



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 204/E/KPT/2022
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v10i4.27808>
Volume 10, No. 4, 2025 (3205-3226)

PENGARUH MODAL, LOKASI DAN E-PAYMENT TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG MUSLIM PASAR TRADISIONAL DI PASAR KUTAU MANNA

Rahma Elzani, Yosy Arisandy, Yunida Een Friyanti

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

rahma.elzani@mail.uinfasbengkulu.ac.id

yosyarisandi@mail.uinfasbengkulu.ac.id

yunida_een@mail.uinfasbengkulu.ac.id

Abstrak

Pasar tradisional masih memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, namun menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, lokasi yang kurang strategis, dan rendahnya adopsi teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal, lokasi, dan penggunaan e-payment terhadap pendapatan pedagang Muslim di Pasar Tradisional Kutau Manna, Bengkulu Selatan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Sampel sebanyak 46 pedagang ditentukan melalui rumus Slovin dari populasi 86 pedagang. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian secara parsial uji t menunjukkan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, lokasi juga signifikan dengan nilai $0,001 < 0,05$, dan e-payment signifikan dengan nilai $0,002 < 0,05$. Sementara uji F menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Modal, Lokasi, E-Payment, Pendapatan, Pasar Tradisional

Abstract

Traditional markets still play an important role in the local economy; however, they face several challenges such as limited capital, less strategic locations, and low adoption of digital technology. This study aims to determine the influence of capital, location, and the use of e-payment on the income of Muslim traders in the Traditional Market of Kutau Manna, South Bengkulu. The research uses a quantitative approach with data collection techniques including questionnaires, observations, and documentation. A

sample of 46 traders was selected using the Slovin formula from a population of 86 traders. Data analysis was carried out using multiple linear regression with SPSS version 27. The results of the partial t-test show that capital has a significant effect on income with a significance value of $0.001 < 0.05$, location is also significant with a value of $0.001 < 0.05$, and e-payment is significant with a value of $0.002 < 0.05$. Meanwhile, the F-test indicates that simultaneously, all three variables have a significant effect on income with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Capital, Location, E-Payment, Income, Traditional Market

1. Pendahuluan

1.1 Latar belakang Penelitian

Indonesia salah satu negara berkembang yang sedang giatnya melakukan pembangunan di berbagai sektor baik sektor ekonomi, sektor budaya, sektor politik, maupun sektor lainnya. Pembangunan di sektor ekonomi mempunyai tujuan untuk tercapainya taraf hidup masyarakat dan mencapai kesejahteraan yang lebih baik dan merata dengan upaya untuk mempercepat pemulihan ekonomi dan mewujudkan landasan pembangunan ekonomi. Dengan ini dilakukan dengan mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan. Dalam perekonomian pasar berperan sangat penting khususnya dalam sistem ekonomi bebas/liberal. Pasar menjadi tempat bertemunya produsen (yang memproduksi dan menawarkan barang) dan konsumen (yang menentukan jumlah dan jenis barang/komoditas yang dikehendakinya) (Agustiani, 2021).

Keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator paling nyata terlihat pada kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Menurut bentuk fisik, perdagangan dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pusat perbelanjaan modern. Aktivitas yang terjadi di suatu perdagangan seperti pasar tradisional merupakan salah satu sub sistem pusat perdagangan di suatu kota yang menjadi salah satu parameter yang dapat digunakan untuk mengetahui pertumbuhan dan dinamika ekonomi suatu kota (Pratiwi, 2019).

Pasar tradisional merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, khususnya di daerah pedesaan. Pasar tradisional menyediakan akses terhadap kebutuhan pokok bagi masyarakat dan menjadi sumber mata pencaharian bagi banyak pedagang. Namun, pasar tradisional di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang mengancam keberlangsungannya, termasuk di Pasar Kutau Manna. Pasar modern, seperti supermarket dan mall, menawarkan pengalaman

belanja yang lebih nyaman dan modern dengan berbagai fasilitas dan pilihan produk yang lebih beragam (Ardiansari, 2022).

Pendapatan ialah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang bersal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kenutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Pendapatan terdiri atas upah, gaji, sewa, deviden, keuntungan, dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu (Suroto, 2000).

Dalam membangun sebuah bisnis diperlukan sebuah dana atau dikenal dengan modal, Bisnis yang dibangun tidak akan berkembang tanpa didukung dengan modal. Sehingga modal dapat dikatakan sebagai jantungnya bisnis yang dibangun tersebut. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk-produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dengan jumlah besar. Oleh karena itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan pewirausaha meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan meningkat (Kasmir, 2010).

Selain modal usaha, faktor yang bisa mempengaruhi pendapatan yaitu lokasi berjualan. Teori Lokasi Losch dan Weber, dari Losch yang melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar), dan Weber yang melihat persoalan dari sisi penawaran (produksi). Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Lokasi tempat untuk berdagang akan sangat berpengaruh besar terhadap pendapatan, karena tempat atau lokasi yang strategis untuk berjualan akan mudah dijangkau oleh para pembeli sehingga akan diketahui pendapatan pedagang tersebut (Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, 2018).

Electronic payment atau sering disebut e-payment merupakan pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Di dalam pembayaran elektronik uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik. Secara umum, e-payment dalam konteks e-commerce mengacu pada transaksi online dilakukan melalui Internet, meskipun ada banyak bentuk pembayaran elektronik lainnya. Pembayaran elektronik juga dapat didefinisikan sebagai proses pembayaran yang dilakukan tanpa menggunakan instrumen kertas (Winarsih, 2022).

Pada penelitian ini dilakukan untuk menelaah pelaksanaan modal, lokasi, dan e-payment terhadap pendapatan pedagang muslim. Pedagang muslim pasar

Kutau mana harus bisa memanfaatkan modal dengan sebaik-baiknya yaitu digunakan untuk keperluan usaha bukan kepentingan pribadi, mampu memanfaatkan pengalaman dan pengetahuan yang diperoleh selama berjualan untuk mengelola usaha secara maksimal dengan strategi yang matang atau mencari ide-ide baru, pilihlah lokasi sesuai dengan usaha yang sedang dijalani, karena lokasi yang ramai tidak dapat dikatakan strategis untuk usaha tertentu dengan tujuan konsumen tertentu, serta penggunaan penyediaan metode pembayaran e-payment untuk meminimalkan kerugian sehingga pendapatan yang diperoleh pedagang pasar akan terus meningkat serta akan mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan usaha yang dijalankan pedagang pasar kutau manna.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Apa Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Muslim Pasar Kutau Manna.
2. Untuk Mengetahui Apa Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Muslim Pasar Kutau Manna.
3. Untuk Mengetahui Apa Pengaruh E-Payment Terhadap Pendapatan Pedagang Muslim Pasar Kutau Manna.
4. Untuk Mengetahui Apa Pengaruh Modal, Lokasi, dan E-Payment Terhadap Pendapatan Pedagang Muslim Pasar Kutau Manna.

1.3 Tujuan Penelitian Serta Kontribusi (manfaat) penelitian

1. Kontribusi Teoritis:

Secara teoritis, Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam diterapkan dalam “Pengaruh Modal, Lokasi, dan E-Payment Terhadap Pendapatan Pedagang Muslim Pasar Tradisional di Pasar Kutau Manna” serta memberikan kontribusi pada pengembangan teori harga jual yang berbasis pada nilai-nilai Islam.

2. Kontribusi Praktis:

Secara praktis, Penelitian ini dapat memberikan pedoman dan strategi yang efektif bagi pendapatan pedagang pasar untuk menerapkan Modal, Lokasi, dan E-Payment dengan pandangan agar mempertahankan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

2. Kajian Pustaka

2.1 Modal

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang bersama-sama faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru. Modal atau biaya adalah salah satu faktor yang

sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar (Berry, 1967).

Modal merupakan input (faktor produksi) yang sangat penting yang dapat menentukan tinggi rendahnya suatu pendapatan. Pentingnya modal dalam meningkatkan output di jelaskan juga dalam teori Adam Smith, yang dapat menyatakan bahwa modal adalah unsur produksi yang peran secara aktif aan menentukan tingkat output. Jumlah output yang dihasilkan sangat ditentukan oleh berapa besar modal yang digunakan. Fungsi produksi yaitu sejumlah modal hanya dapat menciptakan tingkat output tertentu dalam suatu kegiatan produksi (Todaro, 2000).

2.2 Lokasi

Pada prinsipnya produsen akan memilih lokasi produksi yang dekat dengan pasar, terutama dalam menghemat biaya transportasi. Tingginya biaya transportasi dalam pengangkutan hasil produksi akan menyebabkan harga barang juga semakin tinggi. Lain halnya jika pasar yang dimasuki adalah persaingan sempurna, dimana diskriminasi harga tidak berlaku dan barang yang ditawarkan adalah identik sama dengan produsen lain. Dengan demikian, semakin tinggi biaya transportasi, maka keuntungan bagi produsen dari hasil penjualan akan lebih kecil dibandingkan bila biaya transportasi bisa ditekan dengan memperkecil jarak dari lokasi produsen atau perusahaan ke lokasi pasar (Kilkenny, Maurenn and Jacques, 1998).

Dalam hal ini harus diperhatikan faktor-faktor keramaian lalu lintas, kemungkinan tempat pemberhentian orang untuk berbelanja, keadaan penduduk di lingkungan pasar, keadaan perparkiran dan sebagainya. Dalam hal untuk pemilihan lokasi pembangunannya, pasar tradisional sebaiknya didirikan dalam lokasi yang ramai dan luas yang mudah dijangkau. Pendirian pasar pada lokasi yang tidak ada aktivitas perdagangannya, sangat sulit diharapkan akan dikunjungi oleh masyarakat. Sedangkan jumlah penduduk, pendapatan per kapita, distribusi pendapatan, aglomerasi dan kebijaksanaan pemerintah juga sangat mempengaruhi penentuan lokasi suatu kegiatan Daerah dengan penduduk yang ramai, merupakan pasar yang perlu diperhatikan (Djojodipuro, 1992).

2.3 E-Payment

E-Payment merupakan alat pembayaran yang digunakan berbasis internet untuk transaksi secara elektronik dengan pertimbangan transaksi aman, praktis serta cepat. Penggunaan e-payment dalam pembayaran elektronik menawarkan berbagai keuntungan kepada penjual dan pembeli, termasuk sistem perdagangan sederhana, keamanan transaksi lebih terjamin

dibandingkan transaksi tunai atau debit langsung serta penggunaan waktu dan tenaga yang lebih efisien (Gultom, J., Setyawan, I., & Laksono, 2023).

Di Indonesia sendiri, telah banyak metode pembayaran elektronik (E-Payment) yang ditawarkan di e-commerce maupun penjual online yang menjual barang atau jasanya melalui media sosial. Metode e-payment bisa berupa pembayaran menggunakan kartu debit, kartu kredit, virtual account, maupun top-up saldo pada e-wallet yang terhubung dengan e-commerce, misalnya untuk Shopee dapat menggunakan Shopeepay, Tokopedia dapat menggunakan Gopay dan masih banyak lagi (Nugrahini, D. E., & Hijri Alfian, 2023).

2.4 Pendapatan Pedagang

Pedagang diartikan sebagai seseorang yang pekerjaan sehari-harinya adalah berdagang. Sementara pada Kamus Ekonomi mendefinisikan pedagang sebagai lembaga atau seseorang yang membeli dan juga menjualkan barang tanpa menukar bentuk dan tanggung jawab mereka sendiri dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Pada prinsipnya pedagang adalah pertukaran dari komoditas yang satu dengan komoditas lainnya yang berbeda ataupun komoditas satu dengan alat tukar berbentuk uang. mendefinisikan pedagang sebagai seseorang atau badan yang menjalani kegiatan jual beli dalam bentuk barang ataupun jasa di pasar atau tempat melakukan transaksi (Muzaiyin, 2018).

Pendapatan merupakan uang yang diterima perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, harga, komisi, ongkos dan laba. Menurut Jhingan, pendapatan merupakan penghasilan berupa uang selama periode tertentu. Sedangkan pengertian pendapatan menurut Tohar dan Masyhuri, pendapatan dalam arti jumlah uang merupakan penerimaan yang diterimanya, bisa dalam bentuk upah dari bekerja atau uang hasil penjualan, dan lain sebagainya. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang berupa uang yang didapatkan oleh pelaku usaha, perusahaan maupun orang yang bekerja atas usaha yang telah dilakukan (Masyhuri, 2007).

3. Metode Penelitian

Berdasarkan pendekatan yang digunakan, Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yaitu modal, lokasi, dan e-payment terhadap variabel terikat yaitu pendapatan pedagang muslim. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan, karena data diperoleh langsung dari objek penelitian di lapangan melalui penyebaran kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang Muslim yang beraktivitas di Pasar Kutau Manna, Kabupaten Bengkulu Selatan. Jumlah populasi ditetapkan sebanyak 86 orang pedagang, berdasarkan data yang tersedia dan hasil observasi lapangan. Populasi ini dipilih karena secara langsung terlibat dalam aktivitas perdagangan dan menjadi objek utama dalam menganalisis pengaruh modal, lokasi, dan e-payment terhadap pendapatan. Sampel diambil menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling (pengambilan sampel acak sederhana).

Teknik Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu suatu metode yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel ketika jumlah populasi diketahui, dan peneliti ingin memperoleh tingkat kesalahan tertentu. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari populasi, digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% ($e = 0,10$). Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

E : Presentase ketidakelitan karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

$$n = \frac{85}{1 + 85 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{85}{1 + 85 (0,01)}$$

$$n = \frac{85}{1 + 0,85}$$

$$n = \frac{85}{1,85}$$

$$n = 45,95$$

Dari hasil perhitungan di atas dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka yang akan menjadi sampel dari penelitian ini sebesar 45,95 yang dibulatkan jadi 46 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner tertutup kepada responden yang telah ditentukan berdasarkan kriteria simple random sampling, yaitu pengambilan sampel secara acak dari populasi yang homogen. Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator dari masing-masing variabel penelitian, yakni modal, lokasi, e-payment, dan pendapatan pedagang. Pernyataan dalam kuesioner ini diukur menggunakan Skala Likert lima tingkat, yaitu: Sangat Tidak Setuju (Skor 1), Tidak Setuju (Skor 2), Netral (Skor 3), Setuju (Skor 4), dan Sangat Setuju (Skor 5).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi dasar (uji normalitas, uji homogenitas, dan uji linearitas), uji asumsi klasik (uji multikolinearitas), analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), uji f (simultan) dan uji koefisien determinasi (R^2)

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Modal

	Pearson		
--	----------------	--	--



Nama Item	Correlatioan (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0.692	0,291	Valid
X1.2	0,690	0,291	Valid
X1.3	0,618	0,291	Valid
X1.4	0,681	0,291	Valid
X1.5	0,650	0,291	Valid
Nama Item	Pearson Correlatioan (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0.692	0,291	Valid
X2.2	0,690	0,291	Valid
X2.3	0,618	0,291	Valid
X2.4	0,681	0,291	Valid
X2.5	0,837	0,291	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Lokasi

Nama Item	Pearson Correlatioan (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,610	0,291	Valid
X3.2	0,767	0,291	Valid
X3.3	0,688	0,291	Valid
X3.4	0,709	0,291	Valid
X3.5	0,660	0,291	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas E-Payment

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Pendapatan

Nama Item	Pearson Correlatioan (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Y1.1	0,754	0,291	Valid
Y1.2	0,721	0,291	Valid
Y1.3	0,616	0,291	Valid
Y1.4	0,677	0,291	Valid
Y1.5	0,689	0,291	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Berdasarkan uji validitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item menghasilkan skor $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka bisa disimpulkan bahwasannya seluruh instrumen pada penelitian ini bisa dikatakan valid serta menunjukkan bahwa setiap pertanyaan cocok dan bisa diandalkan menjadi alat penelitian.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach' Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Modal	0,786	0,60	Reliabel
Lokasi	0,799	0,60	Reliabel
E-Payment	0,716	0,60	Reliabel
Pendapatan	0,727	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Berdasarkan uji reliabilitas table 4.5 diketahui kedua variabel X yaitu Modal, Lokasi dan E-Payment serta variabel Y yaitu Pendapatan memiliki Cronbach' Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bersifat reliabel.

Tabel 4.6
Uji Normalitas

One –Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	46
Normal Parameters ^{a,b} Mean	.0000000
Std. Deviation	.70748420
Most Extreme Absolute	.046
Differences Positive	.036
Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z	.046
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^d

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 Primer yang diolah SPSS 27

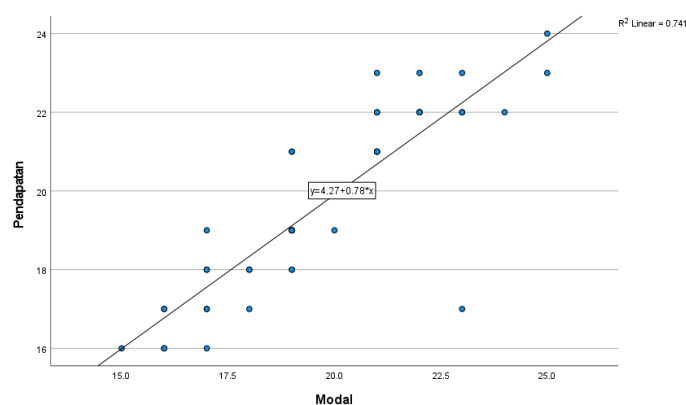
Berdasarkan tabel di atas, dari hasil uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tingkat signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian terdistribusi normal.

Tabel 4.7
Uji Homogenitas Data
Test of homogeneity variances

	Levene Statistic	Df ₁	Df ₂	Sig
Modal(X1)	1.800	7	37	117
Lokasi(X2)	1.612	7	37	171
E-Payment(X3)	2.241	7	37	184

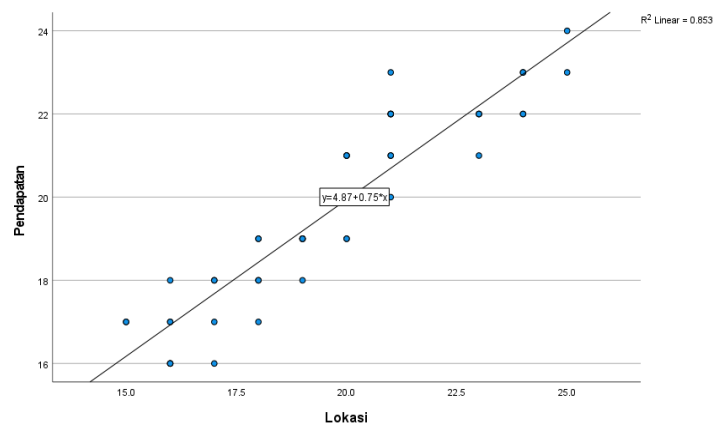
Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Pada tabel 4.6 di atas X1 diperoleh nilai signifikansi sebesar 1,800 lebih besar dari 0,05, X2 nilai signifikansinya sebesar 1,612 lebih besar dari 0,05 dan X3 nilai signifikansinya sebesar 2,241 lebih besar dari 0,05 maka dari itu dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dapat dinyatakan bersifat homogeny artinya sampel yang diambil dari populasi yang sama dapat di anggap mewakili seluruh varians yang sama.

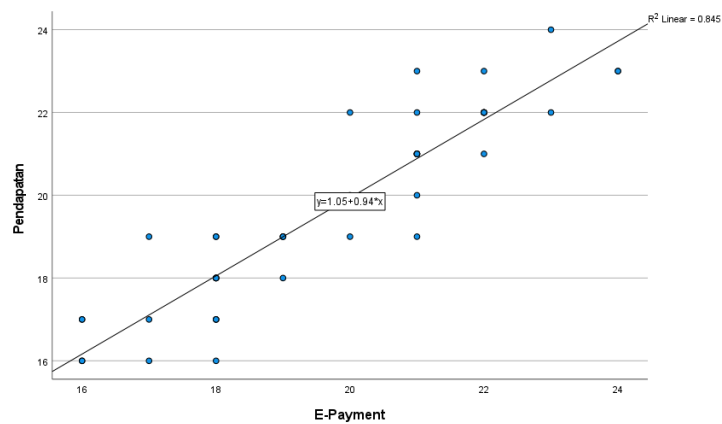


Sumber: Data Primer diolah SPSS 27

Gambar 4.1
Hasil Uji Linearitas Modal
Terhadap Pendapatan



Hasil Uji Linearitas Lokasi
Terhadap Pendapatan



Hasil Uji Linearitas E-Payment
Terhadap Pendapatan

Pada gambar 4.1, 4.2 dan 4.3 di atas dapat dilihat bahwa titik – titik pada scatterplot menyebar dari kiri bawah menuju kanan atas. Sehingga dapat

dikatakan bahwa hubungan linier antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Modal	0,285	3.508	Multikolinearitas
2	Lokasi	0,161	6.195	Multikolinearitas
3	E-Payment	0,168	5.961	Multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa angka tolerance dari variabel independen semuanya menunjukkan angka $> 0,10$, hal ini berarti bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Kemudian untuk angka variabel inflation faktor (VIF), semua variabel independen menunjukkan $VIF < 10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen tersebut.

Tabel 4.9
Model Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.691	1.019		1.660	.104
Modal	.198	.080	.218	2.462	.018
Lokasi	.331	.096	.406	3.445	.001
E-Payment	.384	.119	.374	3.238	.002

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Secara sistematis, persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$\text{Pendapatan} = 1.691 + 0,198 \text{ Modal} + 0,331 \text{ Lokasi} + 0,384 \text{ E-Payment}$$

Berdasarkan model regresi linier berganda pada tabel 4.14 di atas dapat diketahui informasi bahwa peningkatan modal akan mampu meningkatkan pendapatan sebesar 0,198, peningkatan lokasi yang baik maka juga akan meningkatkan pendapatan sebesar 0,331 dan peningkatan e-payment akan

mampu juga meningkatkan pendapatan sebesar 0,384 jika variabel lain dikatakan tetap atau konstan.

Tabel 4.10
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.691	1.019		1.660	.104
Modal	.198	.080	.218	2.462	.018
Lokasi	.331	.096	.406	3.445	.001
E-Payment	.384	.119	.374	3.238	.002

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Dilihat dari tabel 4.10 di atas, masing-masing nilai t hitung dan signifikansi variabel bebas. diketahui nilai t tabel 1,691 pada signifikansi 0,05. Dengan demikian diperoleh hasil:

Uji hipotesis Modal (X1) terhadap Pendapatan (Y1). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai t hitung sebesar 2,462 > t tabel 1,691 (nilai t tabel untuk n 46 dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar 0,001 < 0,05.

Uji hipotesis Lokasi (X2) Pendapatan (Y1). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh t hitung sebesar 3.445 > t tabel 1,691 (nilai t tabel untuk n 46 dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar 0,001 < 0,05.

Uji hipotesis E-Payment (X3) Pendapatan (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh t hitung sebesar 3.238 > t tabel 1,691 (nilai t tabel untuk n 46 dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar 0,002 < 0,05.

Tabel 4.9
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	217.215	3	72.405	135.012	.000 ^b
Residual	22.524	42	.536		
Total	239.739	45			

a. Dependent Variable: Pendapatan
b. Predictors: (Constant), E-Payment, Modal , Lokasi

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Dari hasil analisis data Anova pada tabel diatas dapat diperoleh bahwa nilai F hitung sebesar 135.012 sedangkan nilai Ftabel dengan signifikansi 5% (0,05) sebesar 4,005 adapun untuk menguji F, caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus $df1 = k-1$. Kemudian menentukan derajat bebas (df) untuk penyebut df2 dengan rumus $df2 = n-k$, dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.952 ^a	.906	.899	.732
a. Predictors: (Constant), E-Payment, Modal , Lokasi				

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 27

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai R Square 0,906 atau 90,6 %. Besarnya nilai R Square menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu modal, lokasi dan e-payment mampu mempengaruhi variabel terikat yaitu sebesar 0.906 berarti 90.6% variabelitas dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh model regresi ini. dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.899 menunjukkan bahwa 89.9% variabelitas dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh model, setelah disesuaikan dengan jumlah prediktor dalam model.

4.2 Pembahasan

1. Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kutau Manna

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh bahwa variabel modal (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pendapatan pedagang (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji t yang menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,462 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,691 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima. Artinya, peningkatan modal secara nyata berdampak pada peningkatan pendapatan pedagang di Pasar Kutau Manna.

Koefisien regresi yang diperoleh adalah 0,198, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan modal akan meningkatkan pendapatan pedagang sebesar 0,198 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Dengan kata lain, modal usaha merupakan faktor penting yang mendukung pertumbuhan pendapatan pedagang. Modal memungkinkan pedagang

untuk memperluas skala usaha, meningkatkan jumlah persediaan barang, serta memperbaiki kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan.

Penelitian yang peneliti lakukan sejalan dengan teori dari Adam Smith. yang dapat menyatakan bahwa modal adalah unsur produksi yang peran secara aktif akan menentukan tingkat output. Jumlah output yang dihasilkan sangat ditentukan oleh berapa besar modal yang digunakan. Fungsi produksi yaitu sejumlah modal hanya dapat menciptakan tingkat output tertentu dalam suatu kegiatan produksi (Todaro, 2000).

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Budi Prihatminingtyas tahun 2019 dalam Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi Vol. 7, No.2 yang berjudul "Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Landungsari". Hasil Penelitian ini menunjukan bahwa variabel Modal dan Lokasi usaha berpengaruh signifikan sedangkan variabel Lama usaha dan jam kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pedagang pasar landungsari (Prihatminingtyas, 2019).

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kutau Manna

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang (Y) di Pasar Kutau Manna. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,445 dengan signifikansi 0,001, yang berarti lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,691 pada taraf signifikansi 5%. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima, dan hipotesis nol (H_o) ditolak.

Koefisien regresi untuk variabel lokasi adalah 0,331, yang berarti bahwa setiap peningkatan skor lokasi usaha akan meningkatkan pendapatan pedagang sebesar 0,331 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Temuan ini menegaskan bahwa lokasi usaha yang strategis, mudah diakses, aman, dan memiliki fasilitas memadai sangat penting dalam menarik konsumen dan meningkatkan volume penjualan.

Dari penelitian yang dilakukan bahwa peneliti yang peneliti lakukan sejalan dengan penelitian. Kilkeny dan Jacques mengatakan bahwa penerapan konsep lokasi perusahaan sebagai produsen atau pihak yang menghasilkan barang terhadap produsen di lokasi pasar memiliki beberapa hal yang cenderung identik. Pada prinsipnya produsen akan memilih lokasi produksi yang dekat dengan pasar, terutama dalam menghemat biaya transportasi. Tingginya biaya transportasi dalam pengangkutan hasil produksi akan menyebabkan harga barang juga semakin tinggi. maka keuntungan bagi produsen dari hasil penjualan akan lebih kecil

dibandingkan bila biaya transportasi bisa ditekan dengan memperkecil jarak dari lokasi produsen atau perusahaan ke lokasi pasar (Kilkenny, Maurenn and Jacques, 1998).

3. Pengaruh E-Payment Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kutau Manna

Berdasarkan hasil uji t, variabel E-Payment (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang (Y) di Pasar Kutau Manna. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,238, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,691, dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima, dan penggunaan sistem E-Payment berpengaruh nyata terhadap peningkatan pendapatan pedagang

Koefisien regresi sebesar 0,384 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan dalam penerapan E-Payment akan meningkatkan pendapatan pedagang sebesar 0,384 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Ini menunjukkan bahwa digitalisasi transaksi melalui E-Payment memberikan efisiensi dan kemudahan dalam proses jual beli, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta membuka peluang penjualan lebih luas terutama kepada konsumen yang lebih menyukai transaksi nontunai.

Dalam konteks Pasar Kutau Manna, penggunaan E-Payment masih tergolong baru, namun telah menunjukkan pengaruh yang cukup signifikan. Adopsi metode pembayaran digital seperti QRIS, e-wallet (OVO, Dana, GoPay), dan transfer bank memberi kemudahan bagi pembeli serta mempercepat proses transaksi. Hal ini juga mengurangi risiko kehilangan uang tunai dan memperkuat pencatatan keuangan bagi pedagang (Nugrahini, D. E., & Hijri Alfian, 2023).

Namun, keberhasilan implementasi E-Payment juga bergantung pada beberapa faktor pendukung seperti akses internet, ketersediaan perangkat digital (smartphone), serta literasi digital para pedagang dan pembeli. Maka dari itu, diperlukan dukungan teknologi agar para pelaku usaha dagang yang ada di pasar tradisional Kutau Manna mampu memanfaatkan E-Payment secara optimal untuk mendorong pertumbuhan pendapatan.

4. Pengaruh Modal, Lokasi dan E-Payment Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kutau Manna

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan uji F yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel modal, lokasi, dan e-payment memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap pendapatan pedagang di Pasar Kutau Manna. Hal ini ditunjukkan

dari hasil uji F yang menghasilkan nilai Fhitung sebesar 135,012, lebih besar dari Ftabel sebesar 4,005, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Ini berarti hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang menyatakan bahwa ketiga variabel independen (modal, lokasi, dan e-payment) secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang muslim di pasar tersebut.

Lebih lanjut, hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,906 menunjukkan bahwa sebesar 90,6% variasi dalam pendapatan pedagang dapat dijelaskan oleh variabel modal, lokasi, dan e-payment, sedangkan sisanya (9,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Dengan kata lain, besarnya kontribusi ketiga variabel tersebut terhadap pendapatan menunjukkan bahwa keberhasilan pedagang di pasar tradisional tidak hanya bergantung pada satu faktor saja, tetapi merupakan hasil sinergi dari kecukupan modal usaha, pemilihan lokasi strategis, dan pemanfaatan teknologi digital dalam bentuk sistem pembayaran elektronik (e-payment). Modal memungkinkan pedagang memperluas jenis dan jumlah barang dagangan, lokasi strategis membantu meningkatkan jumlah konsumen yang datang, dan e-payment mempermudah proses transaksi serta menarik segmen konsumen yang lebih luas, khususnya generasi digital.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugrahini & Hijri Alfian, Metode e-payment bisa berupa pembayaran menggunakan kartu debit, kartu kredit, virtual account, maupun top-up saldo pada e-wallet yang terhubung dengan e-commerce, misalnya untuk Shopee dapat menggunakan shopeepay, Tokopedia dapat menggunakan Gopay dan masih banyak lagi. Selain itu, banyak e-commerce yang menawarkan sistem paylater, yaitu metode pembayaran yang menawarkan angsuran tanpa perlu menggunakan kartu kredit. Pembayaran-pembayaran tersebut merupakan alternatif pembayaran yang ditawarkan selain menggunakan sistem COD (Nugrahini, D. E., & Hijri Alfian, 2023).

Oleh karena itu, untuk meningkatkan pendapatan pedagang di pasar tradisional seperti Kutau Manna, intervensi harus dilakukan secara menyeluruh pada ketiga aspek ini: mempermudah akses modal, perbaikan infrastruktur lokasi pasar, dan edukasi serta penyediaan fasilitas untuk adopsi e-payment.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

1. Modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di pasar kutau manna karena berdasarkan hasil nilai signifikansi untuk pengaruh modal terhadap pendapatan adalah 0,001. dimana nilai tersebut kurang dari α (0,05). maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima.
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di pasar kutau manna karena berdasarkan hasil nilai signifikansi untuk pengaruh lokasi terhadap pendapatan adalah 0,001. dimana nilai tersebut kurang dari α (0,05). maka dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima.
3. E-Payment berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di pasar kutau manna karena berdasarkan hasil nilai signifikansi untuk pengaruh e-payment terhadap pendapatan adalah 0,002. dimana nilai tersebut kurang dari α (0,05). maka dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima.
4. Modal, Lokasi dan E-Payment secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di pasar kutau manna karena berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 135,012 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dan lebih besar dari nilai F tabel sebesar 4,005 ($F_{hitung} > F_{tabel}$). maka dapat disimpulkan bahwa H_{a4} diterima.

5.2 Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan awal bagi peneliti berikutnya dalam mengkaji faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di pasar tradisional, seperti kualitas produk, pelayanan konsumen, persaingan pasar, serta kebijakan pemerintah daerah yang berkaitan dengan pengelolaan pasar tradisional. Selain itu, disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas cakupan wilayah studi dan jumlah responden yang diteliti, serta Penelitian dengan pendekatan kualitatif juga dapat dipertimbangkan agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap dinamika sosial ekonomi para pedagang Muslim di pasar tradisional.
2. Untuk pengembangan variabel, disarankan untuk menelaah lebih dalam aspek pendapatan dengan menambahkan indikator seperti kestabilan pendapatan, sumber pendapatan tambahan, serta tingkat kesejahteraan keluarga. Sedangkan untuk variabel e-payment, dapat dikaji lebih lanjut mengenai tingkat literasi digital pedagang, keamanan transaksi, dan preferensi penggunaan platform digital tertentu. Hal ini akan memperkaya pemahaman tentang bagaimana teknologi digital dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang di era ekonomi modern.

6. Daftar Pustaka

A, Ardiansari, "*Pengaruh Adanya Sistem Penjualan Online Terhadap Pasar*

- Tradisional Benowo Surabaya*" Jurnal Mitra Manajemen, 6.4 (2022)
- Berry J, L Brian, *Geography of Market* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hal, 1967)
- Djojodipuro, *Teori Lokasi* (Lembaga Penerbit FE-UI, 1992)
- E, D Nugrahini, A, Alfian Hijri, "*Persepsi Penggunaan E-Payment Di Era Cashless Society: Peran Nilai Online Shopping, Manfaat E-Payment Dan Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance)*" Jmm Unram - Master Of Management Journal, 12.1 (2023)
- Fitrisia, Agustiani, '*Perkembangan Ekonomi Pedagang Pasar Angso Duo Baru Jambi 2014-2021*' (Universitas Negeri Padang, 2021)
- J Gultom, I Setyawan, R Laksono, "*Peran kepercayaan dalam memediasi efek persepsi kemudahan dan persepsi nilai digital pada niat penggunaan kontinu e-payment*" Mediastima, 29.1 (2023)
- Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010)
- Kilkenny, Maurenn, T, F Jacques, '*Economics Of Location : A Selective Survey*' (Department of Economics Iowa State University, 1998)
- Masyhuri, *Ekonomi Mikro* (UIN Malang, 2007)
- M, A Muzaiyin, "*Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*" Jurnal Qawanin, 2.1 (2018)
- M, P Todaro, *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga* (Jakarta: Erlangga, 2000)
- N, Winarsih, "*Analisis Manfaat E-Payment Dari Perspektif Ekonomi Islam*" Development, 133 (2022)
- Pratiwi, Kartika, "*Analisis efektivitas program revitalisasi pasar tradisional dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang dan pengelolaan Pasar Pohgading*" E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, (2019)
- Prihatminingtyas, Budi, "*Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ladungsari*" Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi, 7.2 (2019)
- Suroto, *Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2000)
- S Fitriyani, T Murni, S Warsono, "*Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil*" Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 13.1 (2018)