

**ANALISIS KOMPARATIF PENDAPATAN PEDAGANG  
PASAR TRADISIONAL SEBELUM DAN SESUDAH  
ADANYA PASAR ONLINE**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**HAPIPA INDAH HERAWATI  
NIM. 19 402 00112**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

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

**2024**

**ANALISIS KOMPARATIF PENDAPATAN PEDAGANG  
PASAR TRADISIONAL SEBELUM DAN SESUDAH  
ADANYA PASAR ONLINE**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**HAPIPA INDAH HERAWATI**

**NIM. 19 402 00112**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

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

**2024**

**ANALISIS KOMPARATIF PENDAPATAN  
PEDAGANG PASAR TRADISIONAL SEBELUM DAN  
SESUDAH ADANYA PASAR ONLINE**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**HAPIPA INDAH HERAWATI  
NIM. 19 40200112**

Pembimbing I

**Azwar Hamid, MA  
NIP. 198603112015031005**

Pembimbing II

**Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si  
NIP. 198305172023212024**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

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

**2024**

Hal: Skripsi  
An. Hapipa Indah Herawati

Padangsidempuan, 08 Januari 2024

Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidempuan  
Di-Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **HAPIPA INDAH HERAWATI** yang berjudul "**Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online (Studi Pada Pasar Raya Sangkumpal Bonang di Padangsidempuan)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut dapat menjalani sidang munaqosyah untuk mempertanggung jawabkan skripsi ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

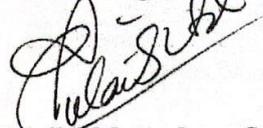
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**



**Azwar Hamid, MA**  
NIP. 198603112015031005

**PEMBIMBING II**



**Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si**  
NIP. 198305172023212024

**SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

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

Nama : **Hapipa Indah Herawati**  
NIM : 19 402 00112  
Fakultas/Prodi : **Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah**  
Judul Skripsi : **Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online (Studi Pada Pasar Raya Sangkumpul Bonang di Padangsidimpuan)**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN) Padangsidimpuan..

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN) Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 8 Januari 2024  
Saya yang Menyatakan,



**Hapipa Indah Herawati**  
**NIM. 19 402 00112**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hapipa Indah Herawati  
NIM : 19 402 00112  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online (Studi Pada Pasar Raya Sangkumpul Bonang di Padangsidimpuan)”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan 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 : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 8 Januari 2024

Yang menyatakan,



**Hapipa Indah Herawati**  
NIM. 19 402 00112



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, Padangsidimpuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : Hapipa Indah Herawati  
**NIM** : 19 402 00112  
**Fakultas/Program Studi** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
**Judul Skripsi** : Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online (Studi Pada Pasar Raya Sangkumpul Bonang di Padangsidimpuan)

**Ketua**

**Dr. Rukiah, M.Si**  
NIDN. 2024037601

**Sekretaris**

**Azwar Hamid, MA**  
NIDN. 2111038601

**Dr. Rukiah, M.Si**  
NIDN. 2024037601

**Anggota**

**Azwar Hamid, MA**  
NIDN. 2111038601

**Dr. Utari Evi Cahyani, MM**  
NIDN. 0621058703

**H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si**  
NIDN. 2013018301

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Rabu/ 24 Januari 2024  
**Pukul** : 08.30 WIB s/d Selesai  
**Hasil/Nilai** : Lulus/ 75,75 (B)  
**Index Presentasi Kumulatif**: 3, 56  
**Predikat** : Sangat Memuaskan



**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, Padangsidimpuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

## **PENGESAHAN**

**Judul Skripsi** : Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online (Studi Pada Pasar Raya Sangkumpal Bonang di Padangsidimpuan)

**Nama** : Hapipa Indah Herawati

**NIM** : 19 402 00112

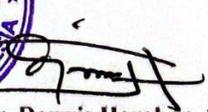
**Index Prestasi Kumulatif** : 3, 56

**Predikat** : Sangat Memuaskan

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 31 Januari 2024



  
Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**NAMA : HAPIPA INDAH HERAWATI**

**NIM : 1940200112**

**Judul Skripsi : Analisis Komparatif Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online**

*Adanya pasar online, pola pembelian konsumen telah berubah secara signifikan. Pasar online menghadirkan persaingan yang lebih intensif bagi pasar tradisional. Banyak konsumen sekarang memilih untuk berbelanja secara online karena kenyamanan, kemudahan yang ditawarkan dan pilihan yang lebih luas. Hal ini juga dapat menyebabkan penurunan kunjungan langsung ke pasar tradisional, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pendapatan para pedagang tradisional. Para pedagang di pasar tradisional Sangkumpal Bonang kalah unggul karena belanja yang lebih efisien pada pasar online yang mengakibatkan sepi pembeli dan tentunya menyebabkan penurunan pendapatan pedagang tradisional di Sangkumpal Bonang. Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu ekonomi sehubungan dengan itu teori yang mengatakan bahwa kemunculan pasar online berpengaruh terhadap pendapatan para pedagang pasar tradisional. Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu ekonomi sehubungan dengan pendapatan nasional dan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang. Dimana bertujuan untuk mengetahui perbandingan pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online di Pasar Raya Sangkumpal Bonang Padang Sidempuan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan angket dengan jumlah sampel 120 Pedagang di pasar tradisional Sangkumpal Bonang. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, analisis uji T, Uji Homogenitas dan Analisis Komparatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: pengetahuan pedagang pasar tradisional tentang pasar ataupun bisnis online cukup baik. tingkat anggaran dan pendapatan pedagang pasar tradisional memiliki perbedaan antara sebelum dan sesudah adanya pasar. Dan terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online.*

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

## ABSTRACT

**Name : HAPIPA INDAH HERAWATI**

**Student ID : 1940200112**

**Thesis Title : Analisis Komparatif Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online**

*The emergence of online markets has significantly altered consumer purchasing patterns. Online markets introduce more intense competition for traditional markets. Many consumers now opt to shop online due to the convenience, ease of access, and wider range of choices offered. This trend can lead to a decrease in direct visits to traditional markets, which in turn can affect the income of traditional traders. Traders in the traditional market of Sangkumpal Bonang lose out due to more efficient shopping options in online markets, resulting in a decrease in buyers and, consequently, a decline in traditional traders' income in Sangkumpal Bonang. The discussion of this research relates to the field of economics, particularly theories stating that the emergence of online markets affects the income of traditional market traders. This research also relates to the field of economics in connection with national income and factors influencing traders' income. The aim is to determine the comparison of income among traditional market traders before and after the existence of online markets at Pasar Raya Sangkumpal Bonang, Padang Sidempuan. This is a quantitative study. The data collection instrument uses questionnaires with a sample size of 120 traders in the traditional market of Sangkumpal Bonang. The analytical tools used are validity tests, reliability tests, T-tests, Homogeneity tests, and Comparative Analysis. The results of the study show that: traditional market traders' knowledge about online markets or businesses is quite good. The budget and income levels of traditional market traders differ before and after the existence of online markets. There is a significant difference between the income levels of traditional market traders before and after the existence of online markets.*

**Keywords: Market, Traditional Market, Online Market, Income**

## خلاصة البحث

الاسم	: هابييا إنداه هيراواتي
رقم التسجيل	: ١٩٤٠٢٠٠١١٢
عنوان البحث	: تحليل المقارن على دخل تجار السوق التقليديي قبل وجود السوق الإلكتروني وبعده

قد تغيرت أنماط الشراء الاستهلاكية بشكل كبير مع وجود السوق الإلكتروني، حيث تمثل الأسواق عبر الإنترنت منافسة أكثر حدة للأسواق التقليدية، ويختار العديد من المستهلكين الآن التسوق عبر الإنترنت بسبب الراحة والملاءمة المقدمة والخيارات الأوسع. يمكن أن يتسبب هذا أيضًا في انخفاض الزيارات المباشرة إلى الأسواق التقليدية، مما قد يؤثر بدوره على دخل التجار التقليديين. يخسر التجار في سوق سانجكومبال بونانج التقليدي لأن التسوق أكثر كفاءة في الأسواق عبر الإنترنت مما يؤدي إلى عدد أقل من المشترين وبالطبع يؤدي إلى انخفاض دخل التجار التقليديين في سانجكومبال بونانج. تتعلق مناقشة هذا البحث بمجال الاقتصاد فيما يتعلق بالنظرية التي تنص على أن ظهور الأسواق عبر الإنترنت له تأثير على دخل تجار السوق التقليديين. وتعلق مناقشة هذا البحث بمجال الاقتصاد وعلاقته بالدخل القومي والعوامل المؤثرة على دخل التجار. الهدف هو معرفة مقارنة دخل تجار السوق التقليديين قبل وبعد وجود السوق عبر الإنترنت في سوق سانجكومبال بونانج بادانج سيدمبوان. كان هذا البحث بحثًا كميًا وتستخدم أداة جمع البيانات استبيانيًا بحجم عينة مكونة من ١٢٠ تاجرًا في سوق سانجكومبال بونانج التقليدي. وأما الأدوات التحليلية المستخدمة هي اختبار الصلاحية، واختبار الموثوقية، وتحليل اختبار T، واختبار التجانس والتحليل المقارن. وتظهر نتائج البحث أن: معرفة التجار التقليديين بالأسواق أو الأعمال التجارية عبر الإنترنت جيدة جدًا. وهناك اختلافات في مستوى الميزانية والدخل لمتداولي السوق التقليديين بين ما قبل وجود السوق الإلكتروني وبعده. وهناك فرق كبير بين مستويات دخل تجار السوق التقليديين قبل وجود السوق الإلكتروني وبعده.

الكلمات المفتاحية: السوق، السوق التقليدي، السوق الإلكتروني، الدخل

## KATA PENGANTAR



*Asslaamu'alaikum Wr.Wb*

Syukur Alhamdulillah Penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “**Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online**”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr.H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary serta bapak Dr. Erawadi, M .Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak

Dr. Ikhwaluddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, Bapak. Dr Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan, ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Serta Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M. A. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.
4. Bapak Azwar Hamid, M.A. selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal baik dan mendapat balasan terbaik pula dari Allah SWT
5. Bapak Ibu Dosen, staf dan seluruh Civitas Akademik di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.
6. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M. Hum, kepala UPT Pusat Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam

penyelesaikan skripsi ini. Serta segenap Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai dan Civitas Akademik di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

7. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Manduga Laut Siregar dan Ibunda tercinta Rosia Hasna yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya. Memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi peneliti sampai saat ini. Memberikan do"aa yang tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga Firdaus-Nya. Serta Abang dan Kakak saya Sahlan Ali Siregar, Irma Yanti Siregar S.Pd dan Ibrahim Nadoli Siregar yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan moril dan material dan tentunya kasih sayang penuh kepada peneliti karena keluarga selalu menjadi tempat teristimewa bagi peneliti.
8. Untuk teman-teman tercinta yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini kerabat dan rekan-rekan Mahasiswa Ekonomi Syariah Terutama Ekonomi Syariah 3, angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita. Dan teman seperjuangan bimbingan Pak Azwar Hamid, M.A dan juga teman seperjuangan bimbingan IbuZulaika Matondang, M.E.I

9. Semua pihak yang tidak dapat Peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarobba alamin

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti oleh karenanya dengan segala kerendahan hati peneliti sangat mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Padangsidempuan , Januari 2024  
Peneliti

**HAPIPA INDAH HERAWATI**  
**NIM. 19 40200112**

## 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 translitasinya 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	Śa	Ś	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ħa	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	’.	Koma terbalik diatas
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

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	HurufLati	Nama
—	Fathah	A	A
— —	Kasrah	I	I
—و	Dommah	U	U

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tandadan	Nama	Gabungan	Nama
...و	<i>fathah danya</i>	Ai	adan i

‘و....	<i>fathah dan wau</i>	Au	adan u
--------	-----------------------	----	--------

### 3. Maddah

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

<b>Harkat dan Huruf</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf dan Tanda</b>	<b>Nama</b>
اَ... اِ... اُ... اِ... اِ...	<i>fathah dan alifatau ya</i>	<b>A</b>	a dangaris atas
ى....	<i>Kasrah dan ya</i>	<b>I</b>	idangaris dibawah
و..	<i>ḍommah dan wau</i>	<b>U</b>	udan garisdi atas

### C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

#### 1. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

#### 2. Ta marbutah mati

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 *tamarbutah* 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 system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﻻ. 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***

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***

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **F. Hamzah**

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *ahamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal 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: bias dipisah perkata dan bias 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 capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, namadiri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengankata 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 koresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber : Tim Puslit bang Lektur Keagamaan. Pedoman Transliterasi ArabLatin. CetakanKelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Defenisi Operasional Variabel .....	7
E. Rumusan Masalah .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	8
G. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	10
1. Pasar .....	12
2. Pasar Tradisional.....	12
3. Pasar Online/ <i>Online Shop</i> .....	23
4. Definisi Pasar Online dalam Perpektif Islam	
B. Penelitian Terdahulu .....	34
C. Kerangka Berpikir.....	37
D. Hipotesis Penelitian.....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	40
B. Jenis Penelitian .....	40
C. Populasi Dan Sampel .....	41
D. Instrument dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	50
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam .....	50
B. Hasil Analisis Penelitian .....	53
1. Hasil Uji Normalitas.....	54

2. Hasil Uji Validitas .....	55
3. Hasil Uji Reabilitas.....	56
4. Uji Parsial (Uji t) .....	57
5. Uji Homogenitas.....	58
6. Uji <i>Wilcoxon Matched Pairs</i>	
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	60
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	63
B. Implikasi Hasil Penelitian .....	63
C. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel IV.1 Hasil Uji Normalitas SPSS .....	54
Tabel IV.2 Hail Uji Validitas.....	55
Tabel IV.3 Hasil Uji Reabilitas.....	55
Tabel IV.4 Hail Uji T .....	56
Tabel IV.5 Hasil Uji Homogenitas .....	56
Tabel IV.6 Hasil Uji <i>Wilcoxon Matched Rank</i> .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.2 Kerangka Pikir .....	38
Gambar III.1 Analisis Komparatif.....	47

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sebelum adanya pasar online, pasar tradisional merupakan tempat utama bagi konsumen untuk membeli barang dan layanan. Pendapatan pasar tradisional pada saat itu tergantung pada faktor seperti lokasi, reputasi, promosi, dan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Pendapatan pengecer biasanya tergantung pada volume penjualan harian dan loyalitas pelanggan.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung. Dalam pasar tradisional terjadi tawar menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, kios dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Keberadaan pasar tradisional di Indonesia sangat berperan penting bagi perekonomian rakyat. Di Indonesia sebagian besar penduduknya adalah masyarakat dengan pendapatan menengah kebawah. Melihat dari kondisi ekonomi masyarakat Indonesia yang masih tergolong rendah keberadaan pasar tradisional sangatlah dibutuhkan untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat tersebut.<sup>1</sup>

Sebelumnya selain bagi para pembeli, pasar tradisional juga dapat sangat dibutuhkan sebagai lapangan kerja bagi para pedagang yang

---

<sup>1</sup> Indriati dan Arif Widiyatmoko, *Pasar Tradisional* (Jakarta: Alprin, 2020), hlm. 20.

menjual barang dagangannya dipasar tradisional tersebut. Untuk itu, pasar tradisional menjadi salah satu hal yang perlu dijaga keberadaan dan keberlangsungan di Indonesia.

Setelah di era globalisasi seperti sekarang ini yang semuanya dituntut serba cepat seiring dengan laju perkembangan teknologi yang semakin tidak terbendung lagi masyarakat dihadapkan pada pilihan ingin mengikuti perkembangan zaman atau tidak, bagi yang peduli dengan perkembangan zaman tentu tidak akan tergeser dari ilmu pengetahuan tentang teknologi, bagi masyarakat yang tidak ingin mengikuti perkembangan zaman sudah tentu akan ketinggalan zaman, tetapi masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman juga dihadapkan pada teknologi yang serba canggih dan mutakhir.<sup>2</sup>

Perkembangan teknologi dan informasi telah membawa perubahan besar baik dari segi produksi maupun dari segi konsumen juga berubah. Produsen selalu dituntut untuk berinovasi mengikuti trend pasar yang menjadi langganan konsumen. Dari segi pemasaran produk yang tadinya dilakukan dengan cara beriklan atau media cetak dengan biaya yang sangat mahal, sekarang pemasaran produk cukup melalui media internet atau media sosial dengan biaya murah dan cepat. Dari segi pasar konsumen pun berubah yang tadinya belanja kita harus datang ke pasar atau toko-toko tradisional seperti Pasar Sangkumpal Bonang, Padangsidimpuan sekarang

---

<sup>2</sup> Sidik Priyadana dan Euis Soliha, *Strategi pemasaran Internasional* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2023), hlm. 9.

konsumen cukup dengan gadgetnya dengan memilih disitus online, pesan barang yang kita inginkan dan dengan cepat kita dapatkan.

Pasar online sering kali memiliki keunggulan teknologi dan inovasi dalam hal pengalaman belanja, pembayaran yang mudah, serta pengiriman yang cepat. Pasar online menawarkan diskon dan promosi yang menarik bagi konsumen dan juga memungkinkan konsumen untuk berbelanja kapan saja dan dimana saja tanpa batasan geografis. Konsumen dapat dengan mudah mencari dan membeli produk melalui *platform online* tanpa harus mengunjungi pasar tradisional. Generasi muda cenderung lebih terbiasa dengan teknologi dan inovasi belanja online. Mereka lebih memilih berbelanja melalui *platform online* daripada berkunjung ke pasar tradisional. Hal ini dapat menyebabkan penurunan pendapatan bagi pedagang di pasar tradisional yang tidak dapat menarik perhatian generasi muda.

Adanya pasar online, pola pembelian konsumen telah berubah secara signifikan. Pasar online menghadirkan persaingan yang lebih intensif bagi pasar tradisional. Konsumen sekarang memiliki akses ke berbagai pilihan dan dapat dengan mudah membandingkan harga dan kualitas produk dari berbagai penjual. Produk atau barang jual beli yang Hal ini dapat mengurangi pendapatan pasar tradisional jika mereka tidak mampu bersaing dalam hal harga, kualitas, atau pengalaman pelanggan. Adanya pasar online telah mengubah cara orang berbelanja, banyak konsumen sekarang memilih untuk berbelanja secara online karena kenyamanan, kemudahan yang ditawarkan dan pilihan yang lebih luas. Hal ini juga dapat menyebabkan

penurunan kunjungan langsung ke pasar tradisional, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pendapatan mereka. Adanya pasar online juga telah mengubah pola konsumen, yang dimana mereka memiliki akses yang lebih mudah ke berbagai penjual dan produk di *platform online*. Hal ini dapat mengakibatkan perubahan preferensi konsumen dan mengurangi permintaan terhadap produk di pasar tradisional. Dengan munculnya pasar online, persaingan lebih intensif bagi pengecer tradisional. Mereka harus bersaing dengan penjual online yang sering kali menawarkan harga rendah dan promosi yang menarik. Persaingan ini dapat mempengaruhi pendapatan dan keuntungan pasar tradisional.<sup>3</sup>

Pasar memainkan peran penting dalam pendapatan pedagang tradisional. Sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, pasar menyediakan lingkungan yang memfasilitasi aktivitas perdagangan. Pasar juga dapat mempengaruhi pendapatan pedagang tradisional melalui dorongan inovasi dan adaptasi. pasar biasanya menarik banyak pembeli potensial, sehingga pedagang dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan peluang untuk mendapatkan pendapatan.<sup>4</sup> dengan meningkatnya pendapatan pedagang tradisional produsen lokal kemungkinan akan mengalokasikan lebih sumber daya untuk memproduksi barang dan jasa, yang pada akhirnya dapat meningkatkan PDRB.

---

<sup>3</sup> Ismul Bathni dkk., "Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pasar Tradisional Pedagang Pakaian Dan Tas Di Pasar Ciputat," *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang* 9, no. 1 (12 Februari 2022): hlm. 59., <https://doi.org/10.32493/skr.v9i1.18709>.

<sup>4</sup> Chatib Basri, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 221.

Pendapatan yang dihasilkan oleh pedagang pasar tradisional dapat menjadi bagian dari PDRB suatu wilayah. Pengaruh pendapatan pedagang pasar tradisional terhadap PDRB tergantung pada skala dan kontribusi pasar tradisional dalam konteks ekonomi lokal. Terdapat faktor lain seperti infrastruktur, regulasi, tingkat konsumsi, dan perubahan tren belanja yang juga dapat mempengaruhi pengaruh pedagang tradisional terhadap PDRB suatu wilayah.

Pasar Sangkumpal Bonang dikenal masyarakat kota Padangsidimpian menjual berbagai macam kebutuhan diantaranya pedagang pakaian. Dan data jumlah pedagang Pasar Tradisional di pasar Sangkumpal Bonang pada tabel berikut:

**Tabel I.1**  
**Jumlah Pedagang dan Kios Yang Tutup di Pasar Raya**  
**Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpian**

<b>Tahun</b>	<b>Lantai Basemen</b>	<b>Lantai I</b>	<b>Lantai II</b>	<b>Total</b>
2022	385	368	84	837
2023	367	368	70	805

Adapun hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 29 Mei 2023, dimana pedagang yang diwawancarai dibatasi hanya para pedagang pakaian seperti pedagang yang menjual baju, sepatu, jilbab dan pakaian lainnya. Para pedagang di pasar tradisional Sangkumpal Bonang terkena dampak munculnya pasar online dimana menurunnya pendapatan

pedagang dari tahun-tahun sebelumnya. Para pedagang mengaku akibat adanya pasar online banyak pedagang yang menutup kios/toko dan pedagang yang mengurangi pegawainya. Salah satu pedagang pakaian yang kami wawancarai mengatakan para pedagang di pasar tradisional Sangkumpul Bonang bisa kalah unggul karena belanja yang lebih efisien pada pasar online yang mengakibatkan sepi pembeli dan tentunya menyebabkan penurunan pendapatan pedagang tradisional di Sangkumpul Bonang. Karena dalam kenyataannya belanja di pasar online lebih mudah dan terjangkau apalagi bagi masyarakat yang rumahnya jauh dari pasar tradisional. Dalam pasar online barang yang dijual tidak jauh beda baik produk maupun harganya dengan pasar tradisional. Makanya pembeli memilih belanja online dengan merelakan ongkos kirim dibanding pergi langsung ke pasar tanpa harus menghabiskan waktu. dan banyak juga sekarang pedagang tradisional yang mulai mengikuti pasar online untuk meningkatkan pendapatannya.

Berdasarkan latar belakang masalah seperti yang telah diuraikan diatas dalam penelitian ini peneliti mengambil judul **“Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online.**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Setelah munculnya pasar online pendapatan pedagang di pasar tradisional terjadi penurunan karena sepi pembeli.
2. Pedagang di pasar tradisional masih kurang sosialisasi kesadaran tentang manfaat yang diperoleh dari bisnis online oleh Pemerintah ataupun anggota terkait tersebut.
3. Pedagang cenderung nyaman dengan sistem offline yang mana penjual bertemu langsung dengan pembelinya

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, dapat dilihat bahwa permasalahan dari topik penelitian sangat luas sehingga perlu adanya pembatasan masalah. Untuk itu batasan masalah pada penelitian ini hanya membahas tentang Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online di Pasar Sanggumpal Bonang, Padangsidempuan.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah terdapat perbedaan pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online.

### **E. Definisi Operasional**

Defenisi operasional adalah suatu atribut atau sifat kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. definisi operasional variabel adalah sebagai berikut :<sup>5</sup>

**Tabel I.2. Definisi Operasional Variabel**

No	Judul	Definisi	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
1.	Pasar online	Pasar online merupakan cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa melalui jaringan internet	a. Pentingnya pengetahuan tentang pasar online b. Pemahaman dasar pasar online	Ordinal
2.	Pendapatan	Pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, dan laba	a. Informasi tingkat pendapatan b. anggaran pendapatata	Ordinal

#### **F. Tujuan Penelitian**

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online di pasar tradisional Sangkumpal Bonang.

#### **G. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

##### 1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta sebagai pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan menerapkan teori yang penulis dapatkan didalam perkuliahan.

---

<sup>5</sup> Qomariyatus Sholihah, *Pengantar Metodologi Peneliiian* (Malang: UB Press, 2020), hlm. 2-3.

## 2. Bagi UIN SYAHADA Padangsidempuan

Penelitian diharapkan agar dapat menjadikan bahan referensi bacaan bagi Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan dan juga dapat membantu mahasiswa dalam meningkatkan pengetahuan dalam membaca.

## 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya yang dapat digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam menentukan pengambilan keputusan untuk mengatasi permasalahan dalam bauran pemasaran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kerangka Teori**

###### **a. Pasar**

###### **1) Pengertian Pasar**

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Dalam ilmu ekonomi pengertian pasar lebih luas daripada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli-barang/jasa. Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, seluruh kontak atau interaksi antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa.<sup>1</sup>

Masyarakat sebagai pelaku ekonomi merupakan faktor dominan yang turut mewarnai kegiatan pemasaran disuatu tempat atau daerah. Untuk itu pelaku bisnis yang terlibat langsung dalam suatu kegiatan pemasaran yang harus memperhatikan konsep penjualan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan konsumen dalam jangka panjang. Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting bagi masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat, pasar bukan

---

<sup>1</sup> Budi Takwa, *Dampak Pasra Modern Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional di Kota Masamba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara* (Lampung: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018), hlm. 10.

hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi sebagai tempat berintraksi. Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli. Atau pasar adalah daerah atau tempat (area) yang di dalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga. Menurut Philip Kotler, pasar adalah tempat bagi penjual dan pembeli melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>2</sup>

Dapat disimpulkan bahwa pasar adalah suatu tempat bertemunya para pedagang dan pembeli guna melakukan transaksi jual beli serta melakukan proses tawar menawar.

## 2) Jenis-jenis pasar

Menurut para ahli ekonomi, pasar dibedakan menjadi dua jenis utama yakni:<sup>3</sup>

- a) Pasar output (pasar barang/pasar produksi), merupakan tempat penjualan output barang dan jasa.
- b) Pasar input (pasar faktor produksi, merupakan tempat penjualan jasa faktor produksi)

---

<sup>2</sup> Alpisah, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Purwekerto Selatan: CV. Pena Persada, 2022), hlm. 158.

<sup>3</sup> L Ketut Jayastra dkk, “*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pasar Seni Sukawati Gianyar*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol 4 No. 02, 2015, hal. 55

Dalam hal ini pasar dijelaskan sebagai tempat para pembeli dan penjual melakukan interaksi dapat dibedakan dalam dua jenis yaitu:

- a) Pasar barang adalah tempat di mana para pembeli dan para penjual dari suatu barang atau jasa melakukan interaksi untuk menentukan jumlah dan harga barang atau jasa yang diperjualbelikan.
- b) Pasar faktor adalah tempat dimana pengusaha (pembeli faktor-faktor produksi) mengadakan interaksi dengan pemilik-pemilik faktor produksi untuk menentukan harga (pendapatan) dan jumlah faktor-faktor produksi

Dalam manajemennya, pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu:<sup>4</sup>

- a) Pasar Tradisional

pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan

---

<sup>4</sup> Sabrina Sabatiny dan Rita Martini, “*Perkembangan Pasar Tradisional dan keberadaan Pasar Modern di Kota Palembang*”, Jurnal Vol 7 No. 01, 2018, hal. 8

usaha, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar

b) Pasar Online

Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern, dimana barang-barangnya di perjualbelikan dengan harga pas dan layanan mandiri (swalayan). Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Ciri-ciri pasar modern yaitu: <sup>5</sup>

- a) Tidak terikat pada tempat tertentu, bisa dimana saja contoh byonline.
- b) Alat pembayaran bisa non tunai (transfer).
- c) Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung.
- d) Pada situasi tertentu seperti di supermarket harga tidak bisa menawar.
- e) Harga sudah tertera dan diberi barcode.

---

<sup>5</sup> Nel Ariyanti, "Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional", Jurnal manajemen dan Bisnis, Vol 13, No 01, Juni 2013, hal. 18

- f) Barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahan lama.
- g) Berada dalam bangunan dan pelayanan dilakukan sendiri atau swalayan.
- h) Ruangan ber-AC dan nyaman tidak terkena terik matahari.
- i) Tempat bersih.
- j) Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang.
- k) Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tidak ada tawar menawar lagi.

### 3) Fungsi pasar

Berdasarkan Keputusan Menteri Pekerjaan Umum No.378/KPTS/1987 tentang Pengesahan 33 Standar Konstruksi Bangunan Indonesia, fungsi pasar yang ada saat ini dapat diuraikan sebagai berikut:

#### a) Tempat pengumpulan hasil pertanian

Hasil-hasil pertanian seperti ketela, kol, kentang, beras, bawang dan sebagainya, penjualannya banyak terjadi di pasar. Proses jual beli di lokasi penghasil pertanian lebih banyak dilakukan oleh Pengumpul, kemudian dilakukan proses jual beli di pasar.

#### b) Tempat distribusi barang industri

Di samping hasil pertanian, barang-barang industri tertentu (kelontong dan alat rumah tangga) yaitu peralatan yang diperlukan sebagai pelengkap dapur dan kebutuhan sehari-hari, juga disediakan di pasar. Kualitas hasil industri yang dipasarkan juga tergantung pada tingkat pelayanan pasar.

c) Tempat menukar barang kebutuhan

sering kali terjadi proses jual beli tidak menggunakan alat tukar (uang) tetapi barang (barter). Proses ini sebagai akibat jual beli terjadi kontak langsung antara penjual dan pembeli, kuatnya faktor budaya atau kebiasaan dari penjual

d) Tempat jual beli barang dan jasa

Pasar sebagai fungsi ekonomis merupakan tempat jual beli barang dan jasa. Jasa di sini tidak selalu berupa barang, tetapi lebih merupakan tenaga keahlian atau pelayanan, misalnya tukang cukur, tukang parut dan pembawa barang dagangan.

e) Tempat informasi perdagangan

Pasar merupakan tempat informasi perdagangan, karena di dalam pasar terjadi proses perputaran jenis barang, uang dan jasa. Melalui informasi pasar dapat diketahui jumlah barang atau jenis barang yang beredar atau diperlukan, harga yang berlaku hingga pola distribusi barang.

#### 4) Peranan Pasar

Pasar terus berkembang perannya sebagai akibat berkembangnya fungsi pasar. Berdasarkan pada pengertian-pengertian mengenai pasar dan dengan berkembangnya ragam kegiatan yang terjadi, maka pasar pun mempunyai peranan yang beragam. Dalam Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 378/KPTS/1987 tentang Pengesahan 33 Standar Bangunan Indonesia, peranan pasar dijabarkan sebagai berikut:

##### a) Pasar sebagai tempat pemenuhan kebutuhan

Pasar menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari yaitu sandang dan pangan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa di dalam pasar dapat ditemukan kebutuhan pokok sehari-hari atau kebutuhan pada waktu-waktu tertentu.

##### b) Pasar sebagai tempat rekreasi

Pasar menyediakan beraneka ragam kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan untuk waktu yang akan datang. Barang-barang tersebut ditata dan disajikan sedemikian rupa sehingga menarik perhatian pengunjung. Orang-orang yang datang ke pasar kadang-kadang hanya sekedar berjalan-jalan sambil melihat-lihat barang dagangan untuk melepaskan ketegangan atau mengurangi kejenuhan.

##### c) Pasar sebagai sumber pendapatan daerah/kota

Kegiatan pasar akan mengakibatkan terjadinya perputaran uang. Dari besarnya penarikan retribusi akan menambah pendapatan daerah. Besarnya penarikan retribusi akan tergantung pada kondisi pasar, skala pelayanan dan pengelolaan pasar uang.

d) Pasar sebagai tempat pencaharian atau kesempatan kerja

Berdagang juga merupakan pelayanan jasa, sehingga dalam kegiatan pasar, tidak lagi sekedar tempat jual beli, tetapi juga tempat kerja.

e) Pasar sebagai tempat komunikasi sosial

Bentuk jual beli, antara pedagang dan pembeli terjadi dengan kontak langsung, sehingga dalam proses jual beli terjadi komunikasi, terjadi interaksi sosial. Pada pasar-pasar tradisional yang sifat kemasyarakatannya masih menampakkan sifat kerukunan, paguyuban, orang datang ke pasar, kadang-kadang hanya untuk mengobrol, mengikat kerukunan yang telah ada dan menyambung hubungan bathin. Paguyuban ini nampak akrab karena pembeli (pengunjung) yang datang tidak dibedakan status sosial atau profesi.

f) Pasar sebagai tempat studi latihan

Untuk mengetahui seluk beluk kondisi pasar dan perkembangan pasar, maka pasar dapat dipakai sebagai tempat studi dan pendidikan. Dari pasar dapat diketahui tingkat kebutuhan suatu daerah/kota, tingkat pendapatan, tingkat pelayanan, pola hubungan antar pasar dengan komponen pelayanan lain.

#### 5) Pengguna Pasar

Pengguna secara umum dapat dibedakan dua kelompok yaitu pembeli dan pedagang. Menurut Damsar pembeli dapat digolongkan menjadi:

- a) pengunjung, yaitu mereka yang datang ke pasar tanpa mempunyai tujuan untuk membeli suatu barang atau jasa. Mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya di pasar.
- b) Pembeli, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli .
- c) Pelanggan, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa dan mempunyai tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli.

Seseorang menjadi pembeli tetap dari seseorang penjual tidak terjadi secara kebetulan tetapi melalui proses interaksi sosial.<sup>6</sup>

#### **b. Pasar Tradisional**

Pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/DAG/PER/12/2008 dijelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Pasar tradisional ialah pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana, dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang tempat usaha sempit, sarana parkir yang kurang memadai, kurang menjaga kebersihan pasar, dan penerangan yang kurang baik). Barang-barang yang diperdagangkan adalah barang kebutuhan sehari-hari dengan mutu barang yang kurang diperhatikan, harga barang relatif murah, dan cara pembeliannya dengan sistem tawar menawar. Para pedagangnya sebagian besar adalah golongan ekonomi lemah dan cara berdagangnya kurang profesional.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Sughan Purwadinata dan Ridolof Wenan Batilmurik, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2020), hlm. 25.

<sup>7</sup> Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 98.

Pasar tradisional adalah tempat berjualan yang tradisional (turun temurun), tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana barang-barang yang diperjual belikan tergantung kepada permintaan pembeli (konsumen), harga yang ditetapkan merupakan harga yang disepakati melalui suatu proses tawar menawar, pedagang selaku produsen menawarkan harga sedikit diatas harga standar. Pada umumnya pasar tradisional merupakan tempat penjualan bahan-bahan kebutuhan pokok (sembako). Biasanya pasar tradisional beraktifitas dalam batas-batas waktu tertentu, seperti pasar pagi, pasar sore, pasar pekan dan lain sebagainya. Pada pasar tradisional proses jual beli terjadi secara manusiawi dan komunikasi dengan nilai-nilai kekeluargaan yang tinggi.<sup>8</sup>

Umumnya pasar tradisional tersebut terdapat di pinggiran perkotaan/jalan atau lingkungan perumahan. Pasar tradisional di antaranya yaitu toko/warung rumah tangga, warung kios, pedagang kaki lima dan sebagainya. Barang yang dijual disini hampir sama seperti barang-barang yang di jual di pasar modern dengan variasi jenis yang beragam. Tetapi pasar tradisional cenderung menjual barang-barang lokal saja dan jarang ditemui barang impor. Karena barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun mempunyai kualitas yang relatif sama terjaminnya dengan barang-barang di pasar

---

<sup>8</sup> Itijabatul Aliyah, *Pasar Tradisional* (Bogor: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 3.

modern. Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu, harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih repot karena harus mengganti-ganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada di pasar.

**c. Struktur Pasar**

Struktur pasar adalah suatu variabel yang menunjukkan karakteristik dan kondisi suatu pasar seperti jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar seperti pasar modern maupun pasar online.

Struktur Pasar memiliki pengertian penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri. Pada analisa ekonomi dibedakan menjadi pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna (yang meliputi monopoli, oligopoli, monopolistik dan monopsoni).

Adapun manfaat pasar tradisional yang dapat kita dapatkan ketika berbelanja adalah :

1. Pasar tradisional buka lebih awal daripada tempat belanja lainnya aktifitasnya cukup unik. Ketika masih banyak tempat belanja lain yang masih tutup atau belum buka, pasar tradisional dibuka lebih awal. Biasanya pedagang pasar tradisional telah membuka warung mereka dari fajar. Kegiatan ini memudahkan pembeli yang ingin mencari bahan masakan atau bahan untuk dikulak. Seperti penjual bahan makanan yang membeli barang dagangan ke pasar tradisional sebelum matahari terbit dan setelah itu ia akan menjual barang dagangannya. Selain itu, pemilik tempat makan yang membutuhkan bahan untuk memasak lebih memilih pasar tradisional sebagai tempat yang tepat untuk berbelanja.

2. Harga jauh lebih murah.

Tidak hanya menguntungkan dari segi waktu ketika kita membutuhkannya. Tetapi juga tentang harga pasar tradisional sendiri, menyediakan barang dagangan dengan harga murah dibandingkan dengan tempat belanja lainnya.

3. Bisa menawar

Harga murah oleh penjual tetapi masih bisa dikurangi untuk lebih murah atau ditawar.

4. Bisa lebih akrab dengan penjual

Proses tawar-menawar dan transaksi di pasar tradisional membuat kita akrab dan dikenal oleh penjual dan sebaliknya.

5. Berbelanja di pasar tradisional berarti meningkatkan ekonomi rakyat kecil dan mencintai produsen lokal. Pasar tradisional dipenuhi dengan pedagang kecil. Karena banyaknya supermarket yang merajalela, terutama di kota-kota besar.<sup>9</sup>

#### **d. Pasar Online/*Online Shop***

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>10</sup> Disamping itu juga jual beli online yang dilakukan juga mempermudah pelaku usaha untuk melakukan aktifitas bisnisnya terutama dalam promosi produk, penawaran produk, jual beli produk hal ini menjadi pilihan sebagian pebisnis karena lebih menghemat biaya tidak perlu promosi atau

---

<sup>9</sup> Angkasawati dan Devi Milasari, “*Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec.Boyolangu Tulungagung*”, Vol. 14 No. 1, *Jurna Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, (2021), 173

<sup>10</sup> Shidiq Al Hakim, *Jualan Tanpa Modal* (Jakarta: PT. Gramedia, 2011), hlm. 9.

mengiklankan produknya di media masa seperti televisi secara besar-besaran sehingga biaya iklan dapat ditekan, hal inilah yang dianggap efektif dan efisien dalam menjalankan bisnis melalui *Online Shop* pelaku bisnis juga tidak memerlukan banyak karyawan untuk mengelolanya.

Pengetahuan teknologi internet sangat berpengaruh terhadap hasil yang diharapkan pengguna dalam bertransaksi melalui website. Hasil yang diharapkan (*outcome expectation*) dapat memperkirakan sebuah tingkah laku yang akan menghasilkan sesuatu. Oliver dan Shapiro 1993 “ menyatakan bahwa semakin kuat pengetahuan teknologi yang dimiliki seorang pembeli, semakin besar penggunaan teknologi digital dalam konteks ini penggunaan teknologi internet berhubungan secara positif terhadap hasil dari penggunaan internet seperti belanja Online (*Online Shopping*).

Bisnis online juga ada kekurangan /kelemahannya misalnya: karena bertransaksi melalui elektronik atau lebih dikenal dengan anjungan tunai mandiri (ATM), atau bahkan melalui e-banking tentu saja harus waspada karena jika salah akan menjadi fatal misalnya bukti transaksi yang kurang valid atau tidak jelas, bisa juga website yang mengatasnamakan *Online Shop* alias website palsu, tanpa kita sadari kita telah bertransaksi dengan Online Shop gadungan karena memang transaksi Online rawan akan penyimpangan dan tindak penipuan, apalagi pembeli dan penjual tidak saling mengenal. *Online*

*Shop* sangat beresiko karena hal ini dilakukan atas dasar saling percaya tanpa adanya landasan hukum yang kuat yang melindungi si penjual dan konsumen. Keamanan transaksi memang sangat dibutuhkan oleh konsumen hal ini supaya terhindar dari aksi penipuan yang marak di Indonesia akhir-akhir ini, namun terlepas dari kelebihan dan kekurangan tersebut bisnis online semakin berkembang pesat tentu dengan segala resikonya, terlepas dari semua itu adalah dengan maju kembangnya bisnis Online tentu saja dapat mempengaruhi jual beli di pasar tradisional, hal ini dikarenakan konsumen yang semula berbelanja di pasar tradisional sebagian besar telah beralih berbelanja melalui online Shop contohnya pedagang baju di pasar tradisional mulai sepi pembeli bahkan ada yang gulung tikar dikarenakan konsumen mereka beralih mengikuti trends dengan berbelanja melalui *Online Shop*. Jika hal ini terus-menerus dibiarkan maka bisnis Online akan berdampak luas terhadap pasar tradisional. Pemerintah atau pemangku kepentingan harus memperhatikan hal ini misalkan membuat kebijakan atau payung hukum sehingga pelaku bisnis Online dan pasar tradisional mendapatkan jaminan/payung hukum dari pemerintah. Misalkan dengan meninjau kembali undang-undang mengenai persaingan usaha yaitu undangundang no.5 tahun 1999 tentang monopol dan persaingan usaha tidak sehat atau undang-

undang ITE no.19 tahun 2016 tentang transaksi elektronik pasal 28 ayat 1 undang-undang ITE.<sup>11</sup>

1. Macam-macam pasar online diantaranya:

- a) *Business to Business E-Commerce (B2B E-Commerce)*, bentuk transaksi perdagangan ini melalui internet, yang dilakukan oleh dua perusahaan atau beberapa perusahaan.
- b) *Business to consumer (B2C E-Commerce)*, yang merupakan transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang konsumsi dengan konsumen (*end user*).<sup>12</sup>

2. Keunggulan Pasar online yaitu:

Anastasia Diana secara lebih rinci menyebutkan manfaat transaksi on-line (*E-Commerce*) bagi organisasi, perdagangan dan perusahaan, bagi konsumen dan manfaat bagi masyarakat luas, sebagai berikut :

- a) Bagi organisasi, pedagang dan perusahaan
  - 1) Memperluas pasar hingga mencakup pasar nasional dan pasar global, sehingga perusahaan bisa menjangkau lebih banyak pelanggan, memilih pemasok terbaik, dan menjalin relasi dengan mitra bisnis yang dinilai paling cocok.

---

<sup>11</sup> Fanny Ramadhani, "Pemanfaatan Aplikasi Online dalam Digitalisasi Pasar Tradisional di Medan," *Jurnal Seminar Kewirausahaan 2* (2021): hlm. 2.

<sup>12</sup> Fathul Husnan dan Java Creativity, *Buku Pintar Bisnis Online* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), hlm. 183-185.

- 2) Menekan biaya menyusun, memproses, menyimpan dan mengakses informasi berbasis kertas.
  - 3) Memungkinkan perusahaan mewujudkan bisnis yang terspesialisasi
  - 4) Menekan waktu antara pembayaran dan penerimaan produk/jasa.
  - 5) Meningkatkan biaya telekomunikasi
  - 6) Meningkatkan produktivitas karyawan melalui rekayasa ulang proses bisnis
- b) Bagi Konsumen
- 1) Memungkinkan konsumen berbelanja atau melakukan transaksi lainnya setiap saat (24 jam sehari) dan dari hampir semua lokus.
  - 2) Memberikan pilihan produk dan pemasukan yang lebih banyak kepada pelanggan.
  - 3) Memungkinkan konsumen dalam mendapatkan barang dan jasa lebih murah, karena konsumen bisa berbelanja di banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
  - 4) Memungkinkan pelanggan bisa berpartisipasi dalam lelang virtual.
  - 5) Mempasilitasi kompetisi yang mengarah pada diskon substansial bagi pelanggan.

6) Memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan pelanggan lainnya dalam electronic communities dan saling bertukar gagasan serta pengalaman.

c) Bagi Masyarakat Luas

1) Memungkinkan orang lebih banyak bekerja di rumah dan jarang bepergian untuk berbelanja, sehingga kemacetan dan polusi bisa berkurang.

2) Memungkinkan beberapa jenis barang dijual dengan harga lebih murah, sehingga bisa terjangkau oleh orang-orang yang kurang mampu.

3) Kemungkinan masyarakat di negara yang berkembang dan kawasan pedalaman menikmati produk barang dan jasa yang relatif langka di tempat tinggalnya, termasuk di dalam belajar jarak jauh lewat *E-University*.

4) Mempasilitasi penyampaian jasa publik, seperti pelayanan kesehatan, pendidikan dan distribusi layanan sosial pemerintah secara lebih murah dan berkualitas.<sup>13</sup>

3. Kekurangan pasar online yaitu:

a) Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan. Seorang penipu yang berasal dari dalam ataupun dari luar, yang mentransfer sejumlah uang dari

---

<sup>13</sup> Fadilah dan Vega Anismadiyah, "Dampak Pembelian Online Terhadap Omzet Penjualan Busana Wanita di Blok b Lantai LG Los A-D, Pasar Tanah Abang," *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management, and Business* 2, no. 4 (Oktober 2019): hlm. 4.

rekening yang satu ke rekening yang lainnya, atau dia telah menghancurkan/mengganti semua data *financial* yang ada.

- b) Pencurian informasi rahasia yang berharga.
- c) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Bergantung pada pelayanan elektronik dapat mengakibatkan gangguan selama periode waktu yang tidak dapat diperkirakan. Kesalahan ini bersifat kesalahan nonteknis, seperti aliran listrik tiba-tiba padam, atau jenis-jenis gangguan yang tak terduga lainnya.
- d) Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Pihak luar mendapatkan akses yang sebenarnya bukan menjadi haknya dan menggunakan hal itu untuk kepentingan pribadi. Misalnya, seorang hacker yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan. Setelah itu, dengan seenaknya sendiri dia memindahkan sejumlah rekening orang lain ke dalam rekeningnya sendiri.
- e) Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Kepercayaan konsumen terhadap sebuah perusahaan/ lembaga/ institusi tertentu, dapat hilang karena berbagai macam faktor, seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut, dan juga bisa berupa kesalahan-kesalahan fatal yang dilakukan

oleh perusahaan itu, yang mengakibatkan kepercayaan konsumen berkurang.

- f) Kerugian-kerugian yang tidak terduga. Gangguan terhadap transaksi bisnis, yang disebabkan oleh gangguan dari luar yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktik bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, kesalahan system elektronik, mengakibatkan kerugian.<sup>14</sup>

#### e. Definisi Pasar Online Dalam Perspektif Islam

Menurut Islam berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak menyalahi Syariat Islam dan tidak terdapat didalamnya unsur-unsur riba, kezaliman, monopoli, dan penipuan. berikut beberapa dalil tentang Jual beli dalam Islam:

##### 1. Pasar online dalam dalil Al-Qur'an

Qur'an Surat An-Nisā' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.<sup>15</sup>

Ayat diatas menerangkan bahwa kita dilarang untuk mengambil hak orang lain dengan cara yang dilarang oleh syariat

<sup>14</sup> Dewi Riswandi, "Transaksi Online ( E-Commerce):Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Econotica* 1, no. 1 (Mei 2019): hlm. 4-5.

<sup>15</sup> QS, *An-Nisā'* (4): 29.

atau dengan cara yang bathil. terkecuali kita melakukan transaksi perdagangan yang berlaku dengan kesukarelaan atau keridhoan keduanya.

## 2. Pasar online dalam Hadist

Hadist Abu Said al-Khudri

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَلَا يَصْرِفُهُ إِلَى غَيْرِهِ

Artinya: Dari Abu Said al-Khudri ra., Rasulullah saw. bersabda: Siapa yang melakukan jual beli inden, maka jangan dipalingkan menjualnya kepada orang lain.

Hadist diatas menjelaskan jual beli online sering terjadi pihak penjual belum menerima barang yang diperjualbelikan. maka dalam hal ini ditemukan larangan dari rosulullah tapi jika pihak penjual dapat memberi jaminan terhadap apa yang ia jual tidak menjadi masalah.

### f. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah total yang dihasilkan oleh penjualan barang atau jasa yang terkait dengan operasional utama perusahaan. Pendapatan merupakan total penerimaan berupa uang maupun bukan uang oleh seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Dalam bentuk bukan uang yang diterima oleh seseorang misalnya, berupa barang, jasa, tunjangan beras, dan sebagainya. Penerimaan

yang diterima tersebut berasal dari penjualan barang dan jasa yang dihasilkan dalam kegiatan usaha.<sup>16</sup>

Pendapatan adalah suatu penambahan asset yang mengakibatkan bertambahnya owners equity, tetapi bukan karena penambahan modal baru dari pemiliknya dan bukan pula merupakan penambahan asset yang disebabkan karena bertambahnya liabilities. Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan perusahaan.<sup>17</sup>

Pendapatan juga bisa diartikan sebagai pendapatan bersih seseorang baik berupa uang atau natura. Secara umum pendapatan dapat digolongkan menjadi 3, diantaranya sebagai berikut:

1. Gaji dan Upah

Suatu Imbalan yang diperoleh seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan untuk orang lain, perusahaan swasta atau pemerintah.

2. Pendapatan dari kekayaan

Pendapatan dari usaha sendiri. Merupakan nilai total produksi dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan baik dalam

---

<sup>16</sup> Ridwan, *Tingkat Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalin Kerukunan Umat Beragama* (Jakarta: Azka Pustaka, 2021), hlm. 19.

<sup>17</sup> Iskandar, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin di Kota Langsa," *Jurnal Samudera Ekonomika* Vol 1, no. 2 : hlm. 28.

bentuk uang atau lainnya, tenaga kerja keluarga dan nilai sewa kapital untuk sendiri tidak diperhitungkan.

### 3. Pendapatan dari sumber lain

Pendapata yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga antara lain penerimaan dari pemerintah, asuransi pengangguran, penyewa aset, bunga bank serta sumbangan dalam bentuk lain. Tingkat pendapatan (*income level*) adalah tingkat hidup yang dapat dinikmati oleh seorang individu atau kelyarga yang didasarkan atas penghasilan mereka atau sumber-sumber pendapatan lain.

Menurut Artianto dalam penelitiannya bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan yaitu:

- a. Modal, yang merupakan barang hasil produksi tahan lama yang pada gilrannya digunakan sebagai input produktif untuk produksi lebih lanjut.
- b. Lama usaha, mrupakan usia dari berdirinya usaha pedagang tersebut.
- c. Jumlah tenaga kerja, yaitu tenaga kerja yang bekerja pada usaha, baik itu milik sendiri maupun orang lain.
- d. Tingkat pendiidkan, yaitu tingkat pendidikan yang dimiliki seeorang diduga akan mempengaruhi pendapatan yang diterimanya dalam bekerja.

- e. Lokasi, yaitu lokasi usaha merupakan sesuatu yang sangat vital, karena disitulah tempat dia menggantungkan hidupnya.<sup>18</sup>

### g. Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pendapatan dalam Islam merupakan penyaluran harta yang ada, baik dimiliki oleh pribadi atau umum (publik) kepada pihak berhak menerima, dan umum meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sesuai dengan peraturan yang ada dalam Syari'at Islam. Berikut ayat ataupun dalil dalam tentang pendapatan

QS. An Nahl ayat 114:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang Telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu Hanya kepada-Nya saja menyembah.

Ayat diatas menerangkan bahwa makanan yang dikonsumsi seorang muslim hendaklah memenuhi dua kriteria, yaitu Halal dan Tayyib (baik)

## B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, peneliti melampirkan peneliti terdahulu yaitu sebagai berikut:

---

<sup>18</sup> Nurlaila Hanum, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang," no. 1 (2017): hlm. 76.

**Tabel II.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dian Sukma Dewi (2019)	Dampak Keberada Pasar Modern Terhadap Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)	Kehadiran pasar modern telah memberikan dampak terhadap pasar tradisional. Dampak keberadaan pasar modern terhadap para pedagang pasar tradisional Punggur adalah penurunan pendapatan sebesar 36,6% hal ini dapat dibuktikan dari pendapat-pendapat pedagang pasar tradisional 576 unit toko. pasar modern menjadi yang berdekatan dengan pasar tradisional telah menarik konsumen untuk belanja di pusat pembelanjaan ini, sehingga telah membuat eksistensi dan keberadaan pasar tradisional menjadi kurang diminati. <sup>19</sup>
2.	Wardah NST (2021)	Dampak Bisnis <i>Fashion Online</i> Terhadap Tingkat pendapatan Pedagang di Pasar Petisah Medan	Dampak bisnis <i>fashion online</i> terhadap pendapatan pedagang di pasar Petisah Medan. keputusannya adalah bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya Bisnis <i>Fashion Online</i> berdampak terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar Petisah Medan. Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier sederhana pada uji tingkat pendapatan pedagang. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien arah regresi

<sup>19</sup> Dian Sukma Dewi, *Dampak Keberada Pasar Modern Terhadap Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)* (Lampung: Skripsi Institut Agama Islam Neger, 2018).

			positif yaitu sebesar 0,364 dan signifikan $p=0,001<0,005$ .
3.	Budi Takwa (2019)	Dampak Pasar Modern Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional di Kota Masamba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara (Studi Kasus Pada Alifmart Pasar Sentral Masamba)	Dampak keberadaan pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di Masamba Kec. Luwu Utara dengan adanya pasar modern dapat menurunkan pendapatan pedagang pasar tradisional khususnya penjual barang campuran, tas, dan pakaian, karena fasilitas yang diberikan pasar modern dapat membuat konsumen lebih nyaman, serta kualitas barang yang terjamin.
4.	Muhammad Imron (2015)	Pengaruh pasar modern terhadap pendapat pedagang pasar tradisional (Studi kasus pasar tradisional Andi Tadda kota palopo)	Pengaruh yang dirasakan antara pasar modern dan pasar tradisional dimana pasar tradisional harus tersingkirkan dengan kehadiran pasar modern yang mampu menghadirkan kebutuhan konsumen dengan fasilitas yang lebih baik dan harga yang lebih murah.
5.	Nahdliyu Izza (2010)	Pengaruh pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional (Studi pengaruh Ambarukmo Plaza terhadap perekonomian pedagang pasar desa Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta)	Bagi pedagang ada yang merasakan adanya Ambarukmo Plaza yang membuat pendapatannya menurun karena konsumen pada pergi ke plaza karena sistem dan pelayannya baik dan aman.

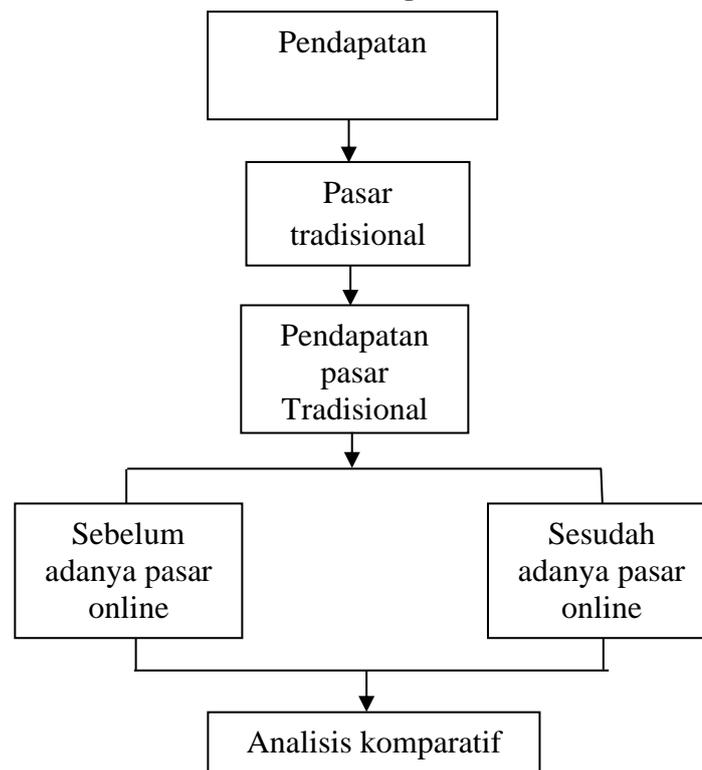
Berdasarkan penelitian paling relevan diatas dapat diketahui terdapat persamaan dan perbedaan dengan peneliti yang akan dilakukan adapun perbedaan dan persamaannya adalah:

1. Persamaan penelitian Dian Sukma Dewi dengan penelitian yang dilakukan sekarang yaitu sama-sama mengambil objek penelitian di pasar tradisional sedangkan perbedaannya yaitu di metode penelitiannya dimana penelitian sekarang menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti Dian Sukma Dewi menggunakan metode Kualitatif
2. Persamaan peneliti Wardah NST dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan perbedaannya yaitu lokasi penelitian yang dilakukan
3. Persamaan peneliti Budi Takwa dengan penelitian sekarang yaitu menjadikan pasar tradisional sebagai lokasi penelitian sedangkan perbedaannya di metode penelitian dimana Budi menggunakan metode kualitatif dan peneliti sekarang menggunakan metode kuantitatif
4. Persamaan peneliti Muhammad Imron dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan perbedaannya pada subjek penelitiannya
5. Persamaan peneliti Nahdliyyul Izza dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama menjadikan pasar tradisional sebagai objek penelitiannya sedangkan perbedaannya yaitu peneliti Nahdliyyul menggunakan metode kualitatif sedangkan peneliti sekarang menggunakan metode kuantitatif.

### **C. Kerangka Pikir**

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan hubungan dari variabel independen, untuk mengetahui secara persial dan simultan variabel bebas yaitu pengetahuan tentang pasar online apakah ada hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu pendapatan.

**Gambar II. 2 Kerangka Pikir**



Berdasarkan gambar diatas menjelaskan adanya perbandingan pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah-masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan melalui pengumpulan data. Berdasarkan teori dan konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Diduga terdapat perbedaan pendapatan pedagang tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online.

H<sub>0</sub>: Diduga tidak terdapat perbedaan pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Lokasi penelitian ini adalah di Pasar Raya Sangkumpal Bonang, Padangsidimpuan. Dilaksanakan mulai dari bulan Mei sampai Agustus 2023.

#### **B. Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Seperti namanya, penelitian kuantitatif penelitian kuantitatif dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi data, dan penyajian hasil.<sup>1</sup>

#### **C. Sumber Data**

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, digunakan data sebagai berikut :

##### 1. Data primer

Data yang diperoleh peneliti dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil dokumentasi. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari pelaksanaan wawancara dan dokumentasi yakni tentang

---

<sup>1</sup> Adhi Kusumastuti dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), hlm. 4.

bagaimana dampak pasar online terhadap pasar tradisional di pasar Sangkumpal Bonang, Padangsidempuan.<sup>2</sup>

## 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada atau diperoleh dari perpustakaan dan jurnal-jurnal penelitian terdahulu. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari perpustakaan dan jurnal penelitian terdahulu.<sup>3</sup>

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari objek atau suatu objek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan, dipelajari, dan disimpulkan peneliti. Populasi bukan juga sekedar yang ada pada objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki suatu objek. Adapun yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah para<sup>4</sup> pedagang di pasar tradisional Sangkumpal Bonang, Padangsidempuan yang berjumlah 482 orang.

---

<sup>2</sup> “Jurnal Mahasiswa Volume 1, Nopember 2021” 1 (2021): hlm. 178.

<sup>3</sup> Jose Beno, dkk, “Dampak Pandemi Covid 19 Pada Kegiatan Ekspor Impor,” *Jurnal Sainstek Maritim* Volume 22, no. 2 (Maret 2022): 121.

<sup>4</sup> Ketutu Swarjana, *Populasi-SampeL, Teknik Sampling dan Bias Dalam Penelitian* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2022), hlm. 4.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang sesungguhnya yang akan menjadi objek penelitian.<sup>5</sup> Sampel juga dapat diartikan sebagai individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian supaya lebih objektif istilah dari keseluruhan individu penelitian sebaiknya diganti istilah subyek atau obyek. Sampel yaitu sampel yang memiliki populasi atau representative artinya yang menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal. yang mana dasar dari pertimbangan tersebut ditentukan tersendiri oleh peneliti.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Teknik simple random sampling yang merupakan prosedur pengambilan sampel yang paling sederhana yang dilakukan secara fair, artinya setiap mempunyai kesempatan yang sama untuk dapat dipilih.<sup>6</sup> Cara pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu apabila subyek kurang dari 100 lebih baik sampel diambil setengah dari jumlah populasi dan jika subyek lebih dari 100 maka lebih baik diambil antara 10%-15% atau 20%-25% dari jumlah populasi. Pada penelitian ini akan

---

<sup>5</sup> Ketutu Swarjana, hlm. 178.

<sup>6</sup> Bagus Sumargo, *Teknik Sampling* (Jawa Timur: Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), 2020), hlm. 19-20.

diambil sampel 25% dari jumlah populasi yang ada yaitu berjumlah 120 pedagang.<sup>7</sup>

## **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen merupakan alat bantu bagi peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data atau informasi dari responden.

Ummnya cara pengumpulan data menggunakan teknik seperti:

### **1. Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja ataupun peristiwa yang terjadi, untuk merekam fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan langsung pada Pasar Raya Sankgumpal Bonang yang beralamatkan di wek II, Kecamatan Padangsidimpuan utara, Kota Padangsidimpuan.

### **2. Wawancara**

Wawancara merupakan sebuah percakapan dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek untuk dijawab. Dalam penelitian ini wawancara ditujukan kepada pedagang di pasar batugana. Wawancara ini merupakan

---

<sup>7</sup> Suharsini Arikunto, *Proedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2020), hlm. 119.

salah satu usaha pengumpulan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan dengan lisan. Wawancara ini juga akan dijadikan sebagai rujukan dalam penyusunan kuesioner ataupun hasil akhir.

### 3. Kueioner/Angket

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah disusun. Data yang diambil merupakan data primer. kuesioner diharapkan dapat dikembalikan kepada peneliti, dalam waktu yang ditentukan. Instrumen dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner atau angket yang berisi peranyaan untuk memperoleh informasi dari variabel yang diteliti. Angket yang digunakna bersifat tertutup, karena responden hanya memilih jawaban dalam bentuk ceklist.

### 4. Dokumentasi

Penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Peneliti teknik dokumentasi pada pengumpulan data dengan alasan bahwa dokumen, data yang diperlukan akan lebih mudah didapat dari tempat penelitian dan informasi melalui wawancara akan lebih nyata dibuktikan dalam bentuk dokumen. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian dokumentasi pada para pedagang yang mengambil data tentang visi dan misi para pedagang, serta data lainnya yang dapat menunjang dalam penelitian.

## F. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan data yang diperoleh dalam bentuk analisis kuantitatif. Adapun Teknik analisis data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu metode alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data yang valid. Jika ada kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sebenarnya dari objek penelitian, maka hasil penelitian dikatakan valid.<sup>8</sup> Uji validitas dilakukan dengan membandingkan  $r$  hitung (*nilai pearson correlation*) dengan  $r$  table (dapat dari table  $r$ ). Jika nilai positif dari  $r$  hitung  $< r$  table, maka dapat dinyatakan valid jika  $r$  hitung  $> r$  table, maka dapat dinyatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat keandalan data yang diperoleh untuk diteliti. Suatu variabel dikatakan *reliable* apabila memiliki koefisien keandalan atau  $\alpha > 0,60$  dan nilai *Cronbach Alpha* positif

---

<sup>8</sup> Solikhah Dan Amyati, *BIOSTATISTIK: Sebuah Aplikasi SPSS Dalam Bidang Kesehatan* (Yogyakarta: Solikhah Dan Amyati, 2022), hlm. 174.

Untuk menentukan instrument itu reliabel atau tidak, maka digunakan ketentuan:

- 1) Jika Alfa Cronbach  $> 0,60$  berarti variabel penelitian ini reliable.
- 2) Jika Alfa Cronbach  $< 0,60$  berarti variabel penelitian tidak reliable.

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, likert, interval, maupun rasio. Dan penelitian ini digunakan uji one sample kolmogrov-smirnov yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui kenormalan distribusi beberapa data. Kriteria pengujian kolmogrov-smirnov yaitu:

Jika Sig  $> 0,10$  maka data berdistribusi normal

Jika Sig  $< 0,10$  maka data tidak berdistribusi secara normal.

## 3. Uji Homogenitas

Uji Homogenitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya varians populasi apakah sama atau tidak. Pengujian ini Dilakukan sebagai persyaratan untuk analisis independent sample t-test dan analisis varian (Anova). Uji Homogenitas dapat dilakukan bila

dataset berdistribusi normal. Untuk membuktikannya, dilakukan uji Homogenitas.<sup>9</sup>

#### 4. Teknik Analisis Komparatif

Adapaun analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis komparatif. Analisis komparatif adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui perbedaan antara dua variable (data) atau lebih. Dalam hal ni peneliti berusaha menjelaskan data shingga memberikan gambaran yang jelas mengenai perbedaan pendapata pedagang tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online dengan menggunakan penelitian kuantitatif.

**Gambar III.1 Analisis Komparatif**

Jenis Data	Bentuk Komparatif			
	Dua Sampel		Lebih dari dua sampel	
	Korelasi	Independen	Korelasi	Independen
Nominal	McNeme	Fixer Exast	Chi Square	Chi Square
	Uji-t	Chi Square	Cochram Q	
Ordinal	Uji –t	Median Test	Friedman	Median Exstension
	Wilcoxon Matched Pairs	Mann-whitney U Test	Two way anova	Kruskal Walls one way anova
Interval/rasio	t-test paired	t-test independen	One way anova Two way anova	One way anova Two way anova

Untuk sampel data ordinal analisis komparatif yang diguakan adalah Uji-t dan *Wilcoxon Matched Pairs*. Uji ini digunaka untuk

<sup>9</sup> Fajar Susilowati, *Pengujian Statistik dengan SPSS* (Jawa Tengah: Pustaka Rumah Cinta, 2020), hlm. 143.

mengetahui ada tidaknya perbedaan pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online.

Untuk mengetahui valid atau tidak validnya kuesioner yang disiapkan, maka perlu menggunakan SPSS (*Statistical Product And Service Solution*). Uji Validitas ini menggunakan uji-t atau uji dependen t-test yang dilakukan apabila data berdistribusi normal dan data merupakan data yang berpasangan. Uji ini bertujuan untuk menguji perbedaan mean antara dua kelompok data dependen (subjek sama diukur dua kali). Uji paired t-test dilakukan apabila telah melakukan uji normalitas data terlebih dahulu, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, sehingga dapat ditentukan akan menggunakan uji parametrik atau nonparametrik. Apabila sudah dilakukan uji normalitas data, dan datanya berdistribusi normal, maka dapat dilakukan uji paired t-test (dependen t-test).<sup>10</sup>

##### 5. Uji *Wilcoxon Matched Pairs*

*Wilcoxon Matched Pairs* adalah uji nonparametrik Statistik yang digunakan untuk menentukan perbedaan antara dua sampel terkait. Metode pengujian ini pertama kali diperkenalkan dalam laporan penelitian yang ditulis oleh Frank Wilcoxon Pada tahun 1945.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm .100-101.

<sup>11</sup> Sofiyetti, dkk, *Bunga Rampai Statistik Kesehatan* (Purwekerto: Pena Persada Kerta Utama, 2023), hlm. 109.

## 6. Uji T

Uji T merupakan uji statistika untuk mencari perbedaan rata-rata dari populasi yang diwakili oleh sampel. Pada uji t untuk dua sampel independen, dua rata-rata sampel dengan notasi  $Y_1$  dan  $Y_w$  digunakan untuk menghitung dan mewakili nilai dari rata-rata populasi. Apabila Hasil penelitian menunjukkan adanya signifikan pada data, ini berarti kesimpulan penelitian adalah terdapat perbedaan rata-rata pada kedua sampel.

Sebelum menggunakan uji t sebagai uji hipotesis data, harus memenuhi asumsi sebagai berikut:

1. Sampel di dalam penelitian dipilih secara random
2. Distribusi data harus normal. Untuk mengetahui kenormalan data, diuji dengan menggunakan uji normalitas.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Fajri Ismail, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 368.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Sangkumpal Bonang Kota Padangsidempuan**

Pelaksanaan ini berlokasi di Pasar Sangkumpal Bonang yang terletak di kota Padangsidempuan. Sekitar tahun 1700 an kota padangsidempuan yang sekarang adalah lokasi dusun kecil yang disebut "Padang na Dimpu" oleh para pedagang sebagai tempat peristirahatan yang artinya suatu daratan di ketinggian yang ditumbuhi ilalang yang berlokasi di kampung bukit kelurahan Wek ii dipinggiran Sungai Sangkumpal Bonang pada tahun 1825 oleh Tuanku lelo salah satu seorang pengiriman pasukan kaum Padri dibangun benteng Padangsidempuan yang lkasinya ditentukan oleh Tuanku Tambusai yang dipilih karena cukup startegi ditinjau dari sisi pertahanan karena dikelilingi oleh sungai yang berjuang. Sejalan dengan perkembangan benteng Padangsidempuan, maka aktivitas perdagangan berkembang di Sitamiang yang sekarang termasuk perdagangan budak disebut Hatoban. Untuk setiap transaksi perdagangan Tuanku lelo mengutip bea 10% dari nilai harga barang. Melalui Traktat Hamdan tanggal 17 Maret 1824 kekuasaan Inggris di Sumatera diserahkan kepda Belanda, termasuk RECCIDECY TAPPANOOLI yang dibentuk oleh inggris tahun 1771. Setelah menumpas gerakan Padri tahun 1830, Belanda membentuk District (setinggi kewedanan) Mandailing, District angkola dan District Teluk Tapanuli dibawah kekuasaan GOVERNMENT SUMATRAS WES KUST berdujukan

di Padang. Dan pada tahun 1838 dibentuk dan asisten Residennya berkedudukan di Padangsidempuan. Setelah terbentuknya Resiency Tapanuli melalui Besluit Gubernur Jendral tanggal 17 Desember 1842. Antara tahun 1885 sampai 1906 Padangsidempuan pernah menjadi Ibukota Residen Tapanuli. Pada masa awal kemerdekaan Kota Padangsidempuan adalah merupakan Pusat pemerintah dari lembah besar Tapanuli Selatan dan pernah menjadi Ibukota Angkola Sipirok sampai bergabung kembali Kabupaten Mandailing Natal. Melalui aspirasi masyarakat dan pemerintah No. 32 tahun 1992 dan melalui rekomendasi DPRD Tapanuli Selatan dan Kota Administratif Padangsidempuan diusulkan menjadi kota Madya tingkat. II bersamaan dengan pembentukan Kabupaten daerah tingkat II Mandailing Natal, Angkola Sipirok dan Kabupaten Padang Lawas. Maka diusulkan pembentukan Kota Padangsidempuan yang menghasilkan diterbitkan UU No. 4 tahun 2001 tentang pembentukan Kota Padangsidempuan. Pada tanggal 17 Oktober 2001 oleh Mendagri atas nama Presiden RI diresmikan Padangsidempuan menjadi kota dan berjalannya pemerintah tingkat II yang baru dibentuk pada tahun 2003 dimulailah dibangun Pasar Raya Sangkumpal Bonang yang dikutip dari nama aek Sangkumpal Bonang yang mengalir melalui jalan Sitombol sekarang dan berakhir keungai Batang Ayumi.

Pasar Sangkumpal Bonang berdiri pada tahun 1890 yang menjadi cikal bakal pasar kota Padangsidempuan pada masa kini, pasra ini diduga berada di pinggir sungai ayumi yang lokasinya dibelakang Kantor

Pengadilan yang sekarang dengan kata lain Kampong yang dulunya di tahun 1870nberkembang menjadi kota kecil seiring dengan tumbuhnya pasar. Pasar yang dulunya berada dipinggir sungai Batang Ayumi berlokasi ke pinggir Aek Sangkumpal Bonang tempata dimana pasar lama (Pasar Pajak Batu yang sekarang). Tampilan Pasar Pajak Batu atau Pasar Padangsidimpuan pada tahun 1923 masih tampak sangat bersahaja. Pada tahun 1925 pasra lama terbakar yang menghanguskan seluruh bangunan pasar. Pasar lama yang terbakar dibangun kembali. Tampilan pasar lama ini pada tahun 1936-1939 sudah sangat ramai. Bagian depan pasar lama ini menjadi semacam terminal Bus. Pasar lama dikembangkan menjadi pasra modern yang dikenal Pasar Pajak Batu. Pasar ini diintegrasikan dengan Pos Kota (Pos Polisi era colonial). Pada tahun 1970 an, bagian depan pasar lama/Pasar Pajak Batu (Pos Kota) ini masih digunakan sebagai terminal bis. Pasar Pajak Batu ini hingga kini masih eksis. Pada tahun 1980 an terminal bis di depan Pasar Pajak Batu (Pos Kota) direlokasi ke tiga arah (Batu nadua/Sitamiang, Siadabuan dan Padangmatinggi). Pada tahun 2000 an halaman Pasar Pajak Batu (Pos Kota) ini sudah menjadi bagian dari pos lalu lintas kota.

Sangkumpal Bonang adalah pasar kebanggaan kota ini. Berdiri tepat di pusat kota, dengan bangunan tiga lantai dan luas sekitar satu hektar, pasar ini menjadi tujuan utama para pengunjung yang ingin berbelanja. Dengan kualitas yang btak diragukan lagi dan harga yang bisa dijangkau dari seluruh kalangan. Sangkumpal Bonang berasal dari bahasa setempat yang artinya

adalah segumpal benang. Maknanya adalah benang yang tipis tetapi jika disatukan akan menjadi kuat. beitu juga dengan manusia, jika bersatu akan menjadi yang tak terkalahkan. Pasar Sangkumpal Bonang tepat berada di belakang Plaza Anugerah Trade Center. Sebuah pusat perbelanjaan yang baru beberapa tahun diresmikan dan menjadi satu-satunya plaza yang ada di ibukota itu. Dari perbatasannya, Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidempuan ini berbatasan dengan

Sebelah depan perbatasan dengan Jl. Tamrin

Sebelah belakang perbatasan dengan PT. ATC Plaza

Sebelah kanan perbatasan dengan Mongonsidi

Sebelah kiri perbatasan dengan Jl. Sitombol

## **B. Hasil Analisis Data Penelitian**

### **1. Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan syarat yang harus dilakukan untuk menganalisis data dalam suatu penelitian. Uji normalitas dilakukan terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode one sample kolmogro\_smirnov jika nilai signifika lebih besar dari 0,10 maka dikatakan normal. Hasil Uji dengan bantuan SPSS sebagai berikut:

**Tabel IV.1**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**Pengetahuan Responden Tentang Pasar Online**

### dan Informasi Tingkat dan Anggaran Pendapatan

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,14441535
Most Extreme Differences	Absolute	,044
	Positive	,044
	Negative	-,037
Test Statistic		,044
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Diolah SPSS 23 Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikan ( $0,200 > 0,10$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji One Sample KolmogroV-Smirnov.

## 2. Hasil Uji Validitas

Hasil angket yang disebarakan kepada 120 respomden akan dianalisis, yang terlebih dahulu akan diuji kevalidannya terlebih dahulu agar mengungkapkan suatu yang ingin diungkap. Adapun hasil dari uji validitasnya yaitu sebagai berikut:

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas**  
**Pengetahuan Responden Tentang Pasar Online**

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Penerangan
1	0.261	Instrument valid $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 120$ pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0.1496$	Valid
2	0.334		Valid
3	0.303		Valid
4	0.272		Valid
5	0.241		Valid
6	0.324		Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 23 Tahun 2023

Bedasarkan tabel IV.3 diatas berikut dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan adalah valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Adapun hasil Uji validitas pernyataan informasi tingkat dan anggaran pendapatan responden sebagai berikut:

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas**  
**Informasi Tingkat dan Anggaran Pendapatan**

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Penerangan
1	0.432	Instrument valid $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 120$ pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0.1496$	Valid
2	0.272		Valid
3	0.299		Valid
4	0.257		Valid
5	0.224		Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 23 Tahun 2023

Bedasarkan tabel IV.3 diatas berikut dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan adalah valid dimana karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### 3. Hasil Uji Realibilitas

Pengujian realibilitas variabel pengetahuan tentang pasar online dan Informasi tingkat dan anggaran pendapatan responden dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* nya. Adapun hasil pengujiannya yaitu sebagai berikut:

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**  
**Pengetahuan Responden Tentang Pasar Online**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,622	6

Sumber: Data Diolah SPSS 23 Tahun 2023

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* diatas dapat disimpulkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk pengetahuan responden tentang pasar online adalah  $0,622 > 0,60$  maka hasilnya reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas tingkat dan anggaran pendapatan responden yaitu sebagai berikut:

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**  
**Informasi Tingkat dan Anggaran Pendapatan**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,614	5

Sumber: Data Diolah SPSS 23 Tahun 2023

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* diatas dapat disimpulkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk Informasi Tingkat dan Anggaran Pendapatan responden adalah  $0,614 > 0,60$  maka hasilnya reliabel.

#### 4. Hasil Uji T

Berikut ini tabel hasil uji *T* (*Independent Sample T Test*) yang telah diolah oleh peneliti menggunakan SPSS:

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji T (*Independent Sample T Test*)**  
**Pendapatan Pedagang Pasar Tradisioonal Sangkumpal**  
**Bonang Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online**

Paired Samples Test								
	Paired Differences					T	Df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Sebelum – Sesudah	2392083,333	927746,792	84691,308	2224386,086	2559780,581	28,245	119	,000

Sumber: Data Diolah SPSS 23 Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas (2-Tailed) adalah sebesar 0,000 artinya  $0,000 < 0,10$  menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara pendapatan sebelum dan sesudah adanya pasar online.

**Tabel IV. 7**

Paired Samples Statistics				
	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Sebelum	4072083,33	120	828225,699	75606,316
Sesudah	1680000,00	120	630672,577	57572,266

Sumber: Data Diolah SPSS 23 Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan untuk nilai rata-rata sebelum adalah sebesar 4072083,33, sedangkan nilai rata-rata sesudah sebesar

1680000,00. Artinya pendapatan sebelum adanya pasar online lebih tinggi dibandingkan sesudah adanya pasar online.

#### 5. Uji Homogenitas

Berikut ini tabel hasil uji F ( Homogenitas) yang diolah oleh peneliti menggunakan SPSS

**Tabel IV. 8**  
**Hasil Uji Homogenitas**  
**Pendapatan Pedagang Pasar Tradisioonal Sangkumpal**  
**Bonang Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online**

**Test of Homogeneity of Variances**

Pendapatan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,648	1	238	,201

Sumber: Data Diolah SPSS 23 Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai signifikansi  $0,201 > 0,10$  maka variansi data terebut adalah sama atau homogen.

#### 6. Uji *Wilcoxon Matched Pairs*

Berikut ini tabel hasil uji *Wilcoxon Matched Pairs* yang telah diolah oleh peneliti menggunakan SPSS.

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Wilcoxon Matched Rank**  
**Pendapatan Pedagang Pasar Tradisioonal Sangkumpal**

### Bonang Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Sesudah – Sebelum	Negative Ranks	116 <sup>a</sup>	60,48	7016,00
	Positive Ranks	2 <sup>b</sup>	2,50	5,00
	Ties	2 <sup>c</sup>		
	Total	120		

Sumber: Data Diolah SPSS 23 Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas bahwa:

- a. Negative Rank atau selisih antara pendapatan sebelum dan sesudah adanya pasar online adalah 116 yang artinya 116 pedagang mengalami penurunan pendapatan sesudah adanya pasar online, dengan nilai mean rank 60,48, dan sum of rank adalah 7016,00. Ini menunjukkan bahwa adanya penurunan dari pendapatan pedagang pasar tradisional sesudah adanya pasar online
- b. Positif rank atau selisih antara pendapatan sebelum dan sesudah adanya pasar online. Terdapat 2 data positif (N) yang artinya kedua pedagang mengalami peningkatan pendapatan setelah adanya pasar online. Mean rank atau rata-rata peningkatan sebesar 2,50. Sedangkan jumlah sum of rank adalah sebesar 5,00.
- c. Ties adalah persamaan nilai sebelum dan sesudah adanya pasar online. Nilai ties adalah sebesar 2, sehingga dapat dikatakan bahwa 2 pedagang tidak mengalami kenaikan maupun

penurunan pendapatan sebelum dan sesudah adanya pasar online.

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

#### **Perbandingan pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan pendapatan pedagang pasar tradisional sesudah adanya pasar online. Berdasarkan hasil uji T test nilai rata-rata sebelum adalah sebesar 4072083,33, sedangkan nilai rata-rata sesudah sebesar 1680000,00. Artinya pendapatan sebelum adanya pasar online lebih tinggi dibandingkan sesudah adanya pasar online. Sedangkan menurut uji Wilcoxon 116 pedagang mengalami penurunan pendapatan, 2 pedagang mengalami kenaikan, dan 2 pedagang memperoleh pendapatan tetap. Hal ini disebabkan pengaruh munculnya pasar online dimana strategi yang dilakukan oleh pasar online unggul dari pasar tradisional. Hal itu yang membuat konsumen lebih memilih belanja dipasar online dibanding pasar tradisional.

Berdasarkan dari hasil penelitian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya secara parsial sesudah adanya pasar online berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional. Hasil penelitian ini didukung dengan teori Ismul Bathni dkk dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pasra Tradisional Pedagang Pakaian dan Tas di Pasar Ciputat” mengatakan bahwa “Pasar online berpengaruh terhadap pedagang pasar tradisional”. Jadi menurut mereka jika seseorang

sudah nyaman atau suka belanja disuatu tempat yang efisien maka akan akan meninggalkan tempat belanja yang kurang nyama atau tidak efisien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Malkan dkk yang berjudul “Pengaruh pasar modern terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional”. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pasar online berpengaruh terhadap pendapatan pedagang tradisional.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa adanya pasar online berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional. Ketika seseorang telah mendapat pengalaman belanja dengan mudah efisien tentu muncul niat untuk terus-menerus belanja terhadap yang lebih efisien dan meninggalkan belanja dari yang harus menguras tenaga atau keluar.

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

Pelaksanaan penelitian ini disusun berdasarkan ketentuan yang telah ditentukan agar penelitian dalam penulisan memperoleh hasil yang sebaik mungkin, namun dalam proses penyelesaiannya penyusun skripsi ini mendapatkan kendala yang tidak kecil, sebab dalam penelitian dan penyelesaiannya skripsi ini terdapat beberapa keterbatasan.

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti khususnya mengenai variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Keterbatasan buku-buku, referensi dan teori yang dibutuhkan penulis dalam penulisan skripsi ini.

Walaupun demikian, keterbatasan yang dihadapi peneliti tidak mengurangi makna dan tujuan dalam penelitian ini, dan bantuan semua pihak serta karunia atas izin Allah SWT skripsi ini dapat terselesaikan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil uji T dan Uji Wilcoxon menunjukkan bahwa pendapatan sebelum adanya pasar online lebih tinggi dibandingkan sesudah adanya pasar online. Dan pendapatan pedagang pasar tradisional mengalami penurunan sesudah adanya pasar online.

#### **B. Implikasi Hasil Penelitian**

Hasil dari penelitian ini Untuk mengetahui bahwa munculnya pasar online membawa pengaruh yang signifikan terhadap pendapat pedagang pasar tradisional baik dari segi produksi, penjualan, dan konsumen. Dimana para pedagang mulai sepi pembeli bahkan ada yang tutup dikarenakan mereka beralih mengikuti trend dengan berbelanja melalui Pasar Online/*Online shop* dan tentu saja pasar tradisional akan mengalami penurunan penjualan karena naiknya penjualan online. dengan turunnya penjualan tentu akan berpengaruh terhadap pendapatan para pedagang pasar tradisional.

#### **C. Saran**

Berikut ini saran yang peneliti simpulkan berdasarkan kesimpulan diatas untuk pengguna penelitian ini:

1. Bagi peneliti selanjutnyaa diharapkan untuk mengevaluasi hasil penelitian dengan cara memperdalam materi yang diteliti, memperluas jumlah responden dan memasukkan variabel yang lainnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan dan mengembangkan metode penelitian lain seperti wawancara agar memperoleh data yang lebih berkualitas.
3. Untuk peneliti selanjutnya agar hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan bacaan dan literature untuk memberikan informasi mengenai analisis komparatif pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah. (2020). *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota*. Yayasan Kita Menulis.
- Abdul Nasser Hasibuan dkk, “*Effect Of Operating Costsonal Operating Income (BOPO) And Non-Perfoming (NPF) On Return On Assets (ROA) In PT Bank Rakyat Indonesia Syariah, TBK For The Period 2009-2017*”, *Jurnal Of Sharia Banking*, Vol 4 No. 02, 2015
- Ali Hardana, “*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Industri Kecil Di Kota PadangSidimpuan Dan Kabupaten Tapanuli Selatan*”, *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol 4 No. 01, Juni 2018
- Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ( Bojo Genteng, CV Jejak, 2018)
- Chatib Basri, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*, (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2012
- Budi, T. (2019). *Dampak Pasra Modern Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional di Kota Masamba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara*, Palopo.
- Bagus Sumargo, *TEKNIK SAMPLING*, (Jakarta Timur, Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), 2020)
- Dian, S. (2020). *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional*.
- Dewi, R. (2019). *Transaksi Online ( E-Commerce ) : Peluang dan Tantangan Dalam Perpektif Ekonomi Islam*. *Jurnal Econetica*.
- Elpisah, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Purwokerto Selatan, CV. Pena Persada, 2022),
- Fanny, R. (2021). *Pemanfaatan Aplikasi Online Dalam Digitalisasi Pasar Tradisional di Medan*. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*.
- Fadilah dan Vega A. (2019). *Dampak Pembelian Online Terhadap Omzet Penjualan Busana Wanita di Blok b Lantai LG Los A-D, Pasar Tanah Abang*, *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management, and Business*.
- Fathul Husnan dan Java Creativity, *Buku Pintar Bisnis Online*, (Jakarta, PT Elex Media Kamputindo, 2015)
- Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, ( Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011)

- Ismul, B. *Pengaruh PjuaI Beli Online Terhadap Pasra Tradisional Pedagang Pakaian dan Tas di Pasar Ciputat*.
- Itijabatul Aliyah, *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota*, (Yayasan Kita Menulis: 2020)
- Indriati dan Arif Widiyatmoko. *Pasar Tradisional*, (Jakarta, Alprin, 2020)
- Jeni Kurnia dkk, “*The Effect Of Brand Equity, Promotion And Service On Costumer’s Decision To Use Sharia Bank In Sangkumpul Bonang Padangsidimpuan*”, *Jurnal Sharia Of Banking*, Vol 1 No. 02, 2020
- Karlina dkk, “*Effect Of Fee Based Income And Operational Costs In Profit In PT. Sharia Indonesia People’s Bank*”, *Jurnal Ekonomi Of Sharia Banking*, Vol 4 No. 02, 2015
- Ketut Swarjana, *POPULASI-SAMPEL, TEKNING SAMPLING DAN BIAS DALAM PENELITIAN*, (Yogyakarta, CV ANDI OFFSET, 2022)
- L Ketut Jayastra dkk, “*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pasar Seni Sukawati Gianyar*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol 4 No. 02, 2015
- Nel Ariyanti, “*Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional*”, *Jurnal manajemen dan Bisnis*, Vol 13, No 01, Juni 2013
- Nurlaila Hanum, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Lumpur*, Vol. 1, No. 1, *Jurnal Samudra Ekonomika*, 2017
- Ridwan, *Tingkat Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalin Kerukunan Umat Beragam*, 2021
- Sabrina Sabatiny dan Rita Martini, “*Perkembangan Pasar Tradisional dan keberadaan Pasar Modern di Kota Palembang*”, *Jurnal* Vol 7 No. 01, 2018
- Saparuddin dkk, “*The Influence Islamic Income And Financial Literacy ON The Decision To Finance In Islamic Banks*”, *Jurnal Of Sharia Banking*, Vol 2 No. 02, Des 2021
- Shidiq Al Hakim & Islandscrip, *Jualan Tanpa Modal*, Jakarta, PT. Gramedia, 2011
- Sidik Priyadana dan Euis Soliha, *Strategi Pemasaran Internasional*, (Surabaya, Cipta Media Nusantara 2023)
- Sughan Purwadinata dan Ridolof Wenan Batilmurik, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Malang, CV. Literasi Nusantara Abadi, 2020)

Solikhah Dan Amyati, *BIostatistik: Sebuah Aplikasi SPSS Dalam Bidang Kesehatan*, (Yogyakarta, Jejak Pustaka, 2022)

Sofiyetti, Dkk, *Bunga Rampai Statistik Kesehatan*, (Purwokerto, PT. Pena Persada Kerta Utama, 2023)

Suharsini Arikunto, *Proedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2002)

Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta, Kencana, 2017)

Wardah NST, *Dampak Bisnis Fashion Online Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Petisah Medan*, (Medan, 2021)

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Hapipa Indah Herawati
2. NIM : 19 402001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat dan Tanggal Lahir : Batugana, 15 Januari 2001
5. Anak Ke Bersaudara : 4 (empat) dari 4 (empat)
6. Kewarganegaran : Indonesia
7. Status : Belum kawin
8. Motto Hidup : Bersyukur atas yang ada, raih yang belum
9. Agama : Islam
10. Alamat Lengkap : Batuloting/Batugana, Padang Bolak Julu, Padang Lawas Utara, Sumatera Utara
11. Telp. HP : 081269407446
12. E-mail : [hapipaindah27@gmail.com](mailto:hapipaindah27@gmail.com)

### **II. IDENTITAS ORANG TUA**

1. Ayah
  - a. Nama : Manduga Laut Siregar
  - b. Pekerjaan : Petani
  - c. Alamat : Batuloting/Batugana, Padang Bolak Julu, Padang Lawas, Sumatera Utara
  - d. Telp. HP : 082165116282
2. Ibu
  - a. Nama : Rosia Hasna
  - b. Pekerjaan : Petani
  - c. Alamat : Batuloting/Batugana, Padang Bolak Julu, Padang Lawas, Sumatera Utara
  - d. Telp. HP : 082363542502

### **III. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SD : SDN 101500 Batugana
2. SMP : Ponpes TPI Balakka
3. SMA : Ponpes TPI Balakka

A. LAMPIRAN 1: Daftar Pertanyaan Kuisisioner

KUISISIONER PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan, saya:

Nama : Hapipa Indah Herawati

NIM : 19 402 00112

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar (Studi kasus di Pasar Sangkumpal Bonang, Padangsidempuan)**”. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh–sungguh.

Atas bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuisisioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb*

Padangsidempuan, November 2023  
Hormat Saya

**Hapipa Indah Herawati**  
**Nim. 19 402 00112**

## PERTANYAAN KUISIONER

Identitas Responden

No Responden :

Nama :

Jenis Kelamin :

Nama Usaha :

Pilihlah salah satu jawaban untuk pertanyaan – pertanyaan di bawah ini dengan skema sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

### A. Angket pengetahuan tentang pasar online

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya telah memiliki pengetahuan tentang pasar online					
2.	Saya mengetahui bagaimana menjalankan sistem pasar online					
3.	Saya mengetahui sistem pasar online sedang marak dilingkungan masyarakat					
4.	Sistem pasar online sangat diminati dikalangan masyarakat					
5.	Setelah mengetahui sistem pasar online saya ingin beralih ke pasar online					

**B. Informasi Tingkat Dan Anggaran Pendapatan**

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Penjualan saya mengalami peningkatan sebelum adanya pasar online					
2.	Penjualan saya mengalami peningkatan sesudah adanya pasar online					
3.	Terjadi peningkatan pendapatan sebelum adanya pasar online					
4.	Terjadi peningkatan pendapatan sesudah adanya pasar online					
5.	Mengalami peningkatan anggaran sebelum adanya pasar online					
6.	Mengalami peningkatan anggaran sesudah adanya pasar online					

Padangsidempuan      November 2023  
Responden

(.....)

**B. LAMPIRAN 2: Daftar Pertanyaan Pra Wawancara**

**PERTANYAAN**

**A. Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Per Hari**

1. Berapa pendapatan sebelum adanya pasar online per hari?
  - a. Diatas Rp.1000.000
  - b. Antara Rp. 1000.000 - 2000.000
  - c. Antara Rp. 2000.000 - 4000.000
  - d. Diatas Rp. 4000.000
2. Berapa pendapatan sesudah adanya pasar online per hari?
  - a. Diatas Rp. 1000,000
  - b. Antara Rp. 1000.000 - 2000.000
  - c. Antara Rp. 2000.000 – 4000.000
  - d. Diatas Rp. 4000.000

C. LAMPIRAN 3: Tabulasi data

**Tabulasi Data 1**

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

36	4	4	4	4	5	4	22
37	5	5	5	5	3	4	21
38	5	3	4	4	4	4	25
39	4	4	4	4	5	4	23
40	4	4	3	4	5	5	21
41	4	5	4	3	5	5	24
42	3	5	5	5	4	4	22
43	3	5	5	5	4	4	21
44	5	4	5	4	4	3	23
45	4	4	4	5	5	4	21
46	4	4	3	4	5	4	21
47	5	3	4	4	5	5	18
48	5	5	4	5	4	5	24
49	4	4	4	5	4	5	24
50	5	4	4	3	4	4	22
51	4	4	5	4	3	4	19
52	5	5	5	4	4	4	23
53	5	5	4	4	4	5	23
54	3	5	3	5	4	4	22
55	4	2	5	5	5	4	23
56	2	4	4	5	5	4	23
57	5	4	5	4	3	4	18
58	5	4	5	4	5	4	22
59	5	5	5	4	4	5	23
60	4	4	4	5	5	5	22
61	5	4	5	3	4	5	21
62	4	5	5	4	5	5	23
63	5	5	5	5	5	5	24
64	4	5	4	5	5	4	22
65	5	4	4	5	4	3	21
66	3	5	4	4	4	4	23
67	5	5	5	4	4	5	22
68	4	5	5	4	3	5	21
69	4	3	5	5	5	5	20
70	5	4	3	5	4	4	24
71	4	4	4	3	5	4	23
72	4	4	5	5	4	4	23
73	5	4	5	5	4	5	22
74	4	5	4	5	5	3	24

75	4	5	4	4	5	4	24
76	3	5	5	4	5	4	20
77	4	4	5	5	3	5	24
78	5	4	4	4	5	4	23
79	5	4	5	5	5	5	25
80	3	5	5	5	4	3	19
81	4	4	5	4	5	4	22
82	4	4	4	3	5	5	24
83	5	5	4	5	3	5	20
84	5	5	4	4	5	5	23
85	5	5	5	3	5	4	20
86	4	4	5	4	5	4	22
87	5	4	5	5	4	3	21
88	4	5	3	4	4	3	22
89	5	4	5	5	4	5	19
90	4	4	4	5	5	4	22
91	4	5	4	3	5	4	22
92	5	5	4	3	4	4	23
93	5	4	5	4	4	3	22
94	5	4	4	4	5	4	23
95	4	4	4	4	5	4	22
96	5	5	5	5	3	4	21
97	5	3	4	4	4	4	25
98	4	4	4	4	5	4	23
99	4	4	3	4	5	5	21
100	4	5	4	3	5	5	24
101	3	5	5	5	4	4	22
102	3	5	5	5	4	4	21
103	5	4	5	4	4	3	23
104	4	4	4	5	5	4	21
105	4	4	3	4	5	4	21
106	5	3	4	4	5	5	18
107	5	5	4	5	4	5	24
108	4	4	4	5	4	5	24
109	5	4	4	3	4	4	22
110	4	4	5	4	3	4	19
111	5	5	5	4	4	4	23
112	5	5	4	4	4	5	23
113	3	5	3	5	4	4	22

114	4	2	5	5	5	4	23
115	2	4	4	5	5	4	23
116	5	4	5	4	3	4	18
117	5	4	5	4	5	4	22
118	5	5	5	4	4	5	23
119	4	4	4	5	5	5	22
120	5	4	5	3	4	5	21

### Tabulasi Data 2

No	1	2	3	4	5	Total
1	5	5	5	4	5	23
2	5	4	5	5	4	23
3	4	5	4	5	5	24
4	4	5	4	4	4	22
5	5	5	4	4	4	21
6	5	4	5	4	4	21
7	4	4	4	4	4	20
8	5	4	4	5	4	21
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	5	5	4	23
11	4	5	4	5	4	23
12	4	4	5	5	4	23
13	4	4	5	4	4	22
14	4	4	4	4	4	20
15	3	4	5	4	4	21
16	4	5	4	4	4	22
17	5	5	5	4	5	24
18	4	5	4	5	4	23
19	4	5	5	5	4	23
20	5	5	4	4	4	22
21	4	4	5	4	4	20
22	4	4	5	5	4	23
23	4	5	5	4	5	23
24	4	4	4	5	5	22
25	4	4	4	5	4	21
26	4	5	4	5	4	23
27	4	4	5	4	5	23
28	3	4	5	4	4	21
29	4	3	5	4	5	21

30	4	4	5	4	4	21
31	5	4	4	4	5	21
32	5	5	5	4	4	23
33	4	4	5	4	5	22
34	5	4	5	4	4	20
35	4	4	4	5	5	23
36	4	4	5	4	4	22
37	4	5	5	4	4	22
38	3	4	5	4	5	23
39	4	5	4	4	4	21
40	4	5	5	4	4	23
41	5	4	5	4	4	22
42	4	4	4	5	4	22
43	5	4	4	5	5	22
44	4	4	4	5	5	23
45	4	4	4	5	4	21
46	3	4	4	4	4	20
47	5	5	4	3	5	21
48	5	4	4	4	4	21
49	4	4	4	5	5	23
50	4	4	4	5	4	21
51	5	5	4	4	5	22
52	5	4	3	5	4	20
53	4	5	4	5	5	23
54	5	4	5	5	4	21
55	4	4	5	5	4	23
56	4	4	4	4	4	21
57	4	4	4	4	5	21
58	4	4	5	5	4	22
59	5	4	4	4	4	21
60	5	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	21
62	4	4	5	4	5	22
63	4	5	4	4	4	22
64	4	5	5	5	4	23
65	5	4	5	4	4	20
66	4	4	5	5	4	23
67	4	4	5	4	4	21
68	4	4	4	5	3	20
69	4	4	5	5	5	23
70	5	4	4	5	4	22

71	4	4	4	5	5	23
72	4	4	4	4	4	21
73	5	4	4	5	5	23
74	4	4	4	4	4	21
75	4	5	4	4	4	21
76	5	4	4	4	4	20
77	4	5	5	5	5	25
78	4	4	4	5	4	22
79	4	5	4	4	4	23
80	5	5	4	4	4	23
81	4	4	4	4	4	24
82	4	5	5	5	5	22
83	4	5	5	4	5	21
84	5	4	4	5	5	21
85	5	3	3	5	4	20
86	5	4	4	4	5	21
87	5	4	5	3	5	20
88	5	5	4	4	4	23
89	3	5	4	4	4	23
90	4	5	4	5	5	23
91	3	5	5	4	3	22
92	5	4	5	4	2	20
93	4	4	5	4	4	21
94	4	4	4	5	5	22
95	4	3	3	5	4	24
96	4	4	5	5	4	23
97	5	4	3	5	4	23
98	5	4	5	5	5	22
99	3	5	5	5	4	20
100	4	4	5	4	5	23
101	4	4	4	3	5	23
102	5	5	4	5	3	22
103	5	5	4	4	5	21
104	5	5	5	3	5	23
105	4	4	5	4	5	23
106	5	4	5	5	4	21
107	4	5	3	4	4	21
108	5	4	5	5	4	21
109	4	4	4	5	5	21

110	4	5	4	3	5	23
111	5	5	4	3	4	22
112	5	4	5	4	4	20
113	5	4	4	4	5	23
114	4	4	4	4	5	22
115	5	5	5	5	3	22
116	5	3	4	4	4	23
117	4	4	4	4	5	21
118	4	4	3	4	5	23
119	4	5	4	3	5	22
120	3	5	5	5	4	23

**Data Pendapatan Pedagang Pasar Traisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online**

No	Sebelum	Sesudah
1	Rp3.000.000	Rp 1.000.000
2	Rp4.000.000	Rp 2.000. 000
3	Rp4.400.000	Rp 1.700. 000
4	Rp4.000.000	Rp 1.800.000
5	Rp4.000.000	Rp 1.400.000
6	Rp3.700.000	Rp 1.000.000
7	Rp4.000.000	Rp 1.500. 000
8	Rp5.000.000	Rp 1.900. 000
9	Rp3.000.000	Rp 1.800.000
10	Rp4.000.000	Rp 1.500.000
11	Rp3.000.000	Rp 1.000.000
12	Rp3.000.000	Rp 1.000. 000
13	Rp2.000.000	Rp 1.700. 000
14	Rp3.900.000	Rp 2.000.000
15	Rp4.000.000	Rp 1.900.000
16	Rp3.900.000	Rp 1.000.000
17	Rp4.500.000	Rp2.000. 000
18	Rp5.000.000	Rp1.400. 000
19	Rp3.000.000	Rp 1.800.000
20	Rp3.500.000	Rp 2.000.000
21	Rp3.000.000	Rp 1.000.000
22	Rp4.400.000	Rp 1.700. 000
23	Rp5.500.000	Rp 1.000. 000
24	Rp3.700.000	Rp 1.600.000
25	Rp4.500.000	Rp 2.000.000
26	Rp3.000.000	Rp 1.000.000
27	Rp4.000.000	Rp 1.000. 000
28	Rp5.000.000	Rp 1.500. 000
29	Rp4.600.000	Rp1.800.000
30	Rp3.500.000	Rp2.000.000
31	Rp3.500.000	Rp1.000.000
32	Rp4.200.000	Rp2.000. 000
33	Rp5.000.000	Rp1.600. 000
34	Rp5.000.000	Rp1.800.000
35	Rp2.500.000	Rp1.700.000
36	Rp3.600.000	Rp1.000.000
37	Rp4.000.000	Rp2.000. 000
38	Rp5.000.000	Rp1.900. 000
39	Rp4.000.000	Rp1.900.000
40	Rp4.400.000	Rp1.000.000
41	Rp3.000.000	Rp1.700.000
42	Rp4.000.000	Rp2.000. 000

43	Rp5.000.000	Rp2.000. 000
44	Rp4.500.000	Rp1.600.000
45	Rp3.000.000	Rp2.000.000
46	Rp3.000.000	Rp1.000.000
47	Rp4.000.000	Rp1.800. 000
48	Rp5.000.000	Rp1.500. 000
49	Rp3.000.000	Rp1.500.000
50	Rp3.500.000	Rp1.200.000
51	Rp3.000.000	Rp1.000.000
52	Rp4.000.000	Rp1.300. 000
53	Rp5.000.000	Rp1.000. 000
54	Rp4.000.000	Rp1.200.000
55	Rp4.000.000	Rp1.200.000
56	Rp3.000.000	Rp1.100.000
57	Rp4.000.000	Rp1.900. 000
58	Rp5.000.000	Rp1.400. 000
59	Rp5.000.000	Rp2.000.000
60	Rp5.000.000	Rp1.500.000
61	Rp3.000.000	Rp1.000.000
62	Rp4.000.000	Rp2.000. 000
63	Rp5.000.000	Rp1.400. 000
64	Rp4.000.000	Rp2.000.000
65	Rp4.000.000	Rp1.800.000
66	Rp3.000.000	Rp1.000.000
67	Rp4.200.000	Rp1.500. 000
68	Rp5.000.000	Rp1.500. 000
69	Rp5.000.000	Rp1.800.000
70	Rp5.100.000	Rp2.000.000
71	Rp3.900.000	Rp1.000.000
72	Rp4.000.000	Rp1.900. 000
73	Rp5.000.000	Rp1.200. 000
74	Rp5.000.000	Rp2.000.000
75	Rp5.200.000	Rp1.900.000
76	Rp3.800.000	Rp1.800.000
77	Rp4.500.000	Rp1.500. 000
78	Rp5.000.000	Rp2.000. 000
79	Rp3.400.000	Rp1.100.000
80	Rp4.700.000	Rp2.000.000
81	Rp3.800.000	Rp1.000.000
82	Rp4.100.000	Rp2.000. 000
83	Rp5.000.000	Rp1.200. 000
84	Rp5.000.000	Rp1.000.000
85	Rp5.000.000	Rp2.200.000
86	Rp3.000.000	Rp1.000.000

87	Rp4.400.000	Rp2.000. 000
88	Rp5.000.000	Rp1.300. 000
89	Rp4.000.000	Rp2.000.000
90	Rp4.000.000	Rp2.000.000
91	Rp3.500.000	Rp1.000.000
92	Rp4.500.000	Rp2.000. 000
93	Rp5.000.000	Rp3.000. 000
94	Rp2.700.000	Rp3.000.000
95	Rp3.200.000	Rp1.900.000
96	Rp3.200.000	Rp2.000.000
97	Rp4.200.000	Rp2.000. 000
98	Rp5.000.000	Rp1.800. 000
99	Rp4.500.000	Rp2.200.000
100	Rp4.000.000	Rp4.000.000
101	Rp3.000.000	Rp1.000.000
102	Rp4.200.000	Rp2.000. 000
103	Rp5.000.000	Rp2.000. 000
104	Rp5.000.000	Rp1.000.000
105	Rp5.600.000	Rp1.500.000
106	Rp3.600.000	Rp1.000.000
107	Rp4.500.000	Rp2.000. 000
108	Rp5.000.000	Rp1.900. 000
109	Rp4.000.000	Rp2.000.000
110	Rp4.800.000	Rp1.500.000
111	Rp3.900.000	Rp1.000.000
112	Rp4.800.000	Rp2.000. 000
113	Rp5.000.000	Rp2.200. 000
114	Rp5.500.000	Rp1.700.000
115	Rp5.000.000	Rp1.500.000
116	Rp4.500.000	Rp1.000.000
117	Rp4.000.000	Rp2.000. 000
118	Rp5.000.000	Rp1.000. 000
119	Rp3.500.000	Rp4.000.000
120	Rp3.500.000	Rp3.000.000

A. LAMPIRAN 4: Hasil Uji Validitas

**Uji Validitas**

**Correlations**

		P1.1	P1.2	P1.3	P1.4	P1.5	P1.6	P1.total
P1.1	Pearson Correlation	1	,471**	,199*	,461**	,016	,227*	,261**
	Sig. (2-tailed)		,000	,030	,000	,865	,012	,004
	N	120	120	120	120	120	120	120
P1.2	Pearson Correlation	,471**	1	,088	,545**	,011	,178	,334**
	Sig. (2-tailed)	,000		,337	,000	,903	,052	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
P1.3	Pearson Correlation	,199*	,088	1	,137	-,123	,421**	,303**
	Sig. (2-tailed)	,030	,337		,137	,180	,000	,001
	N	120	120	120	120	120	120	120
P1.4	Pearson Correlation	,461**	,545**	,137	1	,018	,147	,272**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,137		,844	,110	,003
	N	120	120	120	120	120	120	120
P1.5	Pearson Correlation	,016	,011	-,123	,018	1	-,011	,241**
	Sig. (2-tailed)	,865	,903	,180	,844		,905	,008
	N	120	120	120	120	120	120	120
P1.6	Pearson Correlation	,227*	,178	,421**	,147	-,011	1	,324**
	Sig. (2-tailed)	,012	,052	,000	,110	,905		,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
P1.total	Pearson Correlation	,261**	,334**	,303**	,272**	,241**	,324**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,001	,003	,008	,000	
	N	120	120	120	120	120	120	120

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

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

## Correlations

		P2.1	P2.2	P2.3	P2.4	P2.5	P2.total
P2.1	Pearson Correlation	1	-,024	,608**	,089	,030	,432**
	Sig. (2-tailed)		,793	,000	,334	,742	,000
	N	120	120	120	120	120	120
P2.2	Pearson Correlation	-,024	1	-,102	-,014	,536**	,272**
	Sig. (2-tailed)	,793		,267	,878	,000	,003
	N	120	120	120	120	120	120
P2.3	Pearson Correlation	,608**	-,102	1	,043	,036	,299**
	Sig. (2-tailed)	,000	,267		,639	,699	,001
	N	120	120	120	120	120	120
P2.4	Pearson Correlation	,089	-,014	,043	1	,113	,257**
	Sig. (2-tailed)	,334	,878	,639		,217	,005
	N	120	120	120	120	120	120
P2.5	Pearson Correlation	,030	,536**	,036	,113	1	,224*
	Sig. (2-tailed)	,742	,000	,699	,217		,014
	N	120	120	120	120	120	120
P2.total	Pearson Correlation	,432**	,272**	,299**	,257**	,224*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,001	,005	,014	
	N	120	120	120	120	120	120

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

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

### Case Processing Summary

	N	%
Valid	120	100,0
Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	120	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

B. LAMPIRAN 5: Hasil Uji Realibilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,622	6

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,614	5

C. LAMPIRAN 6: Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,14441535
Most Extreme Differences	Absolute	,044
	Positive	,044
	Negative	-,037
Test Statistic		,044
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

D. LAMPIRAN 7: Hasil Homogenitas

**Test of Homogeneity of Variances**

Pendapatan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,648	1	238	,201

1. LAMPIRAN 8: Hasil Uji *Wilcoxon Matched Pairs*

**Ranks**

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Sesudah – Negative Ranks	116 <sup>a</sup>	60,48	7016,00
Sebelum Positive Ranks	2 <sup>b</sup>	2,50	5,00
Ties	2 <sup>c</sup>		
Total	120		

E. LAMPIRAN 9: Hasil Uji *T (Independent Sample T Test)*

**Paired Samples Test**

	Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pai Sebelum r 1 – Sesudah	2392083,333	927746,792	84691,308	2224386,086	2559780,581	28,245	119	,000

**Paired Samples Statistics**

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Sebelum	4072083,33	120	828225,699	75606,316
Sesudah	1680000,00	120	630672,577	57572,266

**Ranks**

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Sesudah – Negative Ranks	116 <sup>a</sup>	60,48	7016,00
Sebelum Positive Ranks	2 <sup>b</sup>	2,50	5,00
Ties	2 <sup>c</sup>		
Total	120		

**DOKUMENTASI**



Pengisian Angket Oleh Responden Toko Capriasi Fashion



Pengisian Angket Oleh Responden Toko Zul Siregar



Pengisian Angket Oleh Responden Toko Haikal Collections



Pengisian Angket Oleh Responden Toko TJ Fashion



Pengisian Angket Oleh Responden Toko Novi Mandiri



Pengisian Angket Oleh Responden Toko Mak Lili



**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 : **4023** /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/09/2023

20 September 2023

Sifat : Biasa

Lamp : 1 berkas

Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Kepala Dinas Perdagangan Kota Padangsidempuan

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Hapipa Indah Herawati  
NIM : 1940200112  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional sebelum dan sesudah adanya Pasar Online". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si  
NIP. 19790530200604 1 004

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Padangsidempuan



**PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN  
DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH  
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN**

Jalan Letjend T. Rizal Nurdin Km 7 Pal IV – PK Telp./Fax (0634)-4323020

[http : //www.padangsidimpunkota.go.id](http://www.padangsidimpunkota.go.id)

Email : [d.perdagangan@padangsidimpunkota.go.id](mailto:d.perdagangan@padangsidimpunkota.go.id)

Padangsidempuan, 23 Januari 2024

Nomor : 510 / 105 / 2024  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Rekomendasi Riset

Yth. Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik  
Kota Padangsidempuan  
di -  
Padangsidempuan

Menindaklanjuti Surat UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : 4823/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/09/2023,  
Tanggal 20 September 2023 tentang Mohon Izin Riset. Bersama ini kami sampaikan  
bahwa kami dapat memberikan izin kepada :

Nama : Hapipa Indah Herawati  
NIM : 1940200112  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Proposal Skripsi “ Analisis Komparatif Pendapatan Pedagang Pasar  
Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online “. Maka bersama ini pada  
dasarnya kami tidak keberatan dengan ketentuan selama penelitian mematuhi semua  
peraturan-peraturan yang ada pada Dinas koperasi, Usaha Kecil dan Menengah,  
Perindustrian dan Perdagangan Kota Padangsidempuan.

Demikian disampaikan untuk dapat ditindaklanjuti, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

KEPALA DINAS KOPERASI, UKM,  
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
KOTA PADANGSIDIMPUAN



Ir. RIDOAN PASARIBU, M.Si  
PEMBINA TINGKAT I  
NIP. 19660428 199703 1 004

Tembusan :

1. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan  
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

## new Script new one TU.

### ORIGINALITY REPORT

**17%**

SIMILARITY INDEX

**16%**

INTERNET SOURCES

**4%**

PUBLICATIONS

**8%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.openjournal.unpam.ac.id">www.openjournal.unpam.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://repository.metrouniv.ac.id">repository.metrouniv.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://repository.iainpalopo.ac.id">repository.iainpalopo.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id">etd.iain-padangsidimpuan.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://e-jurnalmitramanajemen.com">e-jurnalmitramanajemen.com</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	1%
9	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1%