semua strategi tersebut dipakai oleh pedagang agar produknya laku terjual di pasaran. Bahkan di zaman modren ini, ada beberapa pedagang yang telah menggunakan strategi melalui *online shop* seperti *TikTok Shop*, *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, *WhatsApp business*, *Instagram* dan *Facebook* 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

---

<sup>1</sup>Abdullah, M., *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 3.

*fashionable*, semua ini secara tidak langsung dikarenakan oleh proses globalisasi.<sup>2</sup>

Namun setelah berkembangnya globalisasi seluruh aspek ternyata berpengaruh didalamnya, termasuk kepada aspek pendapatan ekonomi khususnya kepada pedagang itu sendiri. Yang mana dalam 5 tahun terakhir *e-commerce* atau bisnis *online* kini menjadi hal yang diminati oleh masyarakat baik itu, anak-anak, remaja dan orang dewasa yang menggunakan *online shop*. Pernyataan ini didukung oleh laporan terbaru dari PPRO, 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%.<sup>3</sup>

Adapun yang mempengaruhi teori pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal seperti: Modal, Lokasi, Jam Kerja, dan Teknologi. Perkembangan teknologi terbaru, termasuk diantaranya *TikTok Shop*, *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, *WhatsApp* bisnis, *Instagram*, *Facebook* telah memperkecil hambatan fisik terhadap komunikasi dan memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara bebas dalam skala global, termasuk dalam kegiatan bisnis *online*. Tetapi tidak semua teknologi digunakan untuk tujuan bisnis.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Kementerian Perindustrian Indonesia, -Industri Pakaian Jadi Catatkan Pertumbuhan Paling Tinggi|, <http://www.kemenperin.go/>, (diakses 3 April 2023 pukul 19.00 WIB).

<sup>3</sup>Aryanto, A., -Negara Dengan Pertumbuhan E-commerce Tertinggi|, <http://www.wartaekonomi.co.id/>,(diakses 20 Maret 2023 pukul 14.00 WIB).

<sup>4</sup>[http://id.wikipedia.org/wiki.Teknologi/](http://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi/),(diakses pada tanggal 04 April 2023 pukul 17:00 WIB),..

Peningkatan *online shop* yang sangat meroket ini ternyata berdampak terhadap pendapatan pedagang di pasar tradisional itu sendiri. Faktanya, beberapa masyarakat sekarang sudah beralih yang tadinya selalu membeli kebutuhan rumah tangga di pasar tradisional sekarang malah beralih ke *online shop* dengan alasan range harga antara pasar tradisional sangat jauh lebih mahal dari pada *online shop*. *Online shop* juga mempermudah transaksi, dan menghemat waktu tanpa harus pergi ke pasar.

Dari hasil observasi peneliti di lapangan bahwa di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, banyak para pedagang yang mengeluh karna pendapatan mereka yang mengalami penurunan. Setelah diamati hal tersebut dikarenakan maraknya jual beli *online shop* yang semakin meluas di gunakan masyarakat sehingga banyak pedagang yang mengalami kerugian. Dari Pantauan Warta Ekonomi di Pusat Pasar. Sepinya pembeli membuat distributor (*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.<sup>5</sup>

“Sejauh ini saya mengalami penurunan omzet hingga 50%. Menurut hitungan saya rentang penurunan omzet tersebut sekitar 35 hingga 50% di tahun ini” kata pedagang Zul Harahap. Saudara mengatakan, cara untuk mendorong penjualan adalah dengan menjual sejumlah barang di harga pokok

---

<sup>5</sup>Observasi awal, di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, Pada Tanggal 02 April 2023.

pembelian. Meskipun tidak semua barang dijual di harga tersebut. Tetapi setidaknya ada satu produk yang dijual di harga pokok pembelian. ”Demi mengejar target penjualan serta menutupi operasional.”<sup>6</sup>

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan. Ibu Aisyah mengatakan “setelah adanya *online shop* pendapatan saya jauh menurun dari sebelum adanya *online shop*, yang mana biasanya pendapatan saya mencapai satu juta perhari, kini hanya mencapai empat ratus ribu per hari”.<sup>7</sup> Mariatul mengatakan “banyak masyarakat yang lebih memilih membeli pakaian di *online shop*. Akibatnya, pendapatan kami sebagai pedagang kaki lima di Pasar Lama Panyabungan setiap harinya berkurang dari keadaan sebelumnya”.<sup>8</sup> Sulis mengatakan “pendapatan saya merosot sangat jauh setelah adanya *online shop*, berharap di Ramadhan yang telah lewat semua dagangan pakaian saya habis laku terjual, sehingga saya mendapat modal balik bahkan keuntungan dari dagangan saya, namun nyatanya saya malah sangat terancam untuk gulung tikar”.<sup>9</sup> Subaidah mengatakan “stok jualan pakaian saya masih banyak, dikarenakan saya merestok barang dagangan saya sebulan sebelum lebaran, nyatanya sampai habis lebaran juga barang saya masih banyak, ini di akibat kan karna

---

<sup>6</sup>Harahap, Z., Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 30 November 2022. Pukul 14:00 WIB).

<sup>7</sup>Aisyah, Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 17 Mei 2023. Pukul 10:15 WIB).

<sup>8</sup>Mariatul, Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 17 Mei 2023. Pukul 10:30 WIB).

<sup>9</sup>Sulis, Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 17 April 2023. Pukul 11:15 WIB).

banyaknya yang berbelanja di *online shop*".<sup>10</sup> Bapak Wahid mengatakan "keadaan pasar sekarang jauh lebih sepi dibanding dulu, di akibatkan banyak masyarakat yang malas ke pasar dan memilih belanja dari *online shop*. Mengakibatkan pendapatan saya sebagai pedagang pakaian di pasar menjadi sangat menurun".<sup>11</sup> Bapak Doni mengatakan "dengan adanya *online shop*, banyak masyarakat yang malas ke pasar karena dianggap boros baik boros uang dan boros waktu, dan ini sangat berpengaruh dengan pendapatan saya perharinya dalam menghidupi kebutuhan keluarga saya".<sup>12</sup> Haninah mengatakan "semenjak merosotnya penjualan saya di pasar saya berniat untuk mulai mengikuti berjualan di *online shop*, karna saya sudah tidak mendapat keuntungan apapun berjualan di pasar".<sup>13</sup>

Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya *competitor* menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan menghasilkan *profit*. Media social adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan.

---

<sup>10</sup>Subaidah, Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 18 April 2023. Pukul 09:30 WIB).

<sup>11</sup>Wahid, Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 18 April 2023. Pukul 10:20 WIB).

<sup>12</sup>Doni, Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 18 April 2023. Pukul 11:10 WIB).

<sup>13</sup>Haninah, Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 18 April 2023. Pukul 12:30 WIB).

Sehubungan dengan informasi yang peneliti dapatkan di lapangan, dari observasi dan wawancara langsung dengan 25 orang pedagang dari 50 pedagang pakaian yang ada di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal bahwa dengan munculnya *online shop* banyak pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan yang mengalami penurunan pendapatan.

Berdasarkan uraian masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Dampak *Online Shop* terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian”.

#### **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, peneliti membatasi masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah “Analisis Dampak *Online Shop* Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian Di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”.

#### **C. Batasan Istilah**

Untuk dapat memperoleh suatu gambaran yang jelas dan untuk menghindari salah pengertian tentang apa yang dimaksud dengan judul ini, maka penulis perlu menjelaskan pengertian yang ada dalam judul ini. Hal ini untuk menghilangkan kesalahpahaman dalam mengartikan dan memahami kata-kata dan maksud dari judul ini. Berikut ini dijelaskan maksud dari beberapa kata yang mempunyai makna penting dalam penulisan yaitu:

1. Analisis adalah penyelidikan dan penguraian terhadap suatu masalah untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya-benarnya, proses pemecahan masalah yang dimulai dengan dugaan akan kebenarannya.<sup>14</sup>
2. Dampak adalah pengaruh akibat dari keputusan yang diambil oleh seseorang baik positif ataupun negatif sebagai proses lanjutan dari sebuah pengawasan internal. Dampak positif merupakan keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, agar mereka mau mendukung kemauan keinginan yang baik. Dampak negatif adalah keinginan, membujuk, dan mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain agar mengikuti kemauan yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.<sup>15</sup>
3. *Online shop* adalah toko yang semua proses transaksinya dilakukan secara digital melalui perantara *device* yang digunakan oleh pembeli dan penjual.<sup>16</sup> *Online shop* itu sendiri terbagi ke beberapa jenis aplikasi seperti *TikTok Shop*, *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, *WhatsApp business*, *Instagram* dan *Facebook*. Dari aplikasi tersebut banyak hal-hal yang justru menarik perhatian masyarakat untuk berbelanja secara *online*.
4. Pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh seseorang dari hasil pekerjaannya dan biasanya pendapatan seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan. Pendapatan juga merupakan gambaran terhadap posisi

---

<sup>14</sup>Putra, N. A., dan M. Fil. H, *Kamus Pintar Bahasa Indonesia dengan EYD dan Kosakata Baru* (Jakarta: Balai Pustaka, 2023), hlm. 19.

<sup>15</sup>Siregar, A. P. I, Analisis Dampak Go-Jek Terhadap Pendapatan Tukang Becak di Kota Padangsidimpuan, *Skripsi*, (Padangsidimpuan: IAIN PSP, 2021).

<sup>16</sup>Wijaya, A., -Pengertian Online Shop|, <http://www.dianisa.com/>, (diakses tanggal 24 Mei 2023, pukul 15.27 WIB).

ekonomi keluarga dalam masyarakat. Pendapatan keluarga berupa jumlah keseluruhan pendapatan dan kekayaan keluarga, dipakai untuk membagi keluarga dalam tiga kelompok pendapatan, yaitu: pendapatan rendah, pendapatan menengah dan pendapatan tinggi.<sup>17</sup>

5. Pedagang adalah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat atau pada suatu waktu dan menjual barang itu ditempat lain atau pada waktu berikutnya dengan maksud memperoleh keuntungan.<sup>18</sup> Pedagang Pakaian adalah pedagang yang berusaha memperjual belikan pakaian untuk mendapatkan keuntungan. Pedagang yang dimaksudkan peneliti disini adalah pedagang pakaian yang ada di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan gambaran pada pembahasan sebelumnya untuk memudahkan dalam melakukan penelitian agar lebih terfokus, maka peneliti akan merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana dampak pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama panyabungan setelah munculnya *online shop*?”

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka yang akan menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dampak *online shop* terhadap

---

<sup>17</sup>Hariningsih, E., dan Simatupang, R. A, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Pedagang Eceran Studi Kasus: Pedagang Kaki Lima di Kota Yogyakarta, *dalam Jurnal Manajemen*, Volume 4, Nomor .3, 2008.

<sup>18</sup>Hasyim, F., dan Hum, M., *Penganggaran Perusahaan* (Jakarta: Sinar Grafika, 2023), hlm. 5.



pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan bagi pedagang untuk menambah wawasan dan informasi kepada pengembangan ilmu pengetahuan pedagang khususnya dalam perdagangan di Pasar Lama Panyabungan tersebut berkaitan dengan persaingan perdagangan yang semakin modern.
2. Kegunaan bagi pemerintah penelitian ini dapat membantu memulihkan kondisi ekonomi Pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan.
3. Kegunaan bagi peneliti untuk melengkapi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S. E) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah peneliti agar sesuai dengan permasalahan yang ada maka peneliti menggunakan sistematika penulisannya yang dibagi kedalam beberapa BAB sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II dibahas kajian pustaka, yang terdiri dari pengertian pendapatan, pengertian dampak, pengertian pedagang pakaian, pengertian *online shop* dan penelitian terdahulu.

BAB III Waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian dan metode penelitian, unit analisis/subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengecekan keabsahan data dan teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV: Laporan penelitian, membahas tentang hasil yang berisi temuan umum dan temuan khusus dan hasil pembahasan

BAB V: Penutup yang terdiri Kesimpulan dan Saran.

## **BAB II**

### **Landasan Teori**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Pendapatan**

###### **a. Pengertian Pendapatan**

Pendapatan adalah salah satu penentu berkembang atau tidaknya suatu negara. Jika pendapatan suatu daerah menurun, maka kesejahteraan negara tersebut juga akan rendah. Kelebihan dari kebutuhan dapat ditabung ataupun disimpan pada bank yang bertujuan sebagai simpanan untuk keperluan masa depan seperti bidang kesehatan, pendidikan, dan produksi. Sama halnya dengan pendapatan masyarakat yang relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut juga akan berpengaruh.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Pengertian pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan definisi pendapatan secara umum. Pada perkembangannya, pengertian pendapatan memiliki penafsiran yang berbeda-beda tergantung dari latar belakang disiplin ilmu yang digunakan untuk menyusun konsep pendapatan bagi pihak-pihak tertentu. Pendapatan didefinisikan sebagai suatu penghasilan yang diterima karena adanya aktivitas, usaha, dan pekerjaan. Atau dapat juga diperoleh dari penjualan hasil produksi ke pasar. Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup

seseorang maupun perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan seseorang atau perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan. Tinggi rendahnya pendapatan seseorang tergantung pada faktor-faktornya seperti umur, jenis kelamin, kemampuan, pendidikan dan pengalaman.<sup>1</sup>

Pendapatan adalah nilai maksimal yang diterima oleh perusahaan, perorangan, dan organisasi lainnya berupa upah, laba, sewa, dan komisi. Sukirno mendefinisikan pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, ataupun tahunan.<sup>2</sup>

Pendapatan merupakan kenaikan nilai harta suatu satuan usaha atau pemberhentian hutang-piutang dalam suatu periode akibat penyerahan atau produksi barang-barang, penyerahan jasa-jasa, dan pelaksanaan aktivitas-aktivitas lainnya yang membentuk operasi-operasi utama atau sentral yang berlanjut terus dari satuan usaha tersebut.<sup>3</sup> Keadaan seseorang dapat dinilai dengan menggunakan teori

---

<sup>1</sup>Hakim, A., Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit di Kecamatan Segah, dalam *JES (Jurnal Ekonomi STIEP)*, Volume 3, Nomor. 2, November 2018, hlm. 32-33.

<sup>2</sup>Sukirno, S., *Teori Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 47.

<sup>3</sup>Hery, dkk, *Akuntansi Keuangan Menengah* (Jakarta: Gramedia, 2020).

pendapatan yang menunjukkan jumlah semua uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu.<sup>4</sup>

Pendapatan adalah semua penerimaan, baik tunai maupun bukan tunai yang merupakan hasil dan penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu.<sup>5</sup> Pendapatan adalah kompensasi pemberian jasa kepada orang lain, setiap orang mendapatkan penghasilan karena membantu orang lain.<sup>6</sup>

Pendapatan seseorang dapat dikaitkan dengan jenis pekerjaan yang dilakukannya sesuai dengan profesi masing-masing misalnya pengusaha, buruh, pegawai, tukang, dan lain-lain. Setelah bekerja, seseorang memperoleh pendapatan yang dapat digunakan sebagai pemenuh kebutuhan sehari-hari, selain itu dapat digunakan untuk tabungan maupun usaha. Selanjutnya pendapatan individu atau pendapatan seseorang merupakan upah atau gaji yang diberikan kepada seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan. Pendapatan adalah uang yang diperoleh seseorang atau anggota keluarga yang bersusah payah melakukan kerja. Secara umum pendapatan diartikan sebagai semua penerimaan masyarakat atau negara dari semua kegiatan yang dilakukan maupun kegiatan yang tanpa dilakukan.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup>Nursalam, *Makro Ekonomi* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), hlm. 126.

<sup>5</sup>Sholihin, A. I, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 621.

<sup>6</sup>Putong, I., *Teori Ekonomi Mikro : Konvensional dan Syariah* (Jakarta: Buku & Artikel Karya Iskandar Putong, 2015), hlm. 33.

<sup>7</sup>Giang, R. R, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Buruh Bangunan di Kecamatan Pineleng," *dalam Jurnal Emba*, Volume 1, Nomor. 3, 2013, hlm. 249-250.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan nilai maksimal yang diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan hasil usaha yang dikerjakan antara lain penghasilan dari profesi yang dikerjakan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Jenis pekerjaan seseorang menentukan besarnya pendapatan yang diterima. Dapat disimpulkan juga bahwa pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh suatu pekerja dari aktivitasnya.

Keberlangsungan suatu usaha seseorang sangat menentukan pendapatan, yakni semakin besar kemampuan dalam membiayai segala kegiatan maka semakin besar pula pendapatan yang diterima. Pendapatan seseorang bisa berubah dari waktu ke waktu sesuai dengan kemampuan setiap orang. Pengeluaran setiap orang dalam mengkonsumsi suatu barang/jasa akan berubah seiring dengan berubahnya pendapatan.<sup>8</sup>

b. Jenis-jenis Pendapatan

Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan yaitu:

- 1) Gaji dan upah. Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.
- 2) Pendapatan dari usaha sendiri, yaitu penerimaan yang didapat dari hasil produksi usaha yang dimiliki seseorang atau anggota keluarga

---

<sup>8</sup> Sukirno, S., *Teori Mikro Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Press, 2002), hlm. 36.

dan tenaga kerja dari anggota keluarga sendiri dengan tidak memperhitungkan biaya sewa kapital.

- 3) Pendapatan dari usaha lain yaitu pendapatan yang didapat tanpa melakukan kerja dan pendapatan tersebut biasanya pendapatan sampingan misalnya pendapatan dari menyewakan rumah, pendapatan pensiunan, bunga dari uang, dan sumbangan dari orang lain.

c. Pengukuran Pendapatan

Pengukuran pendapatan dengan satuan atau ukuran moneter dan penetapan waktu bahwa pendapatan tersebut dapat dilaporkan sebagai pendapatan. Pengakuan pendapatan adalah pencatatan jumlah secara resmi kedalam sistem akuntansi sehingga jumlah tersebut terefleksi dalam statement keuangan. Pendapatan dapat diakui apabila memenuhi kualitas keterukuran (*measurability*) dan keandalan (*reability*). Berdasarkan waktu dan jenis usahanya, pengakuan pendapatan tidak dapat disamakan satu sama lain. Perusahaan yang bergerak di bidang yang berbeda akan mempunyai cara yang berbeda dalam pengakuan dan pencatatan pendapatannya. Pengakuan pendapatan tidak selalu dilakukan saat penjualan telah terjadi.

d. Unsur-unsur Pendapatan

Pendapatan itu diperoleh adalah termasuk dari unsur-unsur pendapatan, adapun unsur-unsur pendapatan tersebut antara lain:

- 1) Pendapatan dari hasil produksi barang atau jasa.
- 2) Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva atau sumber-sumber ekonomis perusahaan oleh pihak lain.
- 3) Penjualan aktiva diluar barang dagangan merupakan unsur-unsur pendapatan lain-lain suatu perusahaan.<sup>9</sup>

e. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan

Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan dan sebaliknya jika pendapatan menurun konsumsi juga akan menurun. Tinggi rendahnya pendapatan sangat bergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan pendapatannya.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah:<sup>10</sup>

1) Kesempatan kerja yang tersedia

Jika kesempatan lapangan pekerjaan yang tersedia banyak maka akan semakin banyak pendapatan yang diterima dari hasil kerja tersebut. Kesempatan kerja adalah banyaknya orang yang tertampung untuk bekerja pada suatu instansi. Kesempatan kerja ini akan menampung semua tenaga kerja yang tersedia apabila

---

<sup>9</sup>Ham, F. C., dkk, Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban pada PT Bank Perkreditan Rakyat Prisma dan Manado, *dalam Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, Volume 13, Nomor. 2, 2018, hlm. 629-630.

<sup>10</sup>Ham, F. C., dkk, hlm. 37.



lapangan pekerjaan yang tersedia mencukupi atau seimbang dengan banyaknya tenaga kerja yang tersedia.

## 2) Kecakapan dan keahlian

Kecakapan dan keahlian sangat dibutuhkan dalam membantu meningkatkan efektifitas dan efisiensi yang berpengaruh terhadap penghasilan. Keahlian yang diperlukan seperti mampu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan, mampu beradaptasi dengan tim kerja, mampu memecahkan masalah yang terjadi dan mampu berbahasa asing.

## 3) Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh. Motivasi sangat dibutuhkan dalam bekerja, sebab dapat meningkatkan kualitas yang lebih baik dari sebelumnya. Serta menambah hal-hal baru yang lebih menarik dan berbeda.

## 4) Modal Usaha

Modal usaha adalah suatu bentuk yang mempunyai hubungan erat. Variabel modal usaha sangat mempengaruhi pendapatan yang diterima pedagang. Modal merupakan faktor yang sangat penting bagi perkembangan. Dana modal dapat

digunakan untuk pembelian gedung, tanah, perlengkapan dan sebagainya.<sup>11</sup>

#### 5) Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan juga sangat berpengaruh untuk menjalankan bisnis agar bisnis tersebut berjalan lancar.<sup>12</sup> Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin besar alternative untuk memperoleh pekerjaan.

#### 6) Teknologi

Perkembangan teknologi membawa perkembangan kepada dunia perdagangan dan dunia bisnis. Perkembangan yang paling mutakhir, terlihat pada sebuah transaksi jual beli yang inovatif yang mengikuti kemajuan teknologi di bidang media komunikasi dan informasi. Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial secara signifikan berlangsung begitu cepat.

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini sedang mengarah kepada konvergensi yang memudahkan kegiatan manusia sebagai pencipta, pengembang dan pengguna teknologi itu sendiri. Munculnya komputer dan jaringan internet sebagai

---

<sup>11</sup>Fuazan, M., Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Modal Sendiri terhadap Pembiayaan Murabahah, dalam *Jurnal STIKOM Tunas Bangsa Pematangsiantar*, Volume 2, Nomor. 1, 2017, hlm. 6.

<sup>12</sup>Yuniarti, P., Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok, dalam *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Volume 3, Nomor. 1, 2019, hlm. 167-168.

teknologi yang di ciptakan dari era globalisasi sebagai sarana perkembangan teknologi dan informasi membawa perubahan dalam masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Keadaan perkembangan teknologi ini di manfaatkan beberapa pelaku usaha dalam mempermudah kegiatan jual beli yang bertujuan untuk menyebarkan jangkauan penjualan serta mempermudah kinerja pemasaran.<sup>13</sup>

Teknologi merupakan perkembangan dan penerapan berbagai peralatan atau sistem untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi juga merupakan suatu jaringan komputer yang terdiri atas berbagai komponen pemrosesan informasi yang menggunakan berbagai jenis *hardware*, *software*, manajemen data, dan teknologi jaringan informasi. Perkembangan peradaban manusia diiringi dengan perkembangan cara penyampaian informasi.<sup>14</sup> Seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi membuka peluang terhadap pertumbuhan data yang terakumulasi dalam jumlah yang besar.<sup>15</sup> Teknologi itu sendiri merupakan suatu ilmu yang berhubungan dengan alat atau mesin yang diciptakan

---

<sup>13</sup>Siregar, A. A, Keabsahan Jual Beli Online Shop Di Tinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Ite), dalam *Jurnal Ilmiah Advokasi*, Volume 7, Nomor. 2, 2019, hlm. 111.

<sup>14</sup>Istiana, Y. M. B. P, *Teknologi Informasi dan Komunikasi 1* (Bogor: Quadra, 2008), hlm. 3.

<sup>15</sup>Fauzan, M., dkk, "Implementasi Data Mining Clustering Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Go-Jek," dalam *Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer & Manajemen)*, Volume 2, Nomor. 2, 2021, hlm. 199.

untuk mempermudah dalam menyelesaikan masalah atau pekerjaan sehari-hari. Sehingga dengan munculnya teknologi sangat diharapkan mampu membawa pengaruh yang baik untuk kehidupan. Terutama dalam kegiatan bisnis, kerap kali sekarang sering disebut dengan bisnis *online* yang sistem pemakaiannya menggunakan teknologi seperti *internet*. Contoh salah satu dari perkembangan teknologi itu sendiri adalah *online shop*.

f. Teori Pendapatan

Teori Pendapatan merupakan semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya dalam proses produksi. Adapun rumus dari teori pendapatan itu sendiri jika keuntungan bersih sama dengan pendapatan kotor dikurangi dengan total biaya, maka :

$$\Pi = TR - TC$$

Dimana :

TR: Total Revenue (Pendapatan Kotor) = P x Q

TC : Biaya Total (TFC + TVC)

Jadi, profit akan maksimum jika selisih antara TR dan TC adalah yang terbesar.<sup>16</sup>

Perpektif Islam pendapatan masyarakat adalah perolehan barang, uang yang di hasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturanaturan yang bersumber dari syariat Islam. Pendapatan masyarakat

---

<sup>16</sup>Gustin, M. Y. D. H, *Ekonomi Manajerial* (Semarang: Universitas Khatolik Soegijapranata, 2018), hlm. 45.

yang merata, sebagai suatu sasaran merupakan masalah yang sulit dicapai, namun berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolak ukur keberhasilan pembangunan.<sup>17</sup>

g. Teori *Marketing* (pemasaran)

Dalam pemenuhan kebutuhan, manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan dirinya sendiri. Di perlukan produk yang dihasilkan oleh orang lain, baik itu barang ataupun jasa. Berdasarkan teori hierarki kebutuhan Maslow yang dibutuhkan kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial, harga diri dan aktualitas diri.<sup>18</sup> Dimana sejalan dengan teori motivasi Higiene Herzberg yang biasa disebut teori dua faktor yakni faktor memotivasi (kepuasan) dan faktor higien (faktor ketidakpuasan), tujuan kepuasan dalam teori tersebut berhubungan dengan (ego-status). Seiring dengan perkembangan manusia tidak hanya bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan semata, namun juga pemenuhan akan keinginan. Kebutuhan dan keinginan berjalan beriringan dimana dalam mengkonsumsi sesuatu untuk memenuhi kebutuhan kita juga melakukan konsumsi untuk pemenuhan keinginan. Ketika kita pemenuhan kebutuhan untuk asupan makanan saat itu juga kita juga memenuhi kebutuhan akan keinginan sehingga kita biasanya memilih makanan sesuai keinginan, selera kita.<sup>19</sup> Pemasaran adalah

---

<sup>17</sup> Kelany HD, *Islam dan Aspek-Aspek Kemasyarakatan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hlm. 208.

<sup>18</sup> Andjarwati, Motivasi Dari Sudut Pandang Teori X Y Mc Gregor dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland, dalam *Jurnal Manajemen*, Volume 2, Nomor. 1, 2015, hlm. 422.

<sup>19</sup> Murdiyanto, E., dkk, *Teori Marketing* (Bandung: Grup CV. Widina Media Utama, 2022), hlm. 2.

salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syari'ah.<sup>20</sup> Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.<sup>21</sup>

#### h. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM

UMKM memiliki kemampuan untuk menggerakkan kegiatan perekonomian dan menjadi dasar dari sumber pendapatan sebagian besar masyarakat. Ada tiga tantangan yang dihadapi UMKM yakni *capability* dalam mengelola usaha, akses kepada pembiayaan dan akses pasar.

Permasalahan UMKM yang sering dihadapi adalah keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran, kemampuan teknologi dan kurangnya keahlian atau kualitas SDM yang tidak memadai. Survei dari BPS mengidentifikasi berbagai kelemahan dan permasalahan yang dihadapi UMKM berdasarkan peroritasnya, yaitu meliputi kurangnya

---

10. <sup>20</sup>Imam Musbikin, *Qawa'id Al-Fiqhiyyah* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2001), hlm.

<sup>21</sup>Kertajaya and Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2008), hlm. 26.

permodalan, kesulitan dalam pemasaran, persaingan usaha yang ketat, kesulitan bahan baku, kurang teknis produksi dan keahlian, kurangnya keterampilan manajerial (SDM), dan kurangnya pengetahuan dalam masalah manajemen khususnya bidang keuangan dan akuntansi.<sup>22</sup>

Bagi UMKM sistem pasar *online* memberikan ruang yang sangat luas hingga menjangkau seluruh dunia, bahkan tanpa biaya yang besar. Jika melihat dari sistemnya, maka model pasar tradisional sangat membatasi ruang usaha kecil dan menengah, karena terbatasnya modal untuk mengenalkan produknya ke seluruh penjuru dunia.

## 2. Dampak

Pengertian dampak menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik itu positif maupun negatif. Pengaruh merupakan akibat yang timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan atau perbuatan seseorang, keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dan yang di pengaruhi.<sup>23</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif maupun positif. Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Suatu keputusan dalam melakukan tindakan memiliki dampak tersendiri, baik itu

---

<sup>22</sup>Mariam, S. dan Yuliani, F., Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM (Studi Kasus Binaan Jukpreneur), dalam Jurnal Lentera Bisnis, Volume 11, Nomor. 2, 2022, hlm. 182.

<sup>23</sup>Suharno dan Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Semarang: Widya Karya, 2020), hlm. 243.

dampak positif ataupun dampak negatif. Adapun dampak terbagi kedalam dua pengertian yaitu:

a. Dampak Positif

Dampak merupakan sebuah keinginan untuk mempengaruhi, membujuk, meyakinkan dan membuat orang lain terkesan, sehingga mereka mengikuti keinginannya. Adapun positif yaitu pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik dan positif. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, memengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

b. Pengertian Dampak Negatif

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) dampak negatif adalah sebuah pengaruh yang mendatangkan akibat negatif. Dampak negatif merupakan keinginan untuk mempengaruhi, membujuk, meyakinkan dan membuat orang lain terkesan, sehingga mereka mengikuti keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.<sup>24</sup>

### 3. Pedagang Pakaian

Pedagang adalah orang yang melakukan atau terlibat perdagangan atau memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk

---

<sup>24</sup>Sari, S. P, Latar Belakang Dan Dampak Online Shop Sebagai Cara Berbelanja Dan Berwirausaha, *Skripsi*, (Lampung: Universitas Lampung, 2022), hlm. 11.



memperoleh suatu keuntungan. Menurut Pasal 1 Angka 2 UU Nomor 29 Tahun 1948 Tentang pemberantasan Penimbunan Barang Penting pedagang diartikan orang atau badan membeli, menerima atau menyimpan barang penting dengan maksud untuk dijual, diserahkan atau dikirim kepada orang atau badan lain baik yang masih berwujud barang penting asli, maupun yang sudah dijadikan barang lain.<sup>25</sup>

Pakaian adalah bahan tekstil dan serat yang digunakan sebagai penutup tubuh. Pakaian merupakan kebutuhan pokok manusia selain makanan dan tempat berteduh/tempat tinggal (rumah). Manusia membutuhkan pakaian untuk melindungi dan menutupi dirinya.

Pedagang pakaian adalah orang yang memperjualbelikan barang dagangannya berupa pakaian yang sudah jadi yang barang tersebut merupakan salah satu dari kebutuhan manusia dengan tujuan memperoleh keuntungan. Barang tersebut seperti, baju sehari-hari, baju sekolah, rok, celana, mukenah, jilbab, dan lainnya.

#### **4. *Online Shop***

Kebutuhan manusia semakin meningkat dan semakin berkembang disetiap waktu. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut masyarakat selalu melakukan transaksi jual beli untuk mendapatkan sesuatu barang yang menjadi kebutuhan dalam masyarakat. Perkembangan zaman yang disebut dengan era globalisasi di manfaatkan beberapa pelaku usaha mencoba

---

<sup>25</sup>Zamzam, H. F dan Aravik, H., *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan* (Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2020), hlm. 73.

memasarkan produk atau barang mereka dengan mempergunakan perkembangan teknologi yang semakin canggih untuk dapat mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dan memperluas jangkauan dagangan mereka dengan cara mempromosikan barang dengan jaringan internet yang disebut dengan jual beli *online*.<sup>26</sup> Pemahaman tentang berbelanja *online* sudah mulai masuk pada kalangan ibu rumah tangga melalui teman atau saudara yang sudah lebih dulu menggunakan *online shop* dan promosi media sosial atau televisi. Promosi memberikan pengaruh yang sangat signifikan.<sup>27</sup>

*Online shop* merupakan bentuk alternatif yang digunakan oleh pebisnis untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen karena dianggap melalui fasilitas ini biaya lebih murah dan mudah untuk dilakukan, hal itu yang membuat bisnis *online* semakin berkembang dari tahun ke tahun. Disisi lain perkembangan bisnis *online* juga didukung oleh peningkatan produktivitas dari industri yang menyediakan berbagai macam produk untuk dipasarkan melalui media internet seperti *online shop*.<sup>28</sup>

Namun *online shop* terbagi kedalam beberapa jenis aplikasi seperti *TikTok Shop*, *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, *WhatsApp business*, *Instagram* dan *Facebook*. Sebagai berikut:

---

<sup>26</sup>Siregar, A. A, Keabsahan Jual Beli Online Shop Di Tinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Ite), hlm. 109.

<sup>27</sup>Fauzan, M., dkk, Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah, *dalam Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Volume 7, Nomor. 2, 2022, hlm, 19.

<sup>28</sup>Bathni, I., Darmawan, D., dan Turkamun, Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pasar Tradisional Pedagang Pakaian dan Tas di Pasar Ciputat, *dalam Seminar Menumbuhkan Optimis Entrepreneurship Pada Kalangan Milenial di Era Society*, Volume 1, Nomor. 2, 2021, hlm. 269.

### 1. *TikTok Shop*

*TikTok* merupakan aplikasi video musik dan jejaring sosial asal Cina resmi meramaikan industri digital di Indonesia. *TikTok* menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Aplikasi ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Salah satunya adalah perusahaan teknologi asal Tiongkok, *ByteDance* yang memperkenalkan aplikasi edit video bernama *TikTok* di Indonesia.<sup>29</sup> Namun bukan hanya untuk itu, sekarang justru *TikTok* malah digunakan sebagai *platform* jual beli menggunakan video-video kreator yang mereka gunakan untuk menarik pelanggan, dengan hal tersebut muncul lah *TikTok shop*.

*TikTok*, juga dikenal sebagai Douyin di Cina. Yang secara harfiah berarti “Teknik musik pendek”. Di luncurkan pada bulan september 2016 oleh Zhang Yiming, dan di kembangkan menggunakan kecerdasan buatan buatan ByteDance, dan aplikasi ini di patenkan di bawah naungan BYTEMOD. Di Indonesia sendiri, aplikasi *TikTok* diluncurkan pada bulan Mei 2017 (Aprilian et al., 2020). Aplikasi milik Zhang Yiming ini terbilang sukses, suksesnya aplikasi *TikTok* dibuktikan oleh Firma intelijen aplikasi sensor tower yang menjelaskan bahwa jumlah install *TikTok* lebih tinggi dibanding *facebook*, *Instagram*, *snapchat* dan

---

<sup>29</sup>Susilowati, Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @bowo\_allpennliebe), dalam *Jurnal Komunikasi*, Volume 9, Nomor. 2, 2018, hlm. 14.

*youtube* di AS. Empat aplikasi terbesar itu mampu dilampaui oleh *TikTok* dalam unduhan harian pada tanggal 29 September 2018 dimana 29.7% unduhan berdatangan pada aplikasi *TikTok* tersebut. Sampai saat itu, pangsa pasar aplikasi tersebut terus menunjukkan peningkatan mencapai 42.4% unduhan pada tanggal 30 Oktober lalu. Pengunduhan aplikasi *TikTok* di AS juga meningkat 237% dibanding bulan Oktober 2017.<sup>30</sup>

Pada bulan Juni 2018 aplikasi ini sudah memiliki 150 juta pengguna aktif setiap hari. *TikTok* sudah diakui sebagai *platform* video singkat terkemuka di Asia, dan telah memantapkan dirinya sebagai aplikasi yang tumbuh paling cepat di dunia, dengan komunitas video musik terbesar secara global. 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.<sup>31</sup>

## 2. *Shopee*

*Shopee* merupakan aplikasi *mobile marketplace* konsumen ke konsumen (C2C) yang mudah dan praktis dalam jual beli. *Shopee* sebagai salah satu situs jual beli secara *online* yang telah melakukan banyak

---

<sup>30</sup>Pratama, S. M dan Muchlis, Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020, dalam *Jurnal Komunikasi*, Volume 1, Nomor. 2, 2020, hlm. 110.

<sup>31</sup>Pratama, S. M dan Muchlis, hlm. 112.

perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak berinteraksi melalui situs tersebut.<sup>32</sup>

*Shopee* merupakan salah satu marketplace yang pertama kali dijalankan oleh Garena yang saat ini berubah nama menjadi 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 & Anak, Ibu & Bayi, Tas Pria & Wanita, Kesehatan, Fotografi, Olahraga, *Voucher*, Buku & Alat Tulis, Serba Serbi, Sepatu Wanita & Pria, Souvenir & Pesta, Jam Tangan, Hobi & Koleksi, dan masih banyak lagi. *Shopee* yang merupakan marketplace yang digunakan oleh para penjual online di Indonesia. Pada tahun 2015 *shopee* pertama kali ada di Indonesia dan menjadi situs penjualan *online* yang paling diminati oleh masyarakat (Bachdar, 2018). Namun saat pertama kali *marketplace shopee* masuk di Indonesia, *marketplace* ini kalah saing dengan *marketplace* yang sudah berkembang terlebih dahulu seperti Tokopedia dan Lazada. Tetapi pada tahun-tahun terakhir jumlah

---

<sup>32</sup> Nugraheni, E. D, Peran Pengguna Shoppe Sebagai Media Promosi Online Shop Dalam Meningkatkan Laba Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam, *Skripsi*, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020), hlm. 1.

download aplikasi dan terpopuler yang memegang rating tertinggi adalah *marketplace shopee*.<sup>33</sup>

Di Indonesia, belanja secara *online* telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang. Pertumbuhan *e-commerce* yang terus meningkat di Indonesia membuat *shopee* ikut meramaikan industri ini. *Shopee* sebagai salah satu situs jual beli secara *online* yang telah melakukan banyak perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak berinteraksi melalui situs tersebut. Alasan banyak penjual memilih menggunakan *Shopee* untuk melakukan promosi produknya yaitu karena *Shopee* memiliki banyak kemudahan dalam aplikasinya. Salah satunya, *shopee* memiliki fitur *live chat* sehingga pembeli dapat langsung berkomunikasi dengan penjual. Penjual cukup mengunggah produk yang disertai dengan deskripsi produk tersebut. Dukungan sistem yang memudahkan dan menguntungkan penjual, *shopee* banyak menyediakan panduan untuk penjual yang dapat diakses secara langsung di *website* resmi *shopee* untuk menjawab segala macam pertanyaan yang berkaitan dengan promo dan fitur jual beli. *Shopee* lebih fokus pada *platform mobile* sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja dan berjualan langsung di ponselnya saja.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup>Widayani, A. dan Sulistiyawati, E. S, Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm di Kota Blitar, *dalam Jurnal Pemasaran*, Volume 4, Nomor. 1, 2022, hlm. 135.

<sup>34</sup>Widyanita, F. A, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shoppe Terhadap Kepuasan Konsumen Shoppe Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Penggunaan Shoppe, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018), hlm. 2.

Dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya *shopee* memiliki pangsa pasar yang luas. Pada tahun 2017 *shopee* menduduki peringkat pertama di Indonesia sebagai situs toko *online* yang paling banyak dikunjungi.<sup>35</sup> Baik usaha kecil, menengah dan atas kini banyak yang menggunakan *shopee* dari pada *e-commerce* yang lain seperti tokopedia dan bukalapak. Karena di *shopee* terdapat banyak kemudahan, mulai dari pembayarannya yang tidak rumit dan fitur pemberitahuan tentang pembayaran sampai dengan selesai. *Shopee* memberikan pengalaman berbelanja yang mudah dan tidak ribet.

### 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.<sup>36</sup> 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. Raket internet juga telah sukses menciptakan

---

<sup>35</sup>Periamsyah, Syahab, A., Analisis Sistem E-commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shoppe di Indonesia, *Jurnal Seminar Nasional Sitem Informasi dan teknologi Informasi*, 2018, hlm. 565.

<sup>36</sup>Setyaningsih, E., Ismawan, E., dan Hidayat, T., Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan, *Jurnal STMIK Borneo Int*, Volume 3, Nomor. 1, 2018, hlm. 33–38.

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*.<sup>37</sup>

Selain itu lazada mempunyai traffic pembelian yang sangat besar ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia mulai memahami sistem belanja online yang nyaman dan aman. Sebagai *e-commerce* yang bergerak pada sistem *bussines to customer* tentu lebih mementingkan kenyamanan dari tampilan, alur proses pembelian sampai pengiriman barang ke konsumen. Tentunya banyak konsumen masih ragu untuk berbelanja bukan hanya masalah keamanan tetapi masalah kenyamanan serta proses pembelian yang terlalu rumit untuk dilakukan oleh orang awam.<sup>38</sup> Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan

---

<sup>37</sup>Astuti, D. Y, Analysis of the Effect of Maxim Application Service Quality on Customer Satisfaction Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Research In Accounting Journal*, Volume 1, Nomor. 3, 2021, hlm. 412–419.

<sup>38</sup>Panday, R., Analisa Tingkat Kepuasan Kerja Sopir Taxi, Volume 7, Nomor. 2, 2005, hlm. 4.



pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.<sup>39</sup>

Lazada merupakan suatu bentuk komunikasi terhadap konsumen dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*). Kegiatan aktivitas tersebut diantaranya tahap awal perencanaan, pelaksanaan dan tahap akhir evaluasi. Alat promosi penjualan yang digunakan lazada diantaranya adalah lazada menggunakan alat promosi *diskon, voucher, flash sales, special offer from partner* dan melakukan kegiatan pemeran dagang.<sup>40</sup> Kebijakan promosi yang tepat merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.<sup>41</sup>

#### 4. Tokopedia

Tokopedia adalah toko pertama dalam *website* di Indonesia yang menyediakan peluang bisnis *online*. Tokopedia berdiri pada 6 Februari 2009 dan di *website*-nya diperkenalkan pada 17 Agustus 2009 oleh William Tanuwijaya, yaitu penemu, pembuat sekaligus pengembangannya. Tokopedia ini menyediakan peluang bisnis berbagai produk serta dilengkapi mesin pencari (*search engine*) yang memudahkan pencarian produk dan fitur direktori yang dimanfaatkan sebagai katalog belanja.

---

<sup>39</sup>Priyadi, W., Analisis Website Menggunakan Metode PIECES di PT Majapahit Teknologi Nusantara, *dalam Jurnal Ilmu Komputasi*, Volume 19, Nomor. 4, 2020, hlm. 575–587.

<sup>40</sup>Reza, F., Strategi Promosi Penjualan Online Lazada, *dalam Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume 4, Nomor. 1, 2016, hlm. 1.

<sup>41</sup>Fauzan, M., dkk, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Ib Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Palu, *dalam Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, Volume 1, Nomor. 1, 2019, hlm. 39.

Keuntungan pembeli adalah pembayaran yang unik dan verifikasinya yang *instant* sehingga penjual lebih cepat menerima *order* dan produk lebih cepat tiba ketangan pembeli. Keuntungan penjual adalah perluasan pasar pada pengguna yang ingin membeli di *merchant* Tokopedia.<sup>42</sup>

Untuk melancarkan kegiatan pemasarannya, Tokopedia bekerjasama dengan beberapa lembaga perbankan dan perusahaan lainnya sehingga konsumen mudah melakukan pembayaran. Selain itu Tokopedia bekerjasama dengan agen-agen pengiriman besar di Indonesia untuk memudahkan pemeriksaan status pengiriman barang.

##### 5. *WhatsApp Business*

*WhatsApp* bisnis sebagai media sosial sangat efektif dilakukan karna mampu menjangkau dan mengenalkan lebih banyak orang tentang produk-produk yang ingin akan dijual ke lapangan, sangat praktis untuk berinteraksi dengan pelanggan tetap, sehingga dapat meningkatkan penjualan.<sup>43</sup> *WhatsApp Business* adalah aplikasi pesan untuk ponsel cerdas. *WhatsApp Business* merupakan aplikasi pesan lintas *platform* yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa pulsa, karena *WhatsApp Business* menggunakan paket data internet. Dengan menggunakan

---

<sup>42</sup>Lupi, F. R. N, Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-commerce Pada Tokopedia, dalam *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Bina Mula*, Volume 2, Nomor. 1, 2016, hlm. 23.

<sup>43</sup>Dwiantari, S. dan Siahanti, M., Media Sosial Whatsapp Bisnis Sebagai Media Promosi Guna Meningkatkan Penjualan Bakmi Jowo Denbagus, dalam *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Volume 3, Nomor. 2, 2022, hlm. 1.

*WhatsApp Business*, kita dapat melakukan dalam dunia bisnis karena berkomunikasi dengan pelanggan itu sangat penting.<sup>44</sup>

*WhatsApp Business* adalah aplikasi pesan untuk ponsel cerdas. *WhatsApp Business* merupakan aplikasi pesan lintas *platform* yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa pulsa, karena *WhatsApp Business* menggunakan paket data internet. Dengan menggunakan *WhatsApp Business*, kita dapat melakukan obrolan *daring*, berbagi *file*, bertukar foto, mengirim video, bahkan bisa video call, dan panggilan suara.<sup>45</sup> Dengan menggunakan *whatsapp business* dapat menambah jumlah pelanggan dengan cara memberikan berbagai pilihan produk kepada pelanggan dalam mengambil keputusan untuk memesan secara *online*.

## 6. Instagram

*Instagram* dikatakan sebagai media sosial paling lengkap, seperti perpaduan dari *platform* media sosial yang berada di peringkat ketiga. *Instagram* dapat mengunggah, menonton berbagai klip video dengan gratis secara dapat juga melakukan pemesanan instan, tidak hanya itu *Instagram* juga memiliki fitur lainnya seperti ads di *timeline* dan *story*, sehingga membuat menjadi lebih dekat dengan pengguna.<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup>Astria, D. dan Santi, M., Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan, *dalam Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, Volume 8, Nomor. 2, 2021, hlm. 246.

<sup>45</sup> Astria, D. dan Santi, M., hlm. 252-253.

<sup>46</sup>Junawan, H. dan Laungu, N., Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia, *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Volume 4, Nomor. 1, 2020, hlm. 41-57.

*Instagram* sangat lekat dengan hal yang berhubungan dengan visual. Umumnya sejak dahulu kala masyarakat sudah menyukai visual yang memanjakan, sehingga dapat disimpulkan dengan memanfaatkan visual dapat berdampak baik untuk mengoptimalkan suatu tujuan yang ingin dicapai. Mengingat *instagram* yang lebih berfokus pada media visual seperti foto dan video, maka jika metode *storytelling* yang memancing interaksi *audience*, baru kemudian dipancing dengan CTA untuk menciptakan konversi.

#### 7. *Facebook*

*Facebook* pertama kali diluncurkan pada 04 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg yang terpaksa drop out dari Universitas Harvard karena sibuk dengan proyek *Facebook*. *Facebook* adalah salah satu situs jejaringan sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada saat ini, maka tidak mengherankan apabila media *Facebook* dapat menjadi sebuah peluang bisnis sekaligus menjadi alat pemasaran produk yang sangat potensial. *Facebook* memberikan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi antara seorang anggota dengan anggota lainnya.<sup>47</sup>

Bentuk promosi bisnis *online* di *facebook* itu seperti pengunjung yang berkumpul pada situs jejaringan sosial *facebook* sangat lah banyak, mulai dari rakyat biasa bahkan artis-artis terkenal dari dalam negeri

---

<sup>47</sup>Arifin, A., *Zakat, Infak, Sedekah dan Dalil-Dalil Keutamaannya* (Jakarta: Gudang Penerbit, 2021), hlm. 118.

maupun dari luar negeri, hingga politisi. Kejelian melihat peluang bisnis menggunakan *facebook* sebagai media promosi produk juga dimaafkan seseorang untuk mempromosikan dan memasarkan produknya melalui media *facebook*. Para penjual menganggap *facebook* sebagai peran yang sangat efektif dalam menjual barang dagangan mereka. *Facebook* juga dianggap berperan sebagai media komunikasi antara pelaku bisnis dengan para konsumennya. *Facebook* dianggap sebagai wadah untuk mencari pelanggan dan juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan pada bisnis mereka.

## B. Penelitian Terdahulu

Untuk meyakinkan para pembaca bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian yang lainnya, maka peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut:

**TABEL I.I**  
**PENELITIAN TERDAHULU**

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil
1	Ananda Putra Ia Siregar 2021 (Skripsi IAIN PSP)	Analisis Dampak <i>Go-Jek</i> Terhadap Pendapatan Tukang Becak Di Kota Padangsidempuan	Berdasarkan survei dan hasil analisis/pembahasan, kesimpulannya dengan hadirnya <i>Go-jek</i> di kota Padangsidempuan memberikan dampak negatif terhadap pendapatan para tukang becak. Para penarik becak mengalami penurunan sewa, dan sepi pelanggan karena sudah ada pesaing

			<p>jasa transportasi yang tengah di gandrungi masyarakat dijalanan selain angkutan umum. Sebelum datangnya <i>Go-jek</i> para tukang becak mempunyai penghasilan &gt;Rp.160.000,00 per harinya dan sudah cukup untuk kebutuhan sehari-hari, namun sesudah adanya <i>Go-jek</i> pendapatan tukang becak rata-rata Rp.60.000</p> <p>Rp.100.000 perharinya.<sup>48</sup></p>
2	Wardah Nst, 2021 (Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)	Dampak Bisnis <i>Fashion Online</i> terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Petisah Medan.	Dampak bisnis <i>fashion online</i> terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar petisah medan. Hal ini dibuktikan pada hasil uji t dengan thitung > t tabel (3,3031 > 1,66488). Keputusannya adalah bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya Bisnis <i>fashion online</i> berdampak terhadap tingkat pendapatan pedagang di Pasar Petisah Medan. <sup>49</sup>

<sup>48</sup>Siregar, A. P. I, Analisis Dampak Go-Jek Terhadap Pendapatan Tukang Becak di Kota Padangsidempuan, hlm. 64.

<sup>49</sup>Nugraha, A. M, Dampak Kehadiran Taksi Online Grab Car terhadap Tingkatan Pendapatan Taksi Konvensional Blue Bird, *Skripsi* (Medan: UINSU, 2018), hlm. 45.

3	Dian Sukma Dewi 2020 (Skripsi IAIN Metro)	Dampak Keberadaan Pasar Modren Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)	Berdasarkan hasil analisis/pembahasan, perkembangan pasar modren yang berkembang pesat, dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap eksistensi pasar tradisional dan para pelaku usaha sejenis disekitarnya, dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh pedagang pasar tradisional mengalami penurunan akibat adanya pasar modren. <sup>50</sup>
4	Veka Ferliana 2018 (UIN Raden Intan Lampung)	Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tugu Bandar Lampung).	Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program revitalisasi yang dilakukan di Pasar Tugu berdampak negatif, dari aspek fisik dan manajemen pedagang merasa tidak puas, perlu adanya peningkatan pengawasan, pengaturan dan pemeliharaan pasar oleh UPT Pasar Tugu. Dari aspek ekonomi tingkat pendapatan pedagang cenderung menurun namun ada yang meningkat dan juga tidak berubah. <sup>51</sup>

<sup>50</sup>Dian, S. D, Dampak Keberadaan Pasar Modren Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur, *Skripsi*, (Lampung: IAIN Metro, 2020), hlm. 56.

<sup>51</sup>Ferliana, F., Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tugu Bandar Lampung), *Skripsi*, (Lampung:UIN Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 42.

5	Aditya Maska Nugraha, 2018 (Skripsi Universitas Sumatera Utara)	Dampak Kehadiran Taksi <i>Online Grab Car</i> terhadap Tingkatan Pendapatan Taksi <i>Konvensional Blue Bird</i> .	Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, hadirnya taksi memberikan dampak yang buruk terhadap penghasilan supir taksi tradisional sehari-harinya, dari 20 jumlah responden sebanyak 18 responden merasa keberatan setelah munculnya taksi <i>online</i> karena berimbas dengan pendapatan mereka serta, kehilangan pelanggan yang biasanya menggunakan jasa taksi konvensional ketika ingin berpergian. <sup>52</sup>
---	---	---	---

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan peneliti terdahulu adalah:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ananda Putra Ia Siregar 2021 adalah sama-sama meneliti Analisis dampak terhadap pendapatan. Perbedaannya adalah pada penelitian ini untuk mengetahui dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, sedangkan Ananda Putra Ia Siregar Analisis dampak *go-jek* terhadap pendapatan tukang becak di Kota Padangsidimpuan.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aditya Maska Nugraha 2018 adalah sama-sama meneliti dampak Aplikasi *online*.

---

<sup>52</sup> Nasution, W., Dampak Bisnis Fashion Online Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Petisah Medan, *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2021), hlm. 30.



Perbedaannya adalah pada penelitian ini untuk mengetahui dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, sedangkan Aditya Maska Nugraha untuk mengetahui tingkatan pendapatan taksi konvensional *Blue Bird*.

3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Wahyuni Murjianti 2021 adalah sama-sama meneliti dampak pasar modren. Perbedaannya adalah pada penelitian ini untuk mengetahui dampak *online shop* mencakup beberapa aplikasi terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, sedangkan Dian Sukma Dewi Dampak Keberadaan Pasar Modren Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur).
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Veka Ferliani adalah sama-sama meneliti pengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar. Perbedaannya adalah pada penelitian ini untuk mengetahui dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, sedangkan Veka Ferliani Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tugu Bandar Lampung).
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Wardah Nst 2021 adalah sama-sama meneliti Dampak bisnis *fashion online* terhadap tingkat

pendapatan pedagang. Perbedaannya adalah pada penelitian ini untuk mengetahui dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, sedangkan Wardah Nst untuk mengetahui Dampak bisnis *fashion online* terhadap tingkat pendapatan pedagang di Pasar Petisah Medan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Pasar Lama Panyabungan di Jl. Willem Iskandar, Panyabungan I, Kec. Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara 22976. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2022 sampai Juli 2023. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Lama Panyabungan, karena kondisi pendapatan pedagang di pasar ini menurun, sehingga peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisis Dampak *online shop* Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian Di Pasar Lama Panyabungan.

#### **B. Jenis Penelitian dan Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan. Sehingga metode yang digunakan yaitu metode *kualitatif*. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang dinyatakan dalam bentuk data, kalimat. Dari penelitian ini diharapkan dapat diketahui dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

#### **C. Unit Analisis/Subjek Penelitian**

Unit analisis menjadi salah satu bagian yang diperhitungkan dalam menentukan objek penelitian. Subjek penelitian merupakan subjek yang diajukan untuk meneliti oleh peneliti. Berbicara tentang subjek yang menjadi pusat perhatian atau sasaran penelitian.

Penentuan subjek penelitian adalah dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan menggunakan beberapa pertimbangan. Adapun yang menjadi pertimbangan peneliti dalam menetapkan subjek penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jumlah subjek penelitian 16 orang.
2. Tempat Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.
3. Pedang Pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.
4. Pengalaman kerja sebagai pedagang pakaian.
5. Latar belakang pendidikan dari SD sampai SMA.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data adalah sebuah data atau informasi yang menjadi bahan utama dalam penelitian. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari;

##### 1. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya,<sup>1</sup> yaitu pedagang pakaian yang berjumlah 50 pedagang namun yang akan di wawancarai dari jumlah pedagang tersebut yaitu sebanyak 16 orang di Pasar Lama Panyabungan. Data primer merupakan sumber data utama untuk memperoleh jawaban atas penelitian ini. Data primer dari penelitian ini berupa wawancara dengan pihak yang terkait di Pasar Lama Panyabungan. Subjek dari penelitian ini adalah *online shop* dan

---

<sup>1</sup>Umar, H., *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 42.

yang menjadi objek penelitian ini adalah pedagang pakaian yang ada di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan sumber lainnya.<sup>2</sup> Sumber data sekunder atau data pendukung dalam penelitian ini adalah Dinas Perdagangan Kantor Bupati Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, buku-buku, dokumen dan bahan lainnya yang membahas hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data bisa dilakukan dengan berbagai metode dan beberapa sumber. Pengumpulan data, dapat dilakukan lewat orang lain atau dokumen. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tehnik dokumentasi sebagai metode dalam pengumpulan data, yaitu yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa dokumen-dokumen dalam bentuk tulisan, gambar, maupun elektronik. Metode dokumentasi digunakan sebagai metode untuk mendukung data lainnya. Selanjutnya dengan menggunakan wawancara yaitu mengajukan beberapa pertanyaan secara bebas untuk memperoleh informasi seputar objek penelitian.

---

<sup>2</sup> Sujarweni, V. W, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2022), hlm. 74.

### 1. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan peneliti, untuk membantu mengerti perilaku manusia dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu.<sup>3</sup>

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan, dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Dalam penelitian ini, peneliti telah mewawancarai sebanyak 16 orang pedagang dari 50 pedagang yang ada di Pasar Lama Panyabungan yaitu, Bapak Zul Harahap, Bapak Doni Suheri, Bapak Wahid, Ibu Aisyah, Mariatul, Sulis, Subaidah, Bapak Rinto Harahap, Ibu Leli, Ibu Samsidar, Maryam, Faridah, Haninah, Wardiah, Watini dan Nur Aida.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah lebih mengarah pada bukti konkret.<sup>4</sup> Dokumentasi yang dimaksudkan adalah foto-foto kejadian yang

---

<sup>3</sup> Sujarweni, V. W, hlm. 32.

<sup>4</sup> Sujarweni, V. W, hlm. 75.

berhubungan dengan pedagang pakaian yang ada di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

#### **F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data**

Pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu. Untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Hal-hal yang menjamin dari keabsahan data yang diteliti yaitu:

1. Penelitian harus menyediakan waktu yang cukup untuk persiapan kelengkapan.
2. Peneliti haruslah memiliki ketekunan agar informasi yang didapat ditinjau dengan baik dan benar.
3. Peneliti harus membandingkan trigurasi yaitu yang mana peneliti harus membandingkan informasi dari yang didapat dan yang diteliti oleh peneliti.

#### **G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Dalam penelitian kualitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh data terkumpul. Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Dalam penelitian ini, teknik digunakan untuk menganalisa datanya adalah statistik deskriptif. Sebab, dalam penelitian ini peneliti hanya akan

mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Tujuan pengolahan data adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang mudah dibaca menggunakan teknik pendekatan deskriptif kualitatif yang merupakan suatu proses penggambaran keadaan yang sebenarnya.

Adapun langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah:

1. Reduksi Data

Reduksi data yang dimaksudkan disini adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian untuk menyederhanakan, mengabstrakkan dan transformasi data. Informasi dari lapangan sebagai bahan mentah diringkas, disusun lebih sistematis, serta ditonjolkan pokok-pokok yang penting sehingga lebih mudah dikendalikan.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan langkah selanjutnya setelah data direduksi, dengan cara memaparkan data yang ada secara deskriptif. Kemudian dari penyajian data tersebut, diharapkan dapat memberikan kejelasan mana data yang substantif dan mana data pendukung.



### 3. Penarik Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:<sup>5</sup>

- a. Pertama, menyusun simpulan sementara. Dikatakan sementara karena selama penelitian masih berlangsung, akan diperoleh data tambahan, maka perlu dilakukan verifikasi data, yaitu dengan cara mempelajari data-data yang ada dengan tujuan agar data yang diperoleh lebih tepat dan objektif.
- b. Kedua, menarik kesimpulan akhir setelah kegiatan pertama selesai. Penarikan kesimpulan ini dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan informan dengan makna yang terkandung dalam masalah penelitian secara konseptual.

---

<sup>5</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Kualitatif, Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 247.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Temuan Umum**

##### **1. Sejarah Singkat Pasar Lama Panyabungan**

Wilayah provinsi Sumatera Utara di daerah Kabupaten Mandailing Natal di Kecamatan Panyabungan terdapat salah satu Pasar Tradisional yang dari zaman dahulu sudah berdiri dan semakin berkembang. Dalam pertumbuhan dan perkembangannya mungkin Panyabungan merupakan suatu tempat yang dianggap berkembang.

Perkumpulan suatu masyarakat tentunya selalu membutuhkan satu sama lain, begitu juga dengan tingkat kebutuhan masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan sandang, pangan dan papan, maka terciptalah suatu kumpulan orang yang memperjualbelikan barang dagangannya dengan kecil-kecilan disuatu tempat yang ramai dilihat dan dilewati orang. Seiring dengan tingkat kebutuhan masyarakatnya, maka terciptalah suatu tempat menetap untuk menjual dagangannya. Semakin bertambahnya penduduk semakin banyak pula tingkat kebutuhan masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan hidup berbelanja terbentuklah tempat yang dinamakan pasar. Karena lokasinya yang terletak di Panyabungan maka biasa disebut orang dengan Pasar Panyabungan.

Dahulu yang berdagang di Pasar Panyabungan hanyalah masyarakat sekitarnya, namun seiring dengan berkembangnya pasar, maka sangat banyak pedagang yang berasal dari luar Panyabungan datang untuk

menjual dagangan mereka di Pasar Panyabungan. Pasar Panyabungan ditata Pemerintah dengan membangun kios dan ios tempat berjualan bagi para pedagang, pedagang kaki lima berjualan di badan jalan dan di depan rumah warga yang dekat dengan pasar.

Ada penggalan video pendek yang menampilkan keadaan Pasar Panyabungan pada tahun 1992, vidio tersebut dibuat guna mempromosikan pulau Sumatera sebagai tempat wisata. Dimana pada tahun 1934 didirikan Benteng Fort Elout pembentukan pertama Belanda di Tapanuli. Sekitar tahun 1993-1994 Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan menata Pasar Panyabungan dengan membangun ruko untuk tempat berjualan melalui developer. Ruko yang dimaksud sekarang adalah Ruko Pasar Lama Panyabungan.

Pada tahun 1999 Kabupaten Mandailing Natal dimekarkan dari Kabupaten Tapanuli Selatan. Karena pedagang Pasar Panyabungan tidak tertampung dilokasi pasar, maka Pemerintah Kabupaten Mandailing Natal membangun pasar yang baru yang sekarang ini disebut dengan Pasar baru Panyabungan. Untuk menata Kota Panyabungan yang indah Pemerintah Kabupaten Mandailing Natal melalui developer membangun Pasar Lama Panyabungan menjadi pusat perbelanjaan yang sekarang disebut dengan Madina Square.

## 2. Jumlah Pedagang di Pasar Lama Panyabungan

Suatu pasar selalu mengalami perubahan, baik pemekaran bangunan serta luas arealnya maupun jumlah pedagangnya. Terdapat

banyak pedagang yang ada di Pasar Lama Panyabungan, bukan hanya pedagang pakaian saja namun ada beberapa pedagang lain seperti pedagang aksesoris, pedagang pecah belah, pedagang sepatu, pedagang buah, pedagang sayur, pedagang sembako, pedagang ikan dan masih banyak pedagang lainnya. Pedagang yang ada di pasar lama panyabungan juga tidak semua merupakan pedagang tetap, ada pedagang yang masih berpindah-pindah tempat dan ada juga pedagang musiman.

No	Jenis dagangan	Jumlah Pedagang
1	Pedagang pakaian	50 Pedagang
2	Pedagang oleh-oleh	6 Pedagang
3	Pedagang makanan jadi	38 Pedagang
4	Pedagang buah	36 Pedagang
5	Pedagang aksesoris	16 Pedagang
6	Pedagang mainan anak	5 Pedagang
7	Pedagang sembako	10 Pedagang
8	Pedagang elektronik	4 Pedagang
9	Pedagang apotik	4 Pedagang
10	Pedagang bangunan	3 Pedagang
11	Pedagang pecah belah	2 Pedagang
12	Pedagang sayur	62 Pedagang
13	Pedagang ikan dan ayam	34 Pedagang
Jumlah Keseluruhan		270 Pedagang

*Sumber Data : Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal.*

### 3. Sejarah Singkat *Online Shop*

Perkembangan teknologi dalam bidang informasi dan telekomunikasi yang ditandai dengan hadirnya internet. Jaringan internet sukses dikembangkan dan diuji coba pertama kali pada tahun 1969 oleh US. *Departement of Defense* dalam proyek ARPANet (*Advanced Research Project Network*). Di Indonesia, jaringan internet mulai dikembangkan pada tahun 1983 di Universitas Indonesia, yakni UINet oleh Dr. Joseph F.P. Luhukay mahasiswa program doctor filsafat ilmu komputer di Amerika Serikat.

Internet adalah jaringan lausa dari komputer yang disebut *world wide network* selain itu, internet dipahami secara umum sebagai komunikasi virtual (*maya/cyberspace*) melalui media komputer dan saluran telepon. Internet saat ini banyak digunakan baik individu maupun institusi pemerintah dan swasta. Penggunaan inetrnet mempunyai beberapa tujuan, salah satunya yaitu untuk promosi atau iklan.<sup>6</sup>

Pertama kali *online shop* ditemukan oleh Michael Aldrich dari Inggris pada tahun 1979. Saat itu bentuk *e-commerce* memungkinkan adanya transaksi *online* dari pelanggan ke penjual hingga bisnis dalam bentuk besar (B2B). Pada tahun 1990, *World Wide Web* pertama kali muncul dan hal ini semakin mendukung kegiatan *online shop*.<sup>7</sup>

Kebutuhan manusia semakin meningkat dan semakin berkembang disetiap waktu. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut masyarakat selalu

---

<sup>6</sup>Suwiknyo, D., BOS (Bisnis Online Syariah) (Yogyakarta: Trust Media, 2009), hlm, 1-2.

<sup>7</sup><http://kumparan.com/how-to-teknologi/arti-olshop-dan-sejarah-perkembangannya/>, (diakses pada tanggal 4 Agustus 2023 pukul15:42 WIB).

melakukan transaksi jual beli untuk mendapatkan sesuatu barang yang menjadi kebutuhan dalam masyarakat. Kebutuhan itu baik berupa sandang, pangan dan papan. Perkembangan zaman yang disebut dengan era globalisasi di manfaatkan beberapa pelaku usaha mencoba memasarkan produk atau barang mereka dengan mempergunakan perkembangan teknologi yang semakin canggih untuk dapat mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dan memperluas jangkauan dagangan mereka dengan cara mempromosikan barang dengan jaringan internet yang disebut dengan jual beli *online*. Jual beli online di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat cepat, perkembangannya meliputi berbagai macam usaha, hal ini dapat di lihat dengan semakin banyaknya bermunculan toko-toko *online*, contohnya saja ada yang menjual makanan secara *online*, baju, bahkan mobil dan rumah pun bisa di perjualbelikan secara *online*.<sup>8</sup>

Negara Indonesia memiliki perkembangan transaksi jual beli melalui media internet sudah di kenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs Sanur.co.id sebagai toko buku *online* pertama. Namun, eksistensi transaksi jual beli yang dilakukan melalui media internet pada saat itu tidak terlalu berkembang dan tidak menjadi fenomena yang besar dikarenakan minoritasnya masyarakat indonesia yang mengenal teknologi. Perkembangan jual beli *online* tidak hanya sampai pada titik ini saja.

---

<sup>8</sup>Handibasyri, -Perkembangan Bisnis Jual Beli Online||, <http://handibasyri.blogspot.com/2010/11/perkembangan-bisnis-jual-beli-online/>, (diakses pada tanggal 23 Maret 2013 pukul 14.39 WIB).

Perkembangan zaman terus berkembang dengan era globalisasi yang memaksa masyarakat untuk terus mengikuti perkembangannya. Perkembangan itu membentuk suatu sistem jual beli yang baru dengan secara spontan berkembang dalam kehidupan di masyarakat dengan pemanfaatan jaringan telepon seluler yang dilakukan pelaku usaha atau individu dengan melalui jaringan sosial *Blackberry Messenger* (selanjutnya disebut BBM) yang terdapat pada telepon genggam *smart phone Blackberry*, dan sekarang berkembang melalui media Internet yang semakin berkembang kepada arah penggunaan *Gadget* canggih yang memiliki sistem jaringan Internet yang lebih berkembang hanya dengan menggunakan Telpon Selular/Telpon Genggam yang didalam perkembangannya membuat banyak vendor-vendor membuat aplikasi-aplikasi dan situs jual beli *online* yang lebih berkembang lagi dan memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memilih barang yang akan dibeli. Para pelaku usaha baik individu maupun sebuah produsen besar sudah banyak mempergunakan sistem *online* dalam melakukan transaksi jual beli ini. Salah satu alasannya adalah dimana pengguna telpon selular di Indonesia maupun di beberapa negara sangat berkembang pesat dan hampir dari seluruh lapisan masyarakat menggunakannya. Perkembangan semacam ini di manfaatkan beberapa orang untuk mencoba mendapatkan keuntungan atau mencoba melakukan

usaha kecil-kecilan bahkan untuk lebih mempermudah bagi produsen atau pengusaha dalam melakukan usaha yang mereka jalankan.<sup>9</sup>

#### 4. Tujuan Aplikasi Bisnis *Online Shop*

Aplikasi bisnis *Online* dalam hal ini mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut:

- a. *Customer*/pelanggan yang ingin membeli barang atau transaksi lewat internet hanya membutuhkan akses internet dan *interface*-nya menggunakan *we browser*.
- b. Menjadikan portal *e-commerce/electronic shop* tidak sekedar portal belanja akan tetapi menjadi tempat berkumpulnya komunitas dengan membangun basis komunitas, membangun konsep pasar bukan sekedar tempat jual beli dan sebagai pusat informasi (*reseller, product, review* dan konsultasi).
- c. Pengelolaan yang berorientasi pada pelayanan, kombinasi konsepsi pelayanan konvensional dan virtual diantaranya *responsif* (respon yang cepat dan ramah), dinamis, informatif dan komunikatif.
- d. Informasi yang *up to date*, komunikasi multi-arah yang dinamis.
- e. Model pembayaran yaitu menggunakan kartu kredit atau transfer. Sehingga memudahkan dalam berbelanja.

---

<sup>9</sup>Siregar, A. A, Keabsahan Jual Beli Online Shop Di Tinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (ITE), hlm. 109-110.



## 4. Bentuk-bentuk Interaksi di Dunia Bisnis

No	Nama	Penjelasan
1	B2B ( <i>Business to Business</i> )	Transaksi bisnis antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya. Dapat berupa kesepakatan spesifik yang mendukung kelancaran bisnis.
2	B2C ( <i>Business to Consumer</i> )	Aktivitas yang dilakukan produsen kepada konsumen secara langsung.
3	C2C ( <i>Consumer to Consumer</i> )	Aktivitas bisnis (penjualan) yang dilakukan oleh individu (konsumen) kepada individu (konsumen) lainnya.
4	C2B ( <i>Consumer to Business</i> )	C2B merupakan model bisnis dimana konsumen (individu) menciptakan dan membentuk nilai akan proses bisnis.
5	B2G ( <i>Business to Government</i> )	Merupakan turunan dari B2B, perbedaanya proses ini terjadi antara pelaku bisnis dan instansi pemerintah.
6	G2C ( <i>Government to Consumer</i> )	Merupakan hubungan atau interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Konsumen, dalam hal ini masyarakat, dapat dengan mudah menjangkau pemerintah sehingga memperoleh kemudahan dalam pelayanan sehari-hari.

Pertumbuhan belanja *online* juga telah mempengaruhi struktur industri. *E-commerce* telah merevolusi cara bertransaksi berbagai bisnis, seperti toko buku dan agen perjalanan. Umumnya, perusahaan besar dapat mengguankan skala ekonomi dan menawarkan harga yang lebih rendah. Individu atau pelaku bisnis yang terlibat dalam *e-commerce*, baik itu

pembeli maupun penjual mengandalkan teknologi berbasis *internet* untuk melaksanakan transaksi mereka.

## **B. Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan dilapangan dengan cara mewawancarai 16 pedagang yang ada di Pasar Lama Panyabungan mengenai “Analisis Dampak *Online Shop* Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”.

Pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan mengalami penurunan yang sangat pesat sejak munculnya *online shop*. Pendapatan merupakan hasil yang di peroleh atas dasar jasa ataupun pekerjaan yang sudah dilakukan yang digunakan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, pendapatan juga bisa dijadikan sebagai tolak ukur dalam menentukan status sosial seseorang. Pendapatan pedagang pakaian adalah bayaran yang diterima dari hasil penjualan pakaian yang di beli pelanggan setiap harinya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Rinto Harahap (38 tahun), merupakan seorang pedagang pakaian semenjak 9 tahun lalu bahwa: selalu berjualan di pasar lama Panyabungan dan tidak pernah pindah-pindah. Pedagang pakaian merupakan satu-satunya profesi yang informan geluti dalam mencari nafkah keluarga, sehingga informan harus bekerja lebih keras lagi supaya keperluan rumah tangga dapat tercukupi. Menurut Bapak Rinto Harahap, awal mula sebelum adanya *online shop* saya merasa cukup dengan penghasilan setiap harinya, biasanya perhari sekitar Rp.500.000,00 namun karena adanya *online shop* pendapatan turun menjadi

Rp.200.000,00 per harinya karena banyak pelanggan beranggapan ketinggalan zaman. Saya merasa tersaingi dengan adanya *online shop* karena berpengaruh dengan pendapatan sehari-harinya yang menurun. Untuk tetap mempertahankan berdagang dipasar para informan tetap harus berjualan dengan keuntungan tipis dan membeli barang terbaru untuk dijual kembali.<sup>10</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Wardiah (25 tahun), merupakan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan selama 6 tahun karna menurut informan masyarakat sangat membutuhkan pakaian sebagai keperluan sandang manusia. Menurut Wardiah, setelah mengetahui adanya *online shop* saya berpandangan bahwa *online shop* sangat mengganggu aktivitas para pedagang pakaian yang ada di pasar sehingga mempengaruhi pendapatan para pedagang. Dampak *online shop* sendiri mencapai 40% terhadap pendapatan saya sehingga membuat penghasilan saya menjadi kurang untuk kebutuhan sehari-hari. Sedangkan permasalahan nya masyarakat terlalu memilih dan mempercayai berbelanja di *online shop* yang menurut masyarakat sangat mudah dan praktis. Namun saya tetap masih berdagang menjual pakaian tidak terlalu mahal namun tidak pula terlalu murah. Dan tetap mengikuti trend pakaian yang terbaru.<sup>11</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Watini (30 tahun) pedagang pakaian yang berdagang di Pasar Lama Panyabungan selama 5 tahun. Berdagang pakaian bukan merupakan salah satu pekerjaan informan,

---

<sup>10</sup> Harahap, R., Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 20 Mei 2023. Pukul 11.20 WIB).

<sup>11</sup>Wardiah, Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 28 Oktober 2023. Pukul 10:07 WIB).

namun tetap saja berdagang pakaian tetap menjadi sumber pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Saya tahu tentang *online shop*, *online shop* sangat mempengaruhi minat berbelanja masyarakat yang awalnya sangat gemar kepasar namun sekarang malah menjadi malas, karena dengan berbelanja di *online shop* masyarakat dapat menghemat waktu hanya dengan di rumah saja. Namun setelah hadirnya *online shop* omset pendapatan saya sangat berkurang sehingga banyak barang dagangan yang tidak laku dan telah ketinggalan trend. Dampak *online shop* ini sendiri cukup besar karna sangat mempengaruhi pendapatan saya. Namun masih mencukupi kebutuhan saya karna berdagang bukan satu-satunya pekerjaan saya. Untuk mengatasi permasalahan ini saya harus mulai mengikuti trend trend sosial media yang membuat dagangan semakin maju dan tidak tertinggal.<sup>12</sup>

Dampak *online shop* juga mempengaruhi penurunan pelanggan pada Pedagang Pakaian di Pasar Lama Panyabungan karna banyaknya masyarakat yang beralih berbelanja di *online shop*. Pelanggan adalah orang yang selalu membeli barang yang berwujud pakaian seperti baju, celana, jilbab, rok, mukenah, sarung dan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Leli (46 tahun), merupakan pedagang pakaian yang berjualan di pasar lama Panyabungan menjadi pedagang pakaian sudah 12 tahun. Saya hanya mempunyai usaha berdagang pakaian di pasar. Saya juga sangat menyesali

---

<sup>12</sup>Watini, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Lama Panyabungan, 25 Oktober 2023. Pukul 12:40 WIB).

datangnya *online shop* karena berdagang pakaian adalah salah satu pekerjaan sehari-hari saya dan juga *online shop* sangat berpengaruh terhadap pelanggannya, biasanya dapat pembeli 5 sampai 6 orang dan sudah mampu mencukupi kebutuhan saya dalam sehari, namun sekarang untuk mencari 1 pelanggan saja sangat susah sehingga tidak mencukupi kebutuhan sehari-hari. Namun untuk tetap mencukupi kehidupan saya, saya tetap berjualan seperti biasa.<sup>13</sup>

Hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Samsidar (50 tahun), merupakan pedagang pakaian yang ada di Ruko pasar lama Panyabungan. Saya sudah 17 tahun dalam menggeluti profesi sebagai pedagang pakaian. Saya tidak mempermasalahkan munculnya *online shop* tetapi saya menyarankan kepada pemerintah untuk membuat peraturan menekan adanya *online shop* di Kota Panyabungan. Apalagi jika semua yang memiliki *Smartphone* di Panyabungan berminat berdagang di *online shop*, sehingga semakin sedikit pembeli di Pasar lama Panyabungan, karena *online shop* bisa dibilang masih baru untuk diberlakukan oleh pemerintah, khususnya untuk Panyabungan, karena saya sebagai pedagang pakaian di pasar lama Panyabungan juga membutuhkan biaya untuk mencukupi keluarga saya.<sup>14</sup>

*Online shop* juga memberi dampak yang sangat terlihat di dunia perdagangan yang semakin meningkatnya persaingan perdagangan pedagang pakaian yang ada di Pasar Lama Panyabungan dengan para pedagang yang ada

---

<sup>13</sup>Leli, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Lama Panyabungan, 20 Mei 2023. Pukul 11:50 WIB).

<sup>14</sup>Samsidar, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Lama Panyabungan, 20 Mei 2023. Pukul 13.20 WIB).

di *online shop*. Kehadiran *online shop* yang memberikan pelayanan yang lebih bagus, lebih mudah dan lebih simpel dibandingkan harus berbelanja ke pasar tradisional, serta tarif layanan yang menguntungkan dengan adanya promo tarif membuat masyarakat lebih memilih menggunakan *online shop* dalam melakukan transaksi jual beli. Para pedagang pakaian merasa tersaingi dan berdampak dengan penghasilan mereka setiap harinya dengan kedatangan *online shop*.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Maryam (47 tahun) merupakan pedagang pakaian yang ada di Pasar Lama Panyabungan, menggeluti profesi sebagai pedagang pakaian sudah 7 tahun. Saya menjelaskan setelah adanya *online shop* minat pembeli untuk belanja pakaian ke pasar menjadi sangat berkurang, karena *online shop* lebih menarik dan masyarakat ikut berperan dalam situasi tersebut. Dampaknya sangat merugikan saya sebagai pedagang pakaian yang ada di pasar sehingga pendapatan saya sangat menurun. Dagangan saya sangat tertinggal dengan *online shop* karena *online shop* sangat viral dan menjadi trend di kalangan anak muda bahkan para ibu rumah tangga. Namun saya tetap berjualan meski dengan keuntungan yang sedikit untuk tetap mempertahankan dagangan saya.<sup>15</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Faridah (44 tahun) merupakan pedagang pakaian yang ada di Madina Square Panyabungan, menggeluti profesi sebagai pedagang pakaian sudah 4 tahun.

---

<sup>15</sup>Maryam, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Lama Panyabungan, 20 Mei 2023. Pukul 14:00 WIB).

Setelah adanya *online shop* minat pembeli untuk membeli pakaian ke pasar menjadi berkurang karena kecanggihan teknologi internet yang ditawarkan *online shop* lebih menarik dan menguntungkan. Sehingga menurunnya keinginan masyarakat untuk berbelanja ke pasar, yang mengakibatkan pendapatan saya mengalami penurunan yang sangat pesat.<sup>16</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Nur Aida (24 tahun) salah satu pedagang pakaian yang ada di Pasar Lama Panyabungan, telah berdagang selama kurang lebih 3 tahun. Menurut saya menjual pakaian dapat membantu memenuhi kebutuhan sandang setiap individu. Saya telah mengetahui *online shop* menurut pandangan saya *online shop* sangat merugikan pendapatan saya, dengan adanya *online shop* banyak masyarakat lebih memilih berbelanja menggunakan *online shop* dibandingkan berbelanja di pasar, apalagi harga di *online shop* jauh lebih murah dibanding di pasar. Pendapatan saya mengalami penurunan yang dampaknya 50% terhadap pendapatan saya sehari-hari. Hanya dengan tetap mempertahankan kualitas dagangan dan tetap memperhatikan model trend agar tetap bisa mempertahankan dagangan agar laku.<sup>17</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti hadirnya *online shop* di Panyabungan memberikan dampak negatif terhadap pendapatan para pedagang pakaian. Para pedagang pakaian mengalami penurunan pembeli dan sepi pelanggan karena sudah ada pesaing di dunia perdagangan yang tengah di

---

<sup>16</sup>Faridah, Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 20 Mei 2023. Pukul 14:20 WIB).

<sup>17</sup>Aida, N., Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, Pada Tanggal 20 Mei 2023. Pukul 16:10 WIB).

gemari masyarakat dalam berbelanja seperti dunia bisnis di *online shop*. Sebelum datangnya *online shop* para pedagang pakaian mempunyai penghasilan >Rp.700.000,00 per harinya dan sudah cukup untuk kebutuhan sehari-hari, namun sesudah adanya *online shop* pendapatan tukang becak rata-rata Rp.300.000 – Rp.100.000 per harinya. Sehingga banyak para pedagang pakaian yang ada di Pasar Lama Panyabungan mengeluh karna merosotnya pendapatan mereka bahkan sampai terancam gulung tikar karna sering terjadi dalam satu hari tidak ada laku satu pun dagangan mereka. Kurang nya pemahaman teknologi para pedagang pakaian yang ada di Pasar Lama Panyabungan lah yang membuat mereka tertinggal jauh dengan *online shop*.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti hadirnya *online shop* di Pasar Lama Panyabungan memberikan dampak negatif terhadap pendapatan para pedagang pakaian. Para pedagang mengalami penurunan pendapatan, dan sepi pelanggan karena sudah ada pesaing lebih canggih yang tengah di gemari masyarakat melalui *smartphone*. Sebelum datangnya *online shop* para pedagang mempunyai penghasilan Rp. 300.000,00 per harinya dan sudah cukup untuk kebutuhan sehari-hari, namun sesudah adanya *online shop* pendapatan pedagang mengalami penurunan Rp. 100.000,00 per harinya.

Kehadiran *online shop* juga memberikan dampak negatif terhadap jumlah pelanggan pedagang pakaian, karena sebagian besar masyarakat lebih memilih menggunakan *online shop* yang lebih mudah, murah, cepat, dan juga menambah lapangan kerja. Rata-rata pelanggan pedagang sebelum adanya



*online shop* berkisar 5 sampai 6 orang dan sesudah adanya *online shop* berkisar 1 sampai 2 orang, dan juga terjadinya persaingan antara *online shop* dan pedagang pakaian yang menimbulkan adanya konflik, terutama dalam permasalahan tarif pembeli.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Ananda Putra Ia, menyatakan dalam penelitiannya bahwa pendapatan tukang becak mengalami penurunan orderan sewa sehingga pendapatan mereka yang dulunya mencukupi sekarang berkurang karena sebagian masyarakat lebih memilih menggunakan jasa Go-jek, didukung juga dengan penelitian Wardah Nst, yang menyatakan dalam penelitiannya bisnis *fashion online* berdampak terhadap tingkat pendapatan pedagang di Pasar Petisan Medan, dan didukung oleh penelitian Dian Sukma Dewi, yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa pendapatan yang diperoleh pedagang pasar tradisional mengalami penurunan akibat adanya pasar modren, dimana pendapatan pedagang pakaian sebelumnya adanya *online shop* adalah sebesar Rp. 110.000 dan sesudah adanya *online shop* adalah sebesar Rp. 35.000.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini di susun dengan langkah-langkah yang sedemikian rupa agar menghasilkan hasil yang sebaik mungkin. Namun dalam proses untuk menghasilkan hasil yang sempurna sangat lah sulit, sebab dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya :

1. Jumlah responden yang hanya 25 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

2. Penelitian ini banyak menggunakan subjektif para narasumber yang beresiko kuat mengurangi objektivitas hasil penelitian. Karakter peneliti sangat mempengaruhi hasil penelitian, bisa jadi ketika bertemu dengan peneliti lain dengan karakter yang berbeda, hasilnya akan berbeda.
3. Dalam wawancara dengan pedagang terkadang menunjukkan hasil yang berbeda, hal ini terjadi dikarenakan perbedaan pemikiran dan pemahaman setiap pedagang.
4. Peneliti menggunakan analisis deskriptif, sehingga hasil penelitian masih kurang maksimal.

Meskipun begitu peneliti akan terus berupaya semaksimal mungkin agar keterbatasan yang ditemui dalam penelitian ini tidak mengurangi hasil dan kesimpulan yang diinginkan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan peneliti dengan judul analisis dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu, Berdasarkan penelitian yang dilakukan, kehadiran *online shop* memberikan dampak negatif terhadap tingkat pendapatan para pedagang pakaian yaitu mengalami penurunan pendapatan pedagang pakaian di pasar, yang dulunya mencukupi sekarang berkurang setiap hari setelah adanya *online shop*. Rata-rata Pendapatan yang diterima oleh pedagang pakaian dari setiap pembeli setiap harinya sebelum adanya *online shop* adalah sebesar Rp.500.000,00 dan sesudah adanya *online shop* adalah sebesar Rp.200.000,00. Kehadiran *online shop* juga memberikan dampak negatif terhadap jumlah pembeli pedagang pakaian, karena sebagian besar masyarakat lebih memilih menggunakan *online shop* yang lebih mudah, murah dan cepat dan juga menambah lapangan kerja. Rata-rata pembeli pedagang pakaian sebelum adanya *online shop* berkisar 5 sampai 6 orang dan sesudah adanya *online shop* berkisar 1 sampai 2 orang, bahkan sering juga tidak ada sama sekali pembeli. Terjadi juga persaingan antara pedagang *online shop* dan pedagang pakaian yang ada di Pasar Lama Panyabungan yang menimbulkan adanya konflik, terutama dalam permasalahan tarif pembeli.

## B. Saran

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian, peneliti melihat beberapa hal yang perlu diperhatikan. Saran ini dapat menjadi masukan positif bagi seluruh pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan baik masyarakat, *online shop* dan pemerintah. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi pedagang pakaian yang belum menggunakan kecanggihan teknologi agar selalu berfikir positif dalam mencari nafkah, menjaga kerukunan dan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan untuk meningkatkan kualitas dagangannya.
2. Bagi *online shop* agar dapat mengikuti aturan yang berlaku dari pemerintah dalam hal ketertiban dan *online shop* diharapkan tetap dapat mempertahankan kualitas dan menjaga kepercayaan konsumen yang berbelanja di *online shop*.
3. Bagi pemerintah agar lebih memperjelas peraturan yang sudah ditetapkan, seperti *online shop* sudah sah atau resmi untuk digunakan.
4. Bagi peneliti selanjutnya perlu diadakan penelitian selanjutnya yakni untuk melengkapi penelitian ini, serta menambahkan variabel-variabel baru dan menambah referensi supaya penelitian selanjutnya lebih bagus dan sempurna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014), *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Aida, N. Pedagang Pakaian. *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, Pada Tanggal 20 Mei 2023. Pukul 16:10 WIB.
- Aisyah. Pedagang Pakaian. *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 17 Mei 2023. Pukul 10:15 WIB.
- Andjarwati. (2015), Motivasi Dari Sudut Pandang Teori X Y Mc Gregor dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland, *dalam Jurnal Manajemen*, Volume 2, Nomor.
- Arifin, A. (2021), *Zakat, Infak, Sedekah dan Dalil-Dalil Keutamaannya*. Jakarta: Gudang Penerbit.
- Aryanto, A. -Negara Dengan Pertumbuhan E-commerce Tertinggi||, <http://www.wartaekonomi.co.id/>,(diakses 20 Maret 2023 pukul 14.00 WIB.
- Astria, D. dan Santi, M. (2021), Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan, *dalam Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, Volume 8, Nomor 2.
- Astuti, D. Y. (2021), Analysis of the Effect of Maxim Application Service Quality on Customer Satisfaction Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Research In Accounting Journal*, Volume 1, Nomor. 3.
- Bathni, I., Darmawan, D., dan Turkamun. (2021), Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pasar Tradisional Pedagang Pakaian dan Tas di Pasar Ciputat, *dalam Seminar Menumbuhkan Optimis Entrepreneurship Pada Kalangan Milenial di Era Society*, Volume 1, Nomor. 2.
- Dian, S. D. (2020), Dampak Keberadaan Pasar Modren Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur), *Skripsi*, Lampung: IAIN Metro.
- Doni. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 18 April 2023. Pukul 11:10 WIB.
- Dwiantari, S. dan Siahanti, M. (2022), Media Sosial Whatsapp Bisnis Sebagai Media Promosi Guna Meningkatkan Penjualan Bakmi Jowo Denbagus, *dalam Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Volume 3, Nomor. 2.
- Faridah. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 20 Mei 2023. Pukul 14:20 WIB..
- Fauzan, M., dkk., (2022), Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah, *dalam Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Volume 7, Nomor. 2.
- . (2021), Implementasi Data Mining Clustering Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Go-Jek, *dalam Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer & Manajemen)*, Volume 2, Nomor. 2.
- . (2019), Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Ib Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Palu. *dalam Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, Volume 1, Nomor. 1.

- Ferliana, F. (2018), Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tugu Bandar Lampung), *Skripsi*, Lampung:UIN Raden Intan Lampung.
- Fuazan, M. (2017), Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Modal Sendiri terhadap Pembiayaan Murabahah. *dalam Jurnal STIKOM Tunas Bangsa Pematangsiantar*, Volume 2, Nomor. 1.
- Giang, R. R. (2013), Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Buruh Bangunan di Kecamatan Pineleng, *dalam Jurnal Emba*, Volume 1, Nomor. 3.
- Gustin, M. Y. D. H. (2018), *Ekonomi Manajerial*. Semarang: Universitas Khatolik Soegijapranata
- Hakim, A. (November 2018), Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit di Kecamatan Segah, *dalam JES (Jurnal Ekonomi STIEP)*, Volume 3, Nomor. 2.
- Ham, F. C., dkk. (2018), Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban pada PT Bank Perkreditan Rakyat Prisma dan Manado, *dalam Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, Volume 13, Nomor. 2.
- Handibasyri. -Perkembangan Bisnis Jual Beli Online||, <http://handibasyri.blogspot.com/2010/11/perkembangan-bisnis-jual-beli-online/>, diakses pada tanggal 23 Maret 2013 pukul 14.39 WIB.
- Haninah. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 18 April 2023. Pukul 12:30 WIB.
- Harahap, R. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 20 Mei 2023. Pukul 11.20 WIB.
- Harahap, Z. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 30 November 2022. Pukul 14:00 WIB.
- Hariningsih, E., dan Simatupang, R. A. (2008), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Pedagang Eceran Studi Kasus: Pedagang Kaki Lima di Kota Yogyakarta, *dalam Jurnal Manajemen*, Volume 4, Nomor .3.
- Hasyim, F., dan Hum, M. (2023), *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hery, dkk. (2020), *Akuntansi Keuangan Menengah*. Jakarta: Gramedia.  
<http://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi/>,(diakses pada tanggal 04 April 2023 pukul 17:00 WIB).
- <http://kumparan.com/how-to-teknologi/arti-olshop-dan-sejarah-perkembangannya/>, (diakses pada tanggal 4 Agustus 2023 pukul 15:42 WIB).
- Imam Musbikin, *Qawa'id Al-Fiqhiyyah*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Istiana, Y. M. B. P. (2008), *Teknologi Informasi dan Komunikasi 1*. Bogor: Quadra.
- Junawan, H. dan Laungu, N. (2020), Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia, *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Volume 4, Nomor. 1.
- Kementerian Perindustrian Indonesia, -Industri Pakaian Jadi Catatkan Pertumbuhan Paling Tinggi||, <http://www.kemenperin.go/>, diakses 3 April 2023 pukul 19.00 WIB.
- Kelany HD, *Islam dan Aspek-Aspek Kemasyarakatan*, Jakarta: Bumi Aksara.

- Kertajaya and Sula, *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Leli. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 20 Mei 2023. Pukul 11:50 WIB.
- Lupi, F. R. N. (2016), Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-commerce Pada Tokopedia, *dalam Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Bina Mula*, Volume 2, Nomor. 1.
- Mariam, S. dan Yuliani, F. (2022), Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM (Studi Kasus Binaan Jukpreneur), *dalam Jurnal Lentera Bisnis*, Volume 11, Nomor. 2.
- Mariatul. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 17 Mei 2023. Pukul 10:30 WIB.
- Maryam. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 20 Mei 2023. Pukul 14:00 WIB.
- Murdiyanto, E., dkk. (2022), *Teori Marketing*. Bandung: Grup CV. Widina Media Utama.
- Nasution, W. (2021), Dampak Bisnis Fashion Online Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Petisah Medan, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Nugraha, A. M. (2018), Dampak Kehadiran Taksi Online Grab Car terhadap Tingkatan Pendapatan Taksi Konvensional Blue Bird, *Skripsi*, Medan: UINSU.
- Nugraheni, E. D. (2020), Peran Pengguna Shoppe Sebagai Media Promosi Online Shop Dalam Meningkatkan Laba Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam, *Skripsi*, Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Nursalam. (2019), *Makro Ekonomi*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.
- Observasi awal, di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, Pada Tanggal 02 April 2023.
- Panday, R. (2005), Analisa Tingkat Kepuasan Kerja Sopir Taxi, Volume 7, Nomor. 2.
- Periamsyah, Syahab, A, (2018), Analisis Sistem E-commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shoppe di Indonesia, *Jurnal Seminar Nasional Sitem Informasi dan teknologi Informasi*.
- Pratama, S. M dan Muchlis. (2020), Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020, *dalam Jurnal Komunikasi*, Volume 1, Nomor. 2.
- Priyadi, W. (2020), Analisis Website Menggunakan Metode PIECES di PT Majapahit Teknologi Nusantara, *dalam Jurnal Ilmu Komputasi*, Volume 19, Nomor. 4.
- Putong, I. (2015), *Teori Ekonomi Mikro : Konvensional dan Syariah*. Jakarta: Buku & Artikel Karya Iskandar Putong.
- Putra, N. A., dan M. Fil. H. (2023), *Kamus Pintar Bahasa Indonesia dengan EYD dan Kosakata Baru*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Reza, F. (2016), Strategi Promosi Penjualan Online Lazada. *dalam Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume 4, Nomor. 1.

- Samsidar. Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 20 Mei 2023. Pukul 13.20 WIB.
- Sari, S. P. (2022), Latar Belakang Dan Dampak Online Shop Sebagai Cara Berbelanja Dan Berwirausaha, *Skripsi*, Lampung: Universitas Lampung.
- Setyaningsih, E., Ismawan, E., dan Hidayat, T. (2018), Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan, *Jurnal STMIK Borneo Int*, Volume 3, Nomor. 1.
- Sholihin, A. I. (2013), *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, A. A. (2019), Keabsahan Jual Beli Online Shop Di Tinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Ite), *dalam Jurnal Ilmiah Advokasi*, Volume 7, Nomor. 2.
- Siregar, A. P. I. (2021), Analisis Dampak Go-Jek Terhadap Pendapatan Tukang Becak di Kota Padangsidimpuan, *Skripsi*, Padangsidimpuan: IAIN PSP.
- Subaidah. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 18 April 2023. Pukul 09:30 WIB.
- Sugiyono. (2014), *Metode Penelitian Pendidikan: Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan Retnoningsih. (2020), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya.
- Sujarweni, V. W. (2022), *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukirno, S. (2002), *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Press.
- . *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Sulis. Pedagang Pakaian, *wawancara*, (Pasar Lama Panyabungan, 17 April 2023. Pukul 11:15 WIB.
- Susilowati. (2018), Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @bowo\_allpennliebe), *dalam Jurnal Komunikasi*, Volume 9, Nomor. 2.
- Suwiknyo, D. (2009), *BOS (Bisnis Online Syariah)*. Yogyakarta: Trust Media.
- Umar, H. (2014), *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahid. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 18 April 2023. Pukul 10:20 WIB.
- Wardiah. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 28 Oktober 2023. Pukul 10:07 WIB.
- Watini. Pedagang Pakaian, *wawancara*, Pasar Lama Panyabungan, 25 Oktober 2023. Pukul 12:40 WIB.
- Widayani, A. dan Sulistiyawati, E. S. (2022), Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm di Kota Blitar, *dalam Jurnal Pemasaran*, Volume 4, Nomor.1.
- Widyanita, F. A. (2018), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shoppe Terhadap Kepuasan Konsumen Shoppe Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Penggunaan Shoppe, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia).



- Wijaya, A. -Pengertian Online Shop||, <http://www.dianisa.com/>, (diakses tanggal 24 Mei 2023, pukul 15.27 WIB).
- Yuniarti, P. (2019), Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok, *dalam Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Volume 3, Nomor. 1.
- Zamzam, H. F dan Aravik, H. (2020), *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV. Budi Utama.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : VIVI ANGRANI
2. NIM : 1840200251
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat/Tanggal Lahir : Dalam lidang, 16-juli-2000
5. Anak ke : 1
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Status : Mahasiswi
8. Agama : Islam
9. Alamat : Desa Dalam Lidang, Kec Linggabayu,  
Kab. Mandailing Natal
10. Nomor HP : 0852-7530-9603
11. E-mail : [viviangriani61@gmail.com](mailto:viviangriani61@gmail.com)

### II. DATA ORANG TUA

1. Ayah
  - a. Nama : Mesran
  - b. Pekerjaan : Petani
  - c. Alamat : Desa Dalam Lidang, Kec Linggabayu,  
Kab. Mandailing Natal
  - d. Nomor HP : 0853-7282-2610
2. Ibu
  - a. Nama : Kamsiti
  - b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
  - c. Alamat : Desa Dalam Lidang, Kec Linggabayu,  
Kab. Mandailing Natal
  - d. Nomor HP : 0853-7282-2610

### III. PENDIDIKAN

1. Riwayat pendidikan
  - a. SDN 304 Dalam Lidang (2006-2012)
  - b. MTsN Simpanggambir (2012-2015)
  - c. MAN Simpanggambir (2015-2018)
  - d. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (2018-sekarang)

Daftar pertanyaan wawancara:

1. Sudah berapa lama bapak/ibu menjadi pedagang pakaian?
2. Mengapa bapak/ibu memilih menjadi pedagang pakaian?
3. Apakah bapak/ibu mengetahui *online* shop?
4. Apa pandangan bapak/ibu terhadap *online* shop?
5. Bagaimana penghasilan bapak/ibu setelah munculnya *online* shop?
6. Berapa besar dampak *online* shop terhadap pendapatan bapak/ibu?
7. Apakah dengan penghasilan sekarang ini sudah merasa cukup?
8. Apa yang menjadi permasalahan *online* shop dengan pedagang pakaian sehingga terjadi penolakan dengan adanya *online* shop?
9. Bagaimana cara mengatasi permasalahan tersebut?
10. Menurut bapak/ibu, apakah ada cara lain untuk mempertahankan tetap berdagang di pasar?

Wawancara dengan Ibu Maryam



Wawancara dengan Ibu Faridah



Wawancara dengan ibu leli



Wawancara dengan Mariatul



Wawancara dengan Ibu Aisyah



Wawancara dengan Ibu Samsidar





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 27 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2023  
Lampiran : -  
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

04 Januari 2023

Yth. Bapak/Ibu;

1. Sarmiana Batubara : Pembimbing I
2. M. Fauzan : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Vivi Angriani  
NIM : 1840200251  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Dampak Online Shop Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an, Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sititang Kotu Padang Sidempuan 22733

Telepon (0834) 22080 Faximill (0834) 24022

Website: [iainsyahadn.ac.id](http://iainsyahadn.ac.id)

Nomor : 3878/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/06/2023  
Hal : Mohon Izin Riset

27 Juni 2023

**Yth. Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal**

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Vivi Angriani  
NIM : 1840200251  
Semester : X (Sepuluh)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Analisis Dampak Online Shop Terhadap Peridapatan Pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikar izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.





**PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL**  
**DINAS PERDAGANGAN**

Komplek Perkantoran Payaloting, Panyabungan, Sumatera Utara, Kode pos 22978  
Telp. (0636) 326187 Faks. (0636) 326302

Panyabungan, 24 Juli 2023

Nomor : 800/377/115946/2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Pemberian Izin Riset

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary  
di -

Padang Sidempuan


Sehubungan dengan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syekh A  
Hasan Ahmad Addary Nomor : 3878/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/06/2023 tanggal 27 Ju  
2023 Hal Mohon Izin Penelitian.

Bersama ini kami berikan Izin Penelitian kepada :

Nama : Vivi Angraini  
NIM : 1840200251  
Semester : X (Sepuluh)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Izin ini diberikan dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul "Analisis Dampak  
Online Shop Terhadap Pendapatan Pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupater  
Mandailing Natal".

Demikian kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

  
KERALA DINAS PERDAGANGAN  
KABUPATEN MANDAILING NATAL,  
Drs. PARLIN LUBIS, AP., M.Si  
PEMBINA UTAMA MUDA  
NIP. 19750906 199412 1 001