

SKRIPSI

**DAMPAK SOSIAL *E-COMMERCE* TERHADAP TINGKAT
PENDAPATAN PEDAGANG TRADISONAL DI PASAR
WONOSOBO KAB.TANGGAMUS**

Oleh :

**SELPIYA
NPM. 2103010067**



**Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAM ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H / 2025 M**

**DAMPAK SOSIAL *E-COMMERCE* TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN
PEDAGANG TRADISONAL DI PASAR WONOSOBO
KAB. TANGGAMUS**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

SELPIYA
NPM. 2103010067

Pembimbing:

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAM ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H / 2025 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan permohonan untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka skripsi yang disusun oleh:

Nama : SELPIYA
NPM : 2103010067
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : DAMPAK SOSIAL *E-COMMERCE* TERHADAP TINGKAT
PENDAPATAN PEDAGANG TRADISONAL DI PASAR
WONOSOBO KAB.TANGGAMUS

Sudah saya setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqosyahkan

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, 18 Juni 2025
Dosen Pembimbing



Hermanita, M.M
NIP. 19730220 199903 2 001

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : DAMPAK SOSIAL *E-COMMERCE* TERHADAP TINGKAT
PENDAPATAN PEDAGANG TRADISONAL DI PASAR
WONOSOBO KAB.TANGGAMUS

Nama : SELPIYA
NPM : 2103010067
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Metro, 18 Juni 2025
Dosen Pembimbing



Hermanita, M.M
NIP. 19730220 199903 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-1560/In-28.3/D/PP.00.9/07/2025

Skrripsi dengan Judul **DAMPAK SOSIAL E-COMMERCE TERHADAP
TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR
WONOSOBO KAB TANGGAMUS**, Disusun Oleh : Selpiya, NPM.
2103010067, Program Studi : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang
munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Metro pada hari/tanggal : Kamis, 26 Juni 2025.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Hermanita, M.M

Penguji I : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Penguji II : Ananto Triwibowo, M.E.

Sekretaris : Fikri Rizki Utama, M.S.Ak, Akt.

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dwi Santoso, M.H.

NIP. 19670316 199503 1 001

ABSTRAK

DAMPAK SOSIAL *E-COMMERCE* TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG TRADISONAL DI PASAR WONOSOBO KAB. TANGGAMUS

Oleh:

**Selpiya
NPM. 2103010067**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak e-commerce terhadap tingkat pendapatan pedagang tradisonal di pasar wonosobo kab tanggamus, fenomena digitalisasi membawa perubahan signifikan dalam perilaku konsumen pasar yang berdampak langsung pada sistem penjualan, dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa kemajuan *e-commerce* memiliki pengaruh ganda, di satu sisi membuka peluang usaha baru namun di sisi lain mengakibatkan penurunan pendapatan bagi sebagian besar pedagang tradisonal yang belum beradaptasi dengan teknologi untuk penjualannya.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif lapangan yang bersifat deskriptif dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi. Penulis mewawancarai sumber data primer yaitu para pedagang pakaian dan perabotan, sumber data sekunder yaitu para pengunjung pasar wonosobo, wawancara dilakukan guna mendapatkan informasi lebih lanjut terkait dampak e-commerce terhadap para pedagang. Dan dokumentasi pada penelitian ini berupa data kondisi pasar yang di dapat dari kantor KUPT pasar wonosobo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* mempengaruhi tingkat turunnya penjualan para pedagang pakaian dan perabotan di pasar wonosobo, hal ini di lihat dari tingkat pendapatan terus menurun setelah maraknya *e-commerce* digunakan oleh masyarakat luas, mengalami penurunan sampai 40% dimana yang dulu mencukupi dan sekarang berkurang setiap harinya. Pentingnya peningkatan pemahaman literasi digital menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan daya saing pedagang tradisonal di era *E-commerce* saat ini.

Kata kunci : *E-commerce*, Pendapatan, Pedagang

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selpiya

NPM : 2103010067

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 26 Juni 2025
Yang menyatakan



Selpiya
NPM. 2103010067

MOTTO

..... فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ﴿١٥٩﴾

Maka apabila kamu telah bertekad, bertawakallah kepada Allah

(Q.S Al-Imran : 159)

“berusaha lah lebih keras dan penuh tekad dalam hidup namun untuk hasil tetap berada pada keputusan Allah maka selalu libat kan Allah pada setiap perjalanan mu”

“ aku mempertaruhkan nyawanya untuk lahir kedunia, jadi tidak mungkin tidak ada artinya”

PERSEMBAHAN

tidak ada kata yang pantas untuk di ucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya serta kemudahan yang engkau berikan kepada peneliti sehingga tulisan sederhana ini dapat terselesaikan ku persembahkan skripsi ku ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada :

1. Kepada cinta pertama semua putrinya, bapak Suhairi yang langkahnya selalu jadi panutan dalam hidup ku, yang mengajarkan ku tentang arti tanggung jawab yang selalu mengusahakan semuanya untuk ku dan saudara-saudara ku yang selalu bisa jadi tempat cerita untuk putri kecilnya terimakasih atas segalanya, usaha, do'a dan kerja kerasmu yang selalu memberi motivasi serta dukungan untuk peneliti sehingga bisa menyelesaikan study nya sampai mendapat gelar sarjana, sehat selalu serta panjang umur.
2. Kepada pintu syurga ku ibunda Helyana, terimakasih atas pengorban, do'a serta cinta kasih yang takpernah terukur selama ini, ibu memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, namun ibu selalu memberi semangat dan dukungan terbaik sehingga peneliti dapat menyelesaikan study nya sampai meraih gelar sarjana, sehat selalu panjang umur dan bahagia selalu karna mungkin di masa yang akan datang kita akan menemukan bahagia yang selalu jadi impian mu
3. Untuk kedua saudara ku Soni Pratama dan Sefanya Delia Putri, mungkin saat ini belum begitu mengerti ungkapan ini namun kelak saat sudah paham dengan makna kasih sayang yang sesungguhnya ku ucapkan terimakasih karna selalu mejadi teman untuk peneliti serta selalu membuat peneliti merasa di tunggu setiap kepulangan peneliti ke rumah, terimakasih atas dukunganya, tetap bahagia dan sehat serta panjang umur
4. Ibu Hermanita, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan ilmu, arahan dan bimbinganya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini

5. Lima sahabat seperjuangan dan amalia rahmadani yang cantik dan yang selalu merangkul satu sama lain dan selalu kebersamaan proses akademika serta teman teman angkatan 21 yang selalu memberi semangat, dukungan dan masukanya dalam penyusunan skripsi ini
6. *Last but not least*, terimakasih banyak untuk selpiya diri saya sendiri karena sudah berusaha dan kerja keras sampai sejauh ini meski tidak selalu mudah, terimakasih selalu mengusahakan menjadi versi terbaik dari hari kemaren meski seringkali harus melewati dengan rasa ragu dan takut, terimakasih telah tetap percaya meski sempat ragu dan selalu memilih untuk terus melangkah walau jalannya tak selalu mudah, aku bangga atas keberanian mu sampai saat ini untuk berani terus mencoba, gagal belajar dan bangkit. Karya ini adalah bukti bahwa kamu mampu dan semoga menjadi awal dari langkah-langkah besar berikutnya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan proposal ini.

Penyusunan proposal ini adalah sebagai salah satu bagian persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Stara 1 (S1) Ekonomi Syariah Fakultas dan Ekonomi Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Dalam upaya penyelesaian proposal ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Mujib Baidhowi, M.E selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dliyaul Haq, M.E.I. Selaku dosen pembimbing Akademik.
5. Ibu Hermanita M.M selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Kritik dan saran sangat peneliti harapkan sebagai upaya perbaikan dalam melakukan penelitian karya ilmiah selanjutnya. Dan pada akhirnya peneliti berharap hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah dan bagi pihak-pihak yang terkait.

Metro, 15 Maret 2025

Peneliti,



Selpiya

NPM. 2103010067

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vi
HALAMAN MOTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Penelitian Relevan	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pendapatan.....	12
1. Pengertian pendapatan	12
2. Jenis-Jenis pendapatan.....	14
3. Sumber Pendapatan Masyarakat.....	16
4. Unsur –Unsur Pendapatan	17
5. Faktor – faktor yang mempengaruhi pendapatan	18
B. Dampak.....	19
C. E-commerce.....	22

1. Pengertian E-commerce	23
D. Pedagang Pasar	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	27
B. Sumber Data	29
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	33
E. Teknik Analisis Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
1. Sejarah singkat pasar wonosobo kab.Tanggamus	36
2. Struktur organisasi kantor UPT pasar Wonosobo	37
3. Jumlah pedagang di pasar Wonosobo	38
B. Hasil Penelitian	39
C. Pembahasan Hasil Penelitian	48

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	50
B. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Alat Pengumpulan Data
3. Surat Izin Research
4. Surat Research
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto-foto Penelitian
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang paling mendasar dalam kehidupan manusia. Berkembangnya era globalisasi mengakibatkan banyak bermunculan model jual beli di kalangan masyarakat yang awalnya jual beli secara konvensional kini mulai beralih pada jual beli online (*e-commerce*). Jual beli merupakan kegiatan muamalah yang diperbolehkan dalam Islam.¹

seperti dalam firman Allah SWT pada qs. Al Baqarah ayat..275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya : “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.

¹ Aida Nur Afifah, *Jual Beli Yang Sah Menurut Islam : Ayat Al-Qur'an Dan Hadist Sebagai Pedoman*, Dalam *Jurnal Manajemen Binis Syariah* , Vol. 1 No. 2, (2024), Hal. 2

Surah ini menegaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, serta memperingati bahayanya, dalam hal jual beli online, ayat ini menjadi sangat relevan karena islam memperbolehkan jual beli selama memenuhi syarat sah, seperti adanya penjual dan pembeli, barang yang jelas, harga yang disepakati, dan kesepakatan (akad) yang sah serta penipuan meski di lakukan dengan cara digital. Tetapi praktik jual beli online bisa menjadi bermasalah jika mengandung unsur riba.

Teknologi juga telah mengubah cara kita hidup, bekerja, dan berinteraksi. Kegiatan ekonomi di era globalisasi merupakan perubahan yang sangat cepat melalui media elektronik dengan adanya internet lebih di kenal dalam pemasaran sebagai sistem online semakin di gemari dan menjadi kebutuhan konsumen dan produsen. E-commerce, atau Elektronik Commerce, merujuk pada proses pembelian dan penjualan baik barang maupun jasa yang dilakukan secara elektronik melalui internet dan jaringan computer lainnya.²

Indonesia, merupakan negara dengan platform e-commerce yang berkembang pesat yang disebabkan oleh keterjangkauan dan kemudahan dalam penggunaannya. Hadirnya e-commerce memperkenalkan fenomena cara hidup baru kepada masyarakat, dengan cara konsumen sebelum melakukan pembelian mereka lebih memilih menghabiskan waktu hanya untuk meneliti produk secara online dibandingkan pergi ke toko di pasar tradisional. Terutama berlaku pada e-commerce yang telah menambahkan kemampuan fitur-fitur baru yang dapat memudahkan pengguna mengakses

²Arnold dkk, *"Dampak e-commerce terhadap perilaku konsumen dan strategi bisnis"*, politeknik binama dani, bekasi, 2022, hal. 57

apa saja yang berhubungan dengan pembelian hanya dengan satu situs web e-commerce.

Hal ini sejalan dengan penjelasan yang menghasilkan beberapa pemaparan mengapa generasi milenial lebih gemar membeli secara online. Pertama, di Indonesia pelaku penjualan e-commerce sering mengadakan promosi. Kedua, produk yang dibeli secara online lebih murah. Ketiga, e-commerce memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja tanpa harus menguras tenaga dan memakan waktu untuk mencari produk yang diinginkan dari toko ke toko. Keempat e-commerce mempunyai reputasi positif.³ Kelima, pilihan metode pembayaran di e-commerce banyak, dan keenam pengiriman barang cukup cepat. Sosial ecommerece merupakan suatu hal yang sangat populer dikalangan remaja dan dewasa serta menyebar ke masyarakat luas akan tetapi remaja merupakan salah satu pengguna sosial e-commerece terbesar, di kalangan remaja dengnan adanya e-commerece atau sosial e-commerece dapat mengubah gaya hidup dengan mengikuti hal-hal yang sedang trending di media sosial.⁴

Berikut ini beberapa data mengenai e-commerce yang paling banyak dikunjungi oleh pengguna e-commerece sepanjang tahun 2023 :

NO	E-Commerce	Jumlah Pengunjung
1	Shopee	325 juta
2	Toko pedia	224,2 juta
3	Lazada	157,7 juta
4	Blibli	52,2 juta
5	Tiktok Shop	33,7 juta

³ Indah ariyaninur, 2014, “*digital pasar tradisonal perspektif teori perubahan sosial*”, jurnal analisis sosiologi

⁴ Mahir Pradana, 2015 “*klasifikasi bisnis e-commerece di indonesia*” dalam jurnal MODUS Vol, 27 (2), hal. 8

Berdasarkan data Goodstats menunjukkan bahwa, Indonesia telah memiliki 178,94 juta konsumen pasar online atau e-commerce pada tahun 2022. Jika dibandingkan dengan 158,65 juta pengguna pada tahun sebelumnya, terjadi peningkatan sebesar 12,79%. Berdasarkan tren saat ini, tampaknya jumlah konsumen e-commerce di Indonesia semakin meningkat. Pada akhir tahun 2023 diperkirakan terdapat 196,47 juta pengguna, dan diperkirakan dalam empat tahun ke depan, jumlah konsumen e-commerce akan terus meningkat.

Dampak e-commerce terhadap tingkat pendapatan pedagang secara umum mencakup penurunan pendapatan akibat berkurangnya jumlah pelanggan yang beralih ke belanja online yang lebih praktis, murah, dan menawarkan berbagai promo menarik. Banyak pedagang pasar tradisional merasa kesulitan bersaing dengan penjual online yang mampu memberikan harga lebih kompetitif dan variasi produk lebih luas, sehingga volume transaksi di pasar fisik menurun drastis. Selain dampak ekonomi, e-commerce juga mengubah pola konsumsi dan perilaku sosial konsumen yang cenderung mengurangi interaksi langsung dengan pedagang, menyebabkan rasa terisolasi dan menurunnya hubungan sosial di komunitas pedagang pasar. Namun, pedagang yang mampu beradaptasi dengan teknologi digital dan memanfaatkan platform online dapat menemukan peluang baru untuk meningkatkan pendapatan, meskipun tantangan tetap besar terutama bagi pedagang yang kurang paham dengan teknologi. Secara keseluruhan, e-

commerce membawa perubahan sosial-ekonomi yang kompleks bagi pedagang, menuntut adaptasi strategi agar tetap bertahan di pasar modern.⁵

Dampak yang ditimbulkan oleh perkembangan e-commerce dapat bersifat positif maupun negatif. Pada sisi positif, penerapan e-commerce telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya jual-beli ekspor dan impor Indonesia. Dengan jangkauan yang luas di seluruh dunia yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Selain itu juga dimana aktivitas jual beli di tingkat lokal juga mengalami peningkatan yang sangat cukup signifikan.⁶ Namun, di balik dampak positif tersebut, selalu terdapat pula dampak negatif yang sulit dihindari. Penjualan di pasar tradisional dengan adanya e-commerce menyebabkan penurunan jumlah pengunjung konsumen di pasar tradisional yang mengakibatkan tingkat penjualan mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan penjualan yang terjadi pada platform e-commerce yang menawarkan promosi diskon sangat besar kepada konsumen, sehingga memberikan dampak yang sangat besar kepada pedagang yang ada di pasar tradisional. Menurunnya nilai produk atau barang di platform e-commerce membuat pasar tradisional kurang menarik untuk dikunjungi konsumen⁷. Sedangkan data yang menunjukkan pasar di Indonesia, Menurut badan pusat statistik pada tahun 2019 hingga saat ini pasar tradisional yang ada di Indonesia mencapai angka 15.657 dengan jumlah yang cukup

⁵ Gelberto Rimang, Khairil Anwar Dan Poppy Alvianolita Sanistasya “*Dampak E-Commerce Terhadap Tingkat Penjualan Di Pasar Klandasan II Kota Balikpapan*”. MARTABE VOL. 8 NO. 3, 2025, hal. 1003

⁶ Tutik Mustajibah, Agus trilaksana 2021, *dinamika e-commerce di Indonesia tahun 1999-2015, avatar-pendidikan sejarah*, Vol. 10.no.03 hal. 8

⁷ Ariyaninita, 2019, ‘*penataan pasar pasar tradisional di Indonesia berdasarkan teori*’

besar pasar-pasar tradisional yang tersebar di seluruh Indonesia mengalami penurunan pengunjung yang cukup drastis akibat adanya tokoh online atau e-commerce yang sedang marak digunakan masyarakat Indonesia saat ini.⁸

UMKM menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Namun, seringkali para pengusaha UMKM mengalami kesulitan dalam berkembang dan memperoleh pelanggan baru. Di sebabkan oleh beberapa hal dan banyak dari mereka terkendala oleh akses terbatas serta terbatasnya modal untuk memperluas pasar dan memperkuat citra merek.⁹

Pasar Wonosobo yang terletak di kecamatan Wonosobo merupakan satu-satunya pasar tradisional di kecamatan tersebut. Pasar ini berada di tengah permukiman warga dan dikelilingi pusat pelayanan masyarakat. Terdapat sekitar 105 pedagang yang menjual berbagai kebutuhan seperti pakaian, perabotan, alat tulis, dan barang kelontong. Sebelum maraknya e-commerce, pasar ini ramai dikunjungi karena menyediakan kebutuhan masyarakat secara lengkap dan mudah diakses. Namun, sejak pandemi COVID-19 hingga sekarang, kebiasaan belanja masyarakat mulai bergeser ke online. Akibatnya, aktivitas di pasar menurun drastis, terutama berdampak pada pedagang pakaian dan perabotan.

Hasil wawancara yang peneliti lakukan di lapangan menunjukkan bahwa meluasnya penggunaan e-commerce dan media sosial sangat

⁸<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTg3NSMy/sebaran-pasar-dan-pusat-perdagangan-menurut-klasifikasi.html>, di akses 28 Januari 2025

⁹ Ratama Gama, 2020, "Analisis transaksi jual beli online melalui website market place Shopee menurut konsep bisnis". Ekonomi dan bisnis Islam, vol.1

memengaruhi pendapatan pedagang Pasar Wonosobo, Kabupaten Tanggamus. Banyak pedagang terutama yang menjual pakaian dan perabotan, mengeluhkan turunnya jumlah pembeli karena masyarakat kini lebih memilih belanja online.

Untuk tetap bertahan, sebagian pedagang terpaksa menurunkan harga meski dengan keuntungan minim agar barang tetap terjual. Penurunan penjualan ini mulai dirasakan sejak pandemi COVID-19 dan terus berlanjut hingga sekarang. Akibatnya, pedagang hanya mampu memasok barang dalam jumlah terbatas. Bahkan, ada yang berharap e-commerce dibatasi agar aktivitas pasar tradisional kembali normal dan ekonomi yang ada di pasar dapat berjalan kembali.¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pedagang pakaian dan perabotan. Dimana terdapat 105 pedagang yang terbagi dalam beberapa kategori penjualan di peroleh hasil pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah maraknya penggunaan sosial e-commerce terhadap masyarakat luas:

Ibu iis mengatakan ‘‘untuk tingkat penjualan nya mengalami penurunan yang sangat drastis dimulai sejak adanya covid sekitar tahun 2020 dan mulai maraknya penjualan melalui e-commerce, otomatis tingkat pendapatan nya juga sangat menurun penjualan dengan barang seadanya akibat tingkat pendapat yang rendah serta harus melakukan pengurangan

¹⁰Observasi, di pasar Wonosobo kecamatan Wonosobo Kab.Tanggamus, pada tgl 25 Januari 2025

karyawan.¹¹” bapak Irvan mengatakan “ karena pengunjung pasar yang sepi barang saya hampir tidak berputar kalau tidak membanting harga, menjual dengan harga pokok keuntungan yang kecil agar barang tetap berputar, setelah adanya e-commerce pendapatan saya merosot sangat jauh, bahkan saat sudah mendekati bulan Ramadhan seperti sekarang juga pasar tetap sepi pengunjung apalagi untuk pedagang pakaian jadi untuk barang-barang yang ada di toko juga menurun beliau juga mengatakan kalo pasar sepi tidak hanya pedagang pakaian yang terdampak namu juga seperti angkutan umum, tukang parkir.”¹² dan ibu nanda mengatakan “ penurunan omset saya sangat drastis di mulai sejak covid dan setelah covid dan mengakibatkan barang banyak yang tidak keluar maka pendapatan yang menurun yang tidak dapat memenuhi stok barang baru akibat kekurangan modal”¹³ Untuk penjualan yang dilakukan oleh pedagang yang ada di pasar hanya melakukan perdagangan yang ada di pasar tidak mencari alternatif yang lain seperti berdagang secara online juga dengan kendala kurang nya memahami media sosial seperti sekarang.

Dapat di lihat dari gambaran di atas bahwa Maraknya penggunaan social e-commerce membawa dampak positif dan negatif. Masyarakat, termasuk remaja, kini lebih memilih belanja online untuk memenuhi kebutuhannya. Trend ini sulit diikuti oleh pedagang Pasar Wonosobo karena keterbatasan usia dan pemahaman teknologi. Akibatnya, pendapatan mereka

¹¹iis, pedagang pakaian, *wawancara* (pasar Wonosobo Kab. Tanggamus 25 Januari 2025, pukul 10:15 WIB)

¹²Irvan, pedagan pakaian, *wawancara* (pasar Wonosobo Kab. Tanggamus 25 Januari 2025, pukul 10:50 WIB)

¹³ Nanda, pedagang prabotan, *wawancara* (pasar wonosobo kab. Tanggamus 25 januari 2025, pukul 11 :25 WIB)

menurun seiring berkurangnya jumlah konsumen yang datang ke pasar, sehingga perputaran ekonomi pasar pun melemah.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, pertanyaan penelitian yang dapat dilihat yaitu : Bagaimana dampak sosial e-commerce terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di pasar wonosobo Kab. Tanggamus?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, tujuan penelitian ini dilakukan untuk lebih mengetahui fenomena atau gejala sosial yang menitik beratkan pola gambaran yang lengkap tentang fenomena yang diliht. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana dampak e-commerce terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di pasar Wonosobo Kabupten Tanggamus.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan akademisi serta peneliti sendiri dan juga diharapkan sebagai acuaan peneliti lain di kemudiaan hari.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan masukan terhadap pihak-pihak terkait, seperti pedagang pasar, marketing untuk meningkatkan penjualan.

D. Penelitian Relevan

Untuk menjaga keaslian peneliti dan agar tidak terjadi duplikasi penulis serta untuk memperkuat dan menganalisis melakukan penelitian yang relevan dengan tema yang penulis teliti. Dari penelusuran yang peneliti lakukan ada beberapa penulis dengan tema yang relevan yakni :

Pertama berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh Dyah ratna rohmania dkk yang berjudul pengaruh pasar online terhadap minat beli konsumen dan dampaknya pada pasar tradisonal (studi kasus di pasar tradisonal kaje) tujuan penelitian mengetahui pengaruh pasar online terhadap minat beli dan hal yang menjadi latar belakang konsumen untuk berbelanja di pasar online, metode logi penelitian kualitatif hasil penelitian hadirnya pasar online sebagai alternatif belanja. penelitian ini relevan di lihat dari beberapa aspek dan penelitian yang di teliti oleh peneliti yakni dampak sosial e-commerce atau media sosial, selain itu penelitian terdahulu dengan yang sekarang yakni menggunakan jenis penelitian kualitatif lapangan, Selanjutnya persamaan dari kedua penelitian terletak pada sifat penelitian. Pada peneliti dahulu sifat penelitiannya ialah deskriptif studi kasus, sedangkan peneliti yang sekarang menggunakan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Selain itu perbedaan juga terletak pada objek penelitian yakni dampak e-commerce terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar lokal Kab. Tanggamus.¹⁴

Kedua berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh Nurmala zaniye dengan judul analisis dampak online shop terhadap para pedagang di pasar

¹⁴ Dyah Ratna Rohmania dkk, “*pengaruh pasar online terhadap minat beli konsumen dan dampaknya pada pasar tradisonal (studi kasus di pasar tradisonal kaje)*”, Jurnal Sahmiyyah, Vol. 2, No. 1 (2023), hal.224-227

tradisional paningaran, bahwasanya sosial e-commerce sangat berdampak terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di Indonesia, penelitian di atas sebagai pembandingan bagi peneliti penelitian karna tema yang hampir sama hanya berbeda di subjek dan objeknya saja, penelitian di atas sama dengan peneliti sama-sama menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif serta pengumpulan data dengan wawancara. hasil penelitian pedagang menyadari bahwa jual beli online akan terus meningkat.¹⁵

Ketiga berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh vivi anggaraini yang berjudul analisis dampak online shop terhadap pendapatan pedagang pakiaian di pasar lama panyabungan kabupaten mandaling natal, penelitian ini relevan dilihat dari subjek penelitian yakni dampak e-commerece terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar kab. Tanggamus, selain itu penelitian terdahulu dengan yang sekarang ialah menggunakan jenis penelitian kualitatif lapangan. Selanjutnya yang menjadi persamaan dari kedua penelitian ialah terletak pada sifat penelitian. Pada peneliti dahulu sifat penelitiannya ialah deskriptif dan untuk peneliti sekarang juga menggunakan sifat penelitian deskriptif kualitatif, selain itu perbedaan pada kedua penelitian ini terletak pada objek penelitian yakni pasar wonosobo kab. Tanggamus dan pada letak geografis dimana daera wonosobo masih terlalu jauh dari perkotaan.¹⁶

¹⁵ Nurmala Zaneti dkk., ‘‘ Analisis dampak online shop terhadap para pedagang dipasar tradisonal paningaran’’, jurnal Sahmiyya, Vol. 2, No. 2, (2023). Hal. 377-379

¹⁶ Vivi Anggaraini, ‘ Analisis dampak online shop terhadap pendapatn pedagang pakiaian di pasar lama penyaungan kabupaten mandailing natal’’, padang sidimpuaan, 2024, hal. 12-16

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pendapatan

1. Pengertianan Pendapatan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pengertian pendapatan adalah penghasilan secara umum. Dalam perkembangannya. Pendapatan diartikan sebagai pendapatan yang diperoleh dari kegiatan, usaha, dan pekerjaan. Bisa juga diperoleh dengan menjual hasil produksinya ke pasar. Pendapatan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kelangsungan hidup seseorang dan perusahaan. Semakin tinggi pendapatan maka semakin besar kemampuannya. Orang maupun perusahaan yang akan mendanai seluruh pengeluaran dan kegiatan yang akan dilakukan. Tinggi rendahnya penghasilan seseorang berdasarkan pada umur, jenis kelamin, kemampuan, pendidikan dan pengalaman.¹

Pendapatan adalah hasilnya diterima oleh seseorang, berbagai komunitas seperti pertanian, nelayan, peternakan, buruh dan perdagangan juga bekerja di departemen pemerintah dan swasta. Pendapatan ekonomi diartikan sebagai nilai maksimum bisa dimakan oleh orang dalamnya periode seperti sebelumnya. Definisi itu berfokus pada total Jumlah belanja konsumen dalam suatu periode.²

¹ Abdul hakim, Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit Dikecamatan Segah, *Jes (Jurnal Ekonomi STIEP)*, VOL.3 NO.2 november 2018, hal 32

² Nurul Amalia Sari, *Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar*, Seminar Nasional Teknologi Informatika, Tahun 2017, hal 8

Pendapatan menurut Solihin dalam buku teori pendapatan merupakan seluruh penerimaan, baik tunai atau bukan tunai yang merupakan hasil dan penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu, menurut Wiyohasmono adalah keseluruhan hasil yang di dapat dari suatu usaha atau aktivitas sedangkan penerima merupakan hasil yang di dapat dari usaha atau kegiatan tertentu.³

Dalam perekonomian pasar, pendapatan terutama tergantung pada upah, yaitu tergantung pada produktivitas sumber daya yang dimilikinya. Masalah dalam alokasi pendapatan atas dasar produktivitas adalah bahwa ada sebagian orang akan mengalami kesulitan untuk mendapatkan pendapatan. Pada kenyataannya sebagian besar pendapatan antara rumah tangga mencerminkan nya sumberdaya pasar secara normal, yaitu pekerja diberi imbalan atas dasar produktivitasnya.⁴

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli maka dapat ditarik kesimpulan oleh peneliti bahwa pendapatan merupakan bagian penting dari kehidupan pendapatan ialah hasil atau upah yang di dapat oleh seseorang dari kerja usaha serta penghasilan yang di dapat maupun di terima dari berbagai sumber baik gaji, keuntungan investasi maupun hasil penjualan yang di lakukan oleh seseorang, pendapatan juga merupakan salah satu faktor penting pada ekonomi yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari serta untuk mencukupi kebutuhan rumah tangga.

³ Anggia Rahmadhan Dkk, *Teori Pendapatan* (Tahta Media Grub, 2023), hal. 01

⁴ Wiliam A.Meachern, *Ekonomi Mikro Pendekatan Kontemporer*, (Jakarta : PT Selemba Emban Patria, 2001) Hal. Bab 14

2. Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Sukirno pendapatan adalah penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh masyarakat.

Berikut adalah jenis pendapatan yang dibagi dalam dua bentuk, yaitu:

- a. Pendapatan Ekonomi Sejumlah uang yang dapat digunakan oleh keluarga dalam suatu periode tertentu guna membelanjakan diri tanpa mengurangi atau menambah asset netto (net asset), termasuk dalam pendapatan ekonomi antara lain upah dan gaji, pendapatan bunga deposito, penghasilan transfer dari pemerintah dan lain sebagainya adalah yang dimaksud dengan pendapatan ekonomi.
- b. Pendapatan uang Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang sebagai dihasilkan keluarga dalam periode tertentu sebagai balas jasa atau faktor produksi yang diberikan karena tidak memperhitungkan pendapatan bahkan kas (non kas), terutama penghasilan transfer, biasanya cakupan pendapatan uang ini lebih sempit dari pendapatan ekonomi.

Pada dasarnya pendapatan itu timbul dari penjualan barang dan penyerahan jasa kepada pihak lain dalam periode akuntansi tertentu. Pendapatan dapat timbul dari penjualan, proses produksi, pemberian jasa termasuk pengangkutan dan proses penyimpanan (earning proses). Dalam perusahaan dagang, pendapatan timbul dari penjualan barang dagang. Pada

perusahaan manufaktur, pendapatan diperoleh dari penjualan produk selesai. Sedangkan untuk perusahaan jasa, pendapatan diperoleh dari penyerahan jasa kepada pihak lain.

Adapun jenis – jenis pendapatan dari satu kegiatan perusahaan adalah sebagai berikut :

1) Pendapatan operasional

Menurut Dyckman, Dukes dan Davis pada dasarnya pendapatan operasional timbul dari berbagai cara yaitu :

- a) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilaksanakan sendiri oleh perusahaan tersebut tanpa penyerahan jasa yang telah selesai diproduksi.
- b) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha dengan adanya hubungan yang telah disetujui, misalnya penjualan konsinyasi.
- c) Pendapatan dari kegiatan usaha yang dilaksanakan melalui kerja sama dengan para investor.

2) Pendapatan non operasional (pendapatan lain-lain)⁵

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pendapatan tidak hanya berasal dari hasil perdagangan atau pekerjaan atau tetapi dapat berasal dari penanaman modal dan bahkan berasal dari hadiah, pemberian orang lain, ataupun yang telah dikemukakan di atas.

⁵ Valen Abraham Lumingkawes, *pengakuan pendapatan dan beban atas laporan keuangan pada PT.Bank Sulut*, jurnal EMA, Vol.1, No. 3, juli 2013, hal. 201

Jenis-jenis pendapatan ini dibedakan menjadi:

1. Pendapatan asli, seperti pendapatan yang diterima oleh setiap orang yang langsung ikut serta dalam produksi suatu barang.
2. Pendapatan turunan (sekunder) seperti pendapatan dari golongan penduduk lainnya yang tidak langsung ikut serta dalam produksi barang. Misalnya pegawai negeri, ahli hukum dan dokter.

Pendapatan menurut perolehannya dibedakan menjadi:

1. Pendapatan kotor, pendapatan yang diperoleh sebelum dikurang pengeluaran dan biaya-biaya.
2. Pendapatan bersih, pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.⁶

3. Sumber Pendapatan Masyarakat

Pendapatan seseorang harus bisa digunakan untuk menentukan tingkat kesejahteraan sebab dengan pendapatan seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun dibawah ini sumber pendapatan masyarakat terdiri dari:

- a. Pada sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan. Sektor formal tersebut seperti Pekerjaan yang terikat dalam sebuah instansi perusahaan atau pemerintahan.

⁶ Angga rahmadan dkk, *teori pendapatan*, medan, tahta media grub, tahun 2023, hal.06

- b. Pada sektor informal berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti: penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain. Pada sektor subsisten merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman dan pemberian orang lain.

Pendapatan diketahui bahwa sumber pendapatan itu dapat melalui beberapa aspek dimana dapat dijabarkan menjadi tiga sumber pendapatan yaitu:

- a. Pendapatan operasional, yaitu pendapatan yang berasal dari aktivitas utama perusahaan.
- b. Pendapatan non operasional, pendapatan yang tidak terkait dengan aktivitas perusahaan, yaitu pendapatan yang didapat dari faktor eksternal.
- c. Pendapatan luar biasa (extra ordinary), yaitu pendapatan yang tak terduga dimana pendapatan ini tidak sering terjadi dan biasanya diharapkan tidak terulang lagi dimasa yang akan datang.

4. Unsur –Unsur Pendapatan

Pendapatan di peroleh dari unsur-unsur pendapatan yang dimaksud adalah asal dari pada pendapatan itu diperoleh, dimana unsur-unsur tersebut meliputi:

- 1) Pendapatan hasil produksi barang atau jasa.
- 2) Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva atau sumber-sumber ekonomis perusahaan oleh pihak lain.

- 3) Penjualan aktiva diluar barang dagangan merupakan unsur-unsur pendapatan lain-lain suatu perusahaan.

5. Faktor – faktor yang mempengaruhi pendapatan

Tingkat pendapatan dapat mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat, hubungan antara keduanya merupakan hal yang penting dari berbagai permasalahan ekonomi. Tinggi rendahnya pendapatan sangat bergantung kepada cara pengelolaan penerimaan pendapatannya.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan antara lain :

- a. Kondisi dan kemampuan pedagang Transaksi jual beli melibatkan pihak pedagang dan pembeli. Pihak pedagang harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan sekaligus mendapatkan pendapatan yang diinginkan.
- b. Kondisi pasar Pasar sebagai kelompok pembeli barang dan jasa meliputi baik tidaknya keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok pembeli, frekuensi pembeli dan selera pembeli.
- c. Modal Setiap usaha membutuhkan untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau

membayar biaya operasional agar tujuan pewirausaha meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.

- d. Kondisi organisasi perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan akan memiliki bagian penjualan yang semakin kompleks untuk memperoleh keuntungan yang semakin besar dari pada usaha kecil.
- e. Faktor lain Faktor lain yang mempengaruhi usaha yaitu periklanan dan kemasan produk.

Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi pendapatan para pedagang pasar yaitu modal. Modal usaha yang relatif besar jumlahnya akan memungkinkan suatu unit penjualan dengan banyak jenis produk. Dengan cara tersebut, pendapatan yang akan didapatnya juga semakin besar. Manunung dalam membangun sebuah bisnis dibutuhkan 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. Biasanya modal dengan biaya sendiri memberikan arti bahwa dana tersebut dipersiapkan oleh pembisnis yang bersangkutan.⁷

B. Dampak Sosial

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat, dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pengambilan keputusan.

⁷Samsul ma'arif, Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarejo Ungaran Kabupaten Semarang, *dalam jurnal Economics Development Analysis Journal* 2 (2) (2013) hal. 03

Seseorang yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil.⁸

Transformasi ini tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat, tetapi juga memengaruhi hampir semua sektor bisnis, termasuk pasar tradisional, yang selama ini menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat lokal. Pergeseran preferensi konsumen ke belanja daring menimbulkan tantangan baru yang signifikan bagi pasar tradisional, yang secara historis berperan sebagai salah satu elemen penting dalam keberlangsungan ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat.

Transformasi digital menimbulkan dua dampak yaitu dampak negatif dan dampak positif pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif). Dampak dibagi ke dalam dua yaitu:

1. Dampak Positif Dampak positif dari e-commerce yaitu dapat meningkatkan pendapatan. Hal ini diakibatkan oleh banyaknya pengguna e-commerce di Indonesia dan akan terus bertumbuh. Jika UMKM mampu untuk memenuhi faktor untuk menggunakan e-commerce, maka pendapatan akan dapat meningkat. Jangkauan pemasaran yang luas. Jangkauan pasar yang mampu dicapai oleh e-commerce dapat lebih besar dibandingkan dengan pasar tradisional biasa. Hal ini dikarenakan e-commerce yang sangat universal dan dapat diakses dimana saja dan siapa saja. Penghematan biaya. E-commerce sendiri tidak mempunyai tempat fisik yang dapat terlihat. E-commerce telah berbasis secara online.

⁸ Andres G.Ch. Tampi dkk, Dampak layanan badan penyelenggara jaminan sosial kesehatan terhadap masyarakat di Kelurahan Tingkulu, e-jurnal "*Dalam jurnal acta diurna*", vol. 5 No. 1, tahun 2016, hal.02

Dikarenakan hal tersebut, orang-orang yang ingin membeli barang tidak perlu repot untuk mengunjungi tempat membeli barang yang diinginkan.

2. Dampak Negatif Persaingan yang ketat. Dikarenakan pada zaman modern ini, telah banyak usaha atau bisnis yang menggunakan e-commerce sebagai landasan tempat berbisnis. Hal ini berakibat sulitnya berkompetisi dengan penjual yang telah mendapatkan pembeli yang loyal. Pencurian ide dan barang. Pada zaman kemajuan teknologi apapun bisa terlihat oleh semua orang secara bebas. Tidak terkecuali dengan informasi yang bersifat pribadi dapat terungkap. Dengan hal tersebut, cukup sulit bagi penjual yang baru saja ingin merintis bisnis. Penipuan dan kecurangan. Jika sebelum masuknya e-commerce sudah terdapat pencuri dan kejahatan. Pada e-commerce, hal tersebut tidak semata-merta menghilang. Malah bisa dibilang semakin memburuk. Dengan dikebangkannya trik dan tipu daya muslihat baru yang beradaptasi pada kemajuan teknologi, kita semakin sulit membedakan antara pengguna asli dengan penipu ulung.⁹

C. E-commerce

E-commerce merupakan suatu istilah yang sering di gunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet, dimana tidak seorangpun yang mengetahui jelas pengertian dari e-commerce tersebut. Berikut akan di paparkan pengertian *e-commerce* menurut para ahli:

⁹ Sadrah Zefanya Putra, Shasabila Titanie Harianto, “Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM”. Sitem Informasi Dan Ilmu Komputer. VOL. 3 NO. 2, JULI 2023, hal.9

1. Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk. McLeod Pearson.
2. Menurut Jony Wong pengertian dari electronic commerce adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. Jadi pengertian *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet dimana web site digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut.¹⁰

E-commerce didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui Internet. Dengan mengambil bentuk-bentuk tradisional dari proses bisnis dan memanfaatkan jejaring sosial melalui internet, strategi bisnis dapat berhasil jika dilakukan dengan benar, yang akhirnya menghasilkan peningkatan pelanggan, kesadaran merek dan pendapatan.

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

¹⁰ Ambo Aco dan Andi Hutami endang, “ Analisis bisnis *e-commerece* pada mahasiswa universitas islam negri alaudin makasar ”, teknik informatika saintek UINAM

mengandalkan teknologi berbasis internet untuk melaksanakan transaksi mereka.¹¹ Bisnis melalui e-commerce adalah transformasi dari aktivitas ekonomi baru-baru ini, menjadi wadah untuk mengatasi krisis ekonomi.¹²

1. Manfaat E-commerce

Kegunaan dan manfaat E-commerce dalam berwirausaha pada era industri sehingga seorang wirausaha dapat menambah penghasilan dalam usahanya. Beberapa manfaatnya adalah sebagai berikut :

- a. Pemasaran produk akan lebih mudah, dengan menggunakan iklan digital seperti iklan Google atau iklan Facebook, situs e-commerce dapat muncul di beberapa media sosial sehingga menarik minat warga untuk mengunjungi situs e-commerce.
- b. Dengan menggunakan E-commerce, pelanggan dapat membeli produk di situs E-commerce dimanapun dan kapanpun. Sehingga akan meningkatkan pendapatan dalam berbisnis.
- c. Dapat memperluas jangkauan pasar dalam skala nasional maupun internasional sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan.
- d. Tingkat kepercayaan pelanggan akan semakin ditingkatkan. Dibandingkan Toko Online, E-commerce lebih memiliki keamanan transaksi.
- e. Pengembalian produk cacat akan lebih mudah karena data transaksi akan disimpan di riwayat pembelian pelanggan¹³

¹¹ Mahir Prdana, “ Klasifikasi Bisnis E-commerce di Indonesia “, *MODUS* , Vol.27 (2): hal. 165-170, 2015

¹² Bambang Suhada, Dkk. Covid-19 Dan Pelaksanaan Fiqihyyah Qawa'id Dalam E-Commerce. Dalam *Jurnal Justicia: Jurnal Kajian Hukum Dan Sosial*, Vol. 177, No. 2, 2020, Hal.377

D. Pedagang Pasar

Pedagang adalah orang-orang yang melakukan kegiatan-kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencaharian mereka. Damsar mendefinisikan pedagang sebagai berikut: “Pedagang adalah orang atau instansi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung” Manning dan Effendi menggolongkan para pedagang dalam tiga kategori, yaitu:penjual borongan, pedagang besar, pedagang kecil.¹⁴

Pasar adalah tempat orang berjual-beli. Menurut Prianto pasar dijelaskan sebagai kumpulan para penjual dan pembeli yang saling berinteraksi, saling tarik-menarik kemudian menciptakan harga barang di pasar. Pasar pada umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki aktivitas jual beli yang sederhana, terjadi tawar menawar dengan alat pembayaran berupa uang tunai.¹⁵

Pasar selama ini di pahami juga sebagai tempat jual beli dan bertransaksi dan semua ini erat hubungannya dengan aktivitas ekonomi. Tarik menarik antar dua kepentingan, penawaran dan permintaan antara penjual dan

¹³ Manap Solihin Dan Dedi Sandika, “*E-Commerce Di Industri 4.0, “Bisnis Dan Ekonomi Asia No 2/2022, 297*

¹⁴ Phiter yulianus abgo dkk, “*Persepsi Pedagang Pribumi Terhadap Pedagang Pendatang Di Pasar Kajase Kabupaten Sorong Selatan, Papua Barat*”, univ samaratulangi manado,hal. 144

¹⁵ Wahyu Dwi Sutami, Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional, *Dalam Jurnal Biokultur*, Vol.1 No. 2, 2012, hal. 128

pembeli. Akan tetapi pasar juga di artikan sebagai lingkungan yang di pakai untuk sehari-hari.¹⁶

Akan tetapi dengan perkembangan yang semakin moderen saat ini muncul juga pasar online yang di sebut sebagai e-commerce, yang saat ini mendunia dan dapat di akses berbagai kalangan baik dari anak-anak remaja serta orang dewasa serta dapat di akses darimana saja kecumculaan nya memberi dampak baik secara positif maupun negatif. E-commerce menyediakan pasar bisnis potensial yang besar, dan harga yang efisien dan kompetitif adalah alasan e-commerce tumbuh secara inventif Kemudahan dan aksesibilitas yang dipromosikan oleh platform e-commerce telah memberikan peluang bagi bisnis baru atau eksportir untuk mengubah cara pandang masyarakat terhadap sistem belanja. Situasi ini tidak memerlukan toko offline, karena tidak ada biaya untuk membangun toko, dan bahkan dapat memudahkan pencarian pelanggan.

Namun hal ini juga menunjukkan potensi pertumbuhan pasar yang besar dalam berbelanja bagi perekonomian Indonesia. Salah satu aspek yang tergerus oleh modernisasi adalah pasar tradisional. Dalam kehidupan modern saat ini, pasar tradisional tidak hanya harus bersaing dengan pasar modern seperti mal atau supermarket, tetapi juga menjadi tantangan berat bagi pasar tradisional itu sendiri. Dalam proses inovasi di pasar tradisional, teknologi merupakan salah satu aspek yang ditekankan dalam perkembangan

¹⁶ Jj Rizal Dkk, *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*, (I-Jakarta : 2013) Hal. 12

atau kemajuan pasar. Secara umum, teknologi merupakan alat untuk mencapai tujuan demi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.¹⁷

¹⁷ Indriani Safira Dan Rizki Fani, “Analisis Dampak Pengaruh Adanya E-Commerece Terhadap Pedaang Konvensiaonal Di Situbondo”, *Dalam Jurnal Economina*, Vol. 3, No. 1, 2024, hal.97

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kualitatif, penelitian memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. yang ditujukan untuk memahami sebuah tindakan, perilaku dan pemikiran siapapun yang menjadi subjek dalam penelitian, kemudian data yang di peroleh di deskripsikan menggunakan kata-kata yang lebih efisien, peneliti berperan sebagai sumber utama dalam mengumpulkan serta memperoleh data. jenis penelitian ini kualitatif pendekatan yang di lakukan dengan cara memandang objek penelitian dan dikaitkan dengan fenomena yang ada.¹

Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.² Dimana peneliti sebagai kunci utama pengambilan sampel sumber data menitik beratkan pada observasi lapangan, dengan mengamati, menganalisis dan mencatat. Analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekan makna daripada generalisasi.³

¹ Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (Surabaya : Cipta Karya Nusantara, 2021) hal. 06

² Sandu syioto dan ali sodik, *dasar metodologi penelitian* (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015) hal. 27

³ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat ; CV Jejak, 2018) hal. 08

Penelitian yang dilakukan penulis termasuk jenis penelitian lapangan (field research) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang terjadi di lapangan.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa penelitian lapangan (field research) adalah penelitian yang secara langsung terjun kelapangan untuk mengumpulkan data di lokasi penelitian, dimana peneliti melakukan penelitian di Pasar Wonosobo Kabupaten Tanggamus dikarenakan penulis ingin memperoleh informasi yang ada. Sehingga peneliti mengumpulkan data secara langsung melalui wawancara serta mengajukan beberapa pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada pihak terkait, kemudian jawaban dari responden di catat sebagai bahan pembuktian penulis.

2. Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sifat penelitian deskriptif kualitatif, penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan suatu hasil penelitian, penelitian ini bertujuan memberikan deskripsi, penjelasan dan validasi mengenai fenomena yang ada secara sistematis.⁴

Penelitian kualitatif merupakan beberapa penemuan yang tidak bisa dicapai menggunakan prosedur statistika, penelitian ini digunakan untuk kegiatan penelitian kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional organisasi, aktivitas sosial dan ekonomi. Hasil penelitian

⁴ Muhammad Ramdhan., *Metode Penelitian* (Surabaya : Cipta Karya Nusantara, 2021) hal. 07

kualitatif berupa uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, maupun perilaku yang di amati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan masalah tertentu yang di kaji dari sudut pandang menyeluruh.⁵

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa jenis dan sifat penelitian kualitatif deskriptif yang dimana untuk menyimpulkan dan menggambarkan suatu keadaan yang nantinya data tersebut berupa fakta, tulisan deskripsi yang menggambarkan keadaan yang ada di lapangan tentang bagaimana dampak e-commerce terhadap tingkat pendapatan pedagang.

B. Sumber Data

Menurut V. Wiratna sujarweni sumber data adalah subjek dari mana asal data yang didapat oleh peneliti untuk melakukan penelitiannya. Apabila peneliti dalam penelitian misalnya menggunakan wawancara dalam pengumpuln datanya, maka sumber data itu di sebut responden yaitu artinya seseorang yang merespon dan menjawab pertanyaan, baik yang tertulis maupun lisan. Metode wawancara di lakukan pada 5 (lima) pedagang pakaian dan prabotan Pasar Wonosobo dari jumlah total pedagang pakaian 31 dan perabotan 6, sedangkan mamakai metode dokumentai yaitu berupa teknik

⁵ I Made Laut Martha Jaya, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori Penerapan Dan Riset Nyata, (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2020), hal. 06

yang digunakan untuk mengumpulkan data dan menyimpan data dalam bentuk gambar baik data dokumen, tulisan atau karya seseorang.⁶

Dalam hal ini penulis menggunakan dua sumber data dalam penelitian kualitatif yakni data primer dan sekunder :

1. Sumber Data primer

Sumber data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber pertama di lokasi penelitian, yang diperoleh dari informan maupun responden mengenai permasalahan berkenaan objek yang diteliti, yang diberikan secara langsung kepada peneliti.⁷

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari beberapa pedagang pasar tradisional di Pasar Wonosobo, Kabupaten Tanggamus. Peneliti menetapkan pedagang pakaian dan perabotan sebagai informan utama, karena jenis barang tersebut merupakan komoditas yang paling banyak diperjualbelikan melalui platform e-commerce. Jumlah informan yang ditetapkan sebanyak 10 orang, terdiri dari 5 pedagang pakaian dan 5 pedagang perabotan. Pemilihan informan didasarkan pada klasifikasi dari total 31 pedagang pakaian dan 6 pedagang perabotan yang ada di pasar tersebut. Informan dipilih secara purposive, yaitu pedagang yang telah lama berjualan di Pasar Wonosobo dan memiliki pelanggan tetap, sehingga dianggap memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan dengan topik penelitian.

⁶ Sujarweni dan V Wiratna, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Pustaka Biru, 2019), hal.

⁷ Rahmadi, *Pengantar Metodelogi Penelitian*, (Banjarmasin : Antasari Press, 2011), hal. 71

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pendukung yang di dapat dari sumber kedua yang dapat di peroleh baik dari informasi yang sudah tersebar serta buku-buku yang di tulis orang lain, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang di butuhkan, data yang di peroleh dari sumber yang bukan asli. Jadi data sekunder di peroleh dari beberapa pengunjung pasar dan pengelola Pasar Wonosobo serta beberapa tukang parkir yang ikut merasakan dampak dari berkembangnya e-commerce saat ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur atau metode dan strategi yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan di teliti. Dalam teknik ini ada beberapa cara yang di gunakan baik wawancara dan dokumentasi.⁸ namun peneliti hanya menggunakan dua cara yaitu :

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah bentuk dari beberapa pertanyaan yang berisi alur dan pembahasan masalah yang sedang di teliti oleh peneliti.

Wawancara di lakukan dengan 5 (lima) pedagang pasar wonosobo baik dari pedagang pakaian maupun pedagang perabotan, dengan beberapa pertanyaan salah satunya ialah bagaimana dampak yang di timbulkan e-

⁸ Mochamad Dkk, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jawa Timur : UMSIDA, 2023), hal. 50

commerece terhadap peningkatan pendapatan pedagang pasar dan siklus perputaran ekonomi pasar.⁹

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data yang apabila peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui serta mendapatkan hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya lebih sedikit. Dengan melakukan metode wawancara maka peneliti akan mendapatkan jawaban dari informan lebih banyak dan bisa mengetahui informasi tersembunyi dari informan.¹⁰

Dalam penelitian menggunakan wawancara terstruktur yaitu peneliti dalam melakukan wawancara telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut tentang permasalahan yang ada di pasar wonosobo mengenai dampak e-commerece pada tingkat pendapatan pedagang.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan teknik untuk pengumpulan data, setiap bahan tertulis ataupun foto, Teknik dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui penelaahan sumber tertulis seperti buku, laporan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya yang memuat data atau informasi yang diperlukan peneliti.

⁹ Hasil Observasi Dan Wawancara Dengan 5(Lima) Pedagang Pakaian Dan Perabotan Pasar Wonosobo, 25 Januari 2025

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : ALFABETA, 2013), hal. 137

Teknik pengumpulan data ini menggunakan dokumentasi untuk memperoleh data yang berhubungan dengan arah penelitian seperti sejarah tempat yang akan diteliti, profil tempat dan kegiatan yang ada pada Pasar Wonosobo Kabupaten Tanggamus.¹¹

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Pengujian terhadap keabsahan data terhadap penelitian kualitatif hanya di tekankan pada tingkat keabsahan data lebih di fokuskan atas data yang diperoleh, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kuantitatif berupa perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif.¹²

Dalam teknik penjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi teknik, dimana pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data serta sumber data yang telah ada. Jika peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data tersebut. Berikut merupakan triangulasi sumber dengan teknik pengumpulan data yang ada di Pasar Wonosobo Kabupaten Tanggamus.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah cara yang dilakukan untuk mengetahui kredibilitas informasi dengan membandingkan berbagai sumber. Informasi

¹¹ Rifa'i Abbubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : SUKA-Press, 2021)hal.114

¹² Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* , (Bandung : ALFABETA, 2013), hal. 270

kemudian dianalisis untuk memperoleh kesimpulan yang kemudian dimintakan kesepakatan (member check) dari sumber informasi tersebut.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan, peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk melakukan uji kredabilitas data. Teknik yang digunakan oleh peneliti yaitu dari wawancara dan dokumentasi untuk mencari kebenaran tentang data yang sudah di dapat dan di simpulkan oleh peneliti dari informan (sumber data). Kebenaran data yang sudah di dapatkan serta di simpulkan oleh peneliti dari informan yaitu pedagang Pasar Wonosobo.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik bertujuan untuk menguji kredibilitas informasi dengan cara mengecek informasi kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Peneliti melakukan penelusuran lebih lanjut dengan melakukan diskusi kepada sumber informasi atau sumber lain untuk mengkalifikasi mana informasi yang benar.¹³ Bisa jadi semua informasi benar meskipun berbeda, ini terjadi karena perbedaan sudut pandang setiap sumber informasi. Dengan cara peneliti melakukan teknik wawancara dan dokumentasi guna memperoleh data yang di harapkan.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dapat dimaknai sebagai suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan

¹³ Fany Rita Fiantika Dkk., *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Padang : PT. Globab Eklusif Teknologi, 2022), hal.108

dasar. Setelah itu dilanjutkan dengan penafsiran (interpretasi) data. Dengan bahasa lain teknik analisis data dapat dikatakan bahwa merupakan teknik yang digunakan untuk melakukan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Kemampuan menganalisis ini merupakan kecakapan dalam menggolongkan suatu ke dalam bagian-bagiannya, secara singkat analisis adalah langkah mengurai atau memecah dari satu bagian ke bagian lainnya.

Dalam melakukan analisis data, peneliti melakukan penatan secara sistematis terhadap data atau informasi yang terkumpul berdasarkan catatan hasil wawancara dan dokumen dengan cara melakukan klasifikasi, perbandingan dan pencarian hubungan antardata.¹⁴ Penataan seperti ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang objek yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan baru bagi orang lain.

Berdasarkan hal tersebut maka teknik analisis data yang di gunakan peneliti adalah :

a. Purposive sampling

Teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang dilakukan oleh peneliti, bukan menggunakan metode acak.

¹⁴ Rahmadi ‘ ‘ *Pengantar Metode Penelitian* ‘ ‘, (Banjarmasin : Antasari Press, 2011),hal.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Pasar Wonosobo Kab.Tanggamus

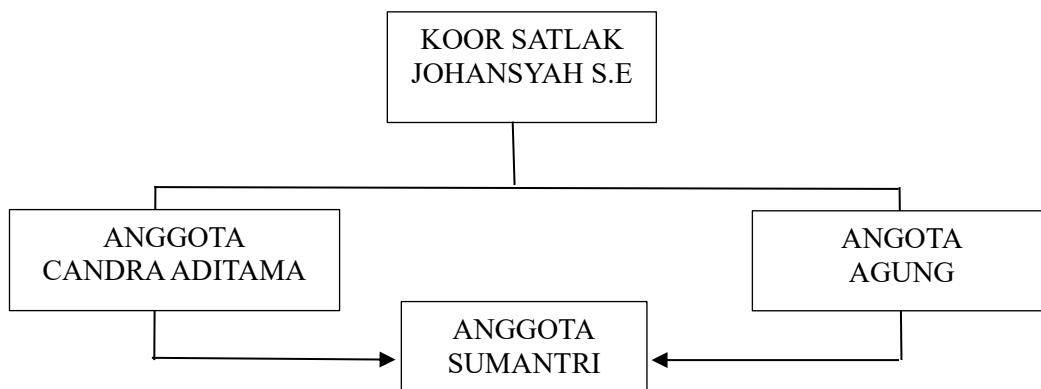
Provinsi Lampung di daerah kabupaten Tanggamus Kecamatan Wonosobo terdapat suatu pasar yang ada di kecamatan Wonosobo merupakan pasar satu satunya, pasar tersebut merupakan pasar tradisonal yang dari zaman dahulu sudah ada sampai saat ini dan semakin berkembang, dalam perkembangan terebut pasar wonosobo menjadi pasar yang menunjukan perkembangan yang lumayan baik dapat di lihat dari segi pembangunan maupun pengelolaannya

Perkumpulan masyarakat pada dasarnya saling bergantung satu sama lain, begitu pula dengan tingkat kebutuhan yang di miliki, untuk memenuhi kebutuhan pokok layaknya sandang, pangan dan papan, terciptalah suatu kelompok orang orang yang memperjual belikan barang daganganya dengan kecil-kecilan di tempat yang ramai dan sering di lewati oleh orang-orang. Seiring dengan bertambahnya masyarakat maka tingkat kebutuhan masyarakat juga semakin bertambah, dari situ terbentuklah tempat yang menetap untuk menjual barang daganganya. Semakin banyak masyarakat di desa tersebut maka semakin banyak juga kebutuhan yang harus terpenuhi untuk memenuhi kebutuhan berbelanja, maka terbentuklah suatu pasar. pasar ini di sebut sebagai pasar Wonosobo

karna merupakan pasar satu-satunya yang terletak di Kecamatan Wonosobo.

Pada tahun 1970 dimana pasar wonosobo mulai beroperasi sebagai pasar yang menetap, pada waktu itu yang berjualan di pasar wonosobo merupakan penduduk setempat dan hanya di tenda tenda kecil yang didirikan hanya menggunakan satu bilah kayu dan beberapa bahan plastik yang di gunakan sebagai atap,¹ setelah mulai berkembangnya zaman, pasar wonosobo di bangun pada tahun 1990 oleh pemerintah dengan bangunan sederhana. Setelah mengalami pembangunan yang sederhana seiring dengan berkembang pasar pada zaman itu maka menarik banyak pedagang lain yang juga dari luar daerah dan mulai memperjual belikan barang dagangannya di pasar wonosobo setelah banyaknya pedagang yang datang dari luar daerah, pasar wonosobo mulai ditata kembali oleh pemerintah pada tahun 2019 dengan memperkuat bangunan-bangunan serta membangun kios dan ios guna tempat berjualan bagi para pedagang.

2. Struktur organisasi kantor UPT pasar Wonosobo



Sumber data : Kantor UPT Pasar Wonosobo Kecamatan Wonosobo, Kab. Tanggamus

¹ Johansyah, ketua satlak pasar woosobo, *Wawancara*, (Kantor KUPT Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus, 3 Mei 2025. Pukul 11.49 WIB)

3. Jumlah pedagang di pasar Wonosobo

Pasar merupakan tempat yang akan selalu tetap mengalami perubahan secara terus menerus, baik dari pembangunan maupun luas area yang akan terus bertambah serta para pedagangnya waktu demi waktu. Ada banyak pedagang yang terdapat dipasar wonosobo kabupaten tanggamus dengan jenis penjualan yang berbeda-beda mulai dari pedagang pakaian dan juga perabotan serta pedagang alat sekolah, sepatu, penjual buah, sembako dan juga sayuran maupun pasar ikan dan masih banyak lainnya. Pedagang pasar wonosobo juga tidak hanya merupakan pedagang tetap akan tetapi ada juga pedagang yang kadang ada hanya musiman seperti pedagang baju sekolah serta ada juga pedagang yang menjual pada hari-hari tertentu saja karna pasar wonosobo juga terdapat sistem pasar harian.

NO	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1	Obat pertanian	1 pedagang
2	Alart rumah tangga	6 pedagang
3	Hordeng	2 pedagang
4	Snack	6 pedagang
5	Kelontong	18 pedagang
6	Pedagang gerabatan	1 pedagang
7	Pedagang kain	31 pedagang
8	Pedgang Alat tulis	1 pedagang
9	Pedagang sepatu	6 pedagang
10	Pedagang solat	1 pedagang
11	Pedagang jilab	2 pedagang
12	Pedagang sembako	3 pedagang
13	Pedagang sayuran	30 pedagang
14	Peagang mas dan perak	2 pedagang
15	Pedagang ikan	17 pedagang

Sumber data : Kantor UPT Pasar Wonosobo Kecamatan Wonosobo, Kab. Tanggamus

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di lapangan dengan cara melakukan wawancara terhadap 10 pedagang pasar wonosobo yang mana terdiri dari 5 pedagang pakaian dan 5 pedagang perabotan mengenai “Dampak Sosial *E-Commerce* Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Tradisional Di Pasar Wonosobo Kabupaten Tanggamus”.

Pendapatan para pedagang pakaian dan perabotan di pasar wonosobo mengalami penurunan yang cukup drastis akibat adanya *e-commerce* saat ini. Pendapatan merupakan hasil yang akan diperoleh dari jasa atau pekerjaan yang telah dilakukan seseorang dan berfungsi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Selain itu, pendapatan juga dapat menjadi salah satu indikator dalam menentukan tingkat status sosial seseorang, bagi pedagang pakaian dan perabotan pendapatan merupakan uang yang diterima dari hasil menjual pakaian dan barang perabotan yang dibeli oleh pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan ibu Siti Hatiah (34 tahun) yang merupakan pedagang pakaian sejak 20 tahun lalu mengatakan : berdagang di pasar wonosobo sudah dimulai sejak tahun 2005, berdagang pakaian merupakan profesi yang ia geluti sejak awal mulai berbisnis untuk menambah pendapatan keluarga, alasan ibu Siti berjualan di pasar wonosobo dikarenakan sudah memiliki tempat sendiri dan Pasar Wonosobo merupakan pasar yang buka setiap harinya jadi untuk pelanggan bisa berdatangan di hari apa saja. Menurut ibu Siti Atiah dengan adanya *e-commerce* saat ini, itu sangat mempengaruhi tingkat penjualan dan dalam hal

pendapatan terutama pedagang pakaian, dengan ini ibu siti atiah dalam menarik para pelanggan datang kembali ke tokonya dengan pelayan yang ramah juga baik dan memberikan kesempatan coba langsung pada pelanggan yang tidak bisa dilakukan oleh e-commerce serta memberikan diskon pada pelanggan tertentu, selain itu juga melakukan strategi berjualan di whatsapp pada pelanggan tertentu saja, produk yang dijual oleh ibu siti atiah juga selalu menyesuaikan dengan tren saat ini. Adanya e-commerce sangat berkendala saat ini sebelum maraknya *e-commerce* saya merasa lebih cukup dengan pendapatan yang saya dapat biasanya saya mendapatkan berkisar 500.000'00 namun setelah maraknya *e-commerce* yang digunakan masyarakat saat ini maka pendapatan juga semakin menurun hanya berkisar 200.000,00. Untuk cara berjualan yang dilakukan ibu siti atiah berjualan di pasar dan melakukan pemasaran lewat whatsapp pada pelanggan yang dikenal saja.²

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan mbak vivi (21tahun) karyawan tokoh pakaian yang ada di pasar wonosobo dan sudah bekerja selama 5 tahun dengan pemilik yang telah berjualan selama 8 tahun mengatakan manusia akan selalu memerlukan pakaian, bahwa setelah mengetahui adanya e-commerce dan mulai marak digunakan oleh sebagian masyarakat ia menyimpulkan tetap terdampak atas adanya jual beli online saat ini namun tidak begitu berpengaruh karena menurutnya masyarakat wonosobo yang tidak memiliki anak atau yang sudah berusia lebih lanjut tidak begitu paham dengan sistem belanja online namun tidak bisa dipungkiri bahwa pasar

² Siti Atiah, Pedagang Pakaian, *Wawancara*, (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus, 5 Mei 2025. Pukul 11.49 WIB)

juga tetap terdampak dan juga mempengaruhi barang jualanya serta pendapatan perhari, menurutnya juga selain e-commerce juga terdapat toko yang menawarkan harga lebih murah seperti toko yang di kenal dengan 35 itu juga menyebabkan dampak pada penjual di pasar, e-commerce berkendala dalam penjualan menyebabkan dampak pada pasar yang sepi pengunjung terutama pada pedagang pakaian, namun untuk mengatasi itu pemilik tokoh memiliki cara untuk menarik pelanggan dengan penjualan atau barang yang di adakan tetap mengikuti tren saat ini, mbak vivi juga mengatakan untuk penjualan juga hanya di lakukan secara langsung saja, alasan tidak melakukan penjualan secara online itu karna keterbatasan ilmu dan usia serta toko yang terbilang masih kecil.³

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di lakukan oleh peneliti dengan ibu ina merupakan pedagang pakaian yang ada di pasar wonosobo kab. Tanggamus yang sudah berjualan melanjutkan usaha keluarganya sejak 5 tahun lalu, beliau menyampaikan bahwa dengan maraknya e-commerce yang digunakan saat ini sangat menimbulkan dampak penurunan pendapatan pada penjualan pedagang pakaian terutama tingkat penurunan yang di rasakan itu setelah adanya covid-19 ibu ina tidak menyangkal dengan adanya e-commerce karna menurut beliau itu merupakan salah satu perkembangan zaman yang tidak bisa dihindari namun setelah banyak digunakan oleh semua kalangan. pedagang di pasar wonosobo juga merasakan dampaknya terutama di bidang pendapatan yang sangat menurun merupakan kendala yang di rasakan setelah

³ Vivi, Karyawan Pedagang Pakaian , *Wawancara*, (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus, 5 Mei 2025. Pukul 12.25 WIB)

maraknya e-commerce karena , dan untuk penjualan yang dilakukan oleh ibu ina hanya berdagang secara langung menetap, tidak melakukan penjualan secara online akibat keterbatasan ilmu dan usia, salah satu cara menarik pelanggan yang dilakukan oleh ibu ina ialah memberikan pelayanan yang ramah juga memberikan diskon secara langsung pada pelanggan tetap, dan untuk barang yang di sediakan selalu mengikuti tren di sosial media, ibu ina tidak memiliki strategi khusus untuk pengembangan usahanya dan hanya.⁴

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada ibu vida pedagang pakaian yang juga melanjutkan usaha keluarganya yang sudah berjualan sejak tahun 2010 menyampaikan dengan adanya e-commer saat ini begitu berdampak ada penjualan dan tentunya tingkat pendapatan pedagang pakaian apalagi setelah adanya covid-19 pendapatan yang di dapat sebelum adanya e-commerce bisa sampai 500.000,00 tetapi sekarang hanya berkisar 200.000,00 ke atas, untuk dapat menarik pelanggan lebih banyak kita memberikan diskon pada pembeli secara langsung maka nanti dapat di promosikan oleh pelanggan dari mulut ke mulut juga ada pelanggan tetap yang sudah berlangganan dari dulu untuk strategi khusus tidak ada pernah berjualan online juga namun hanya bertahan sebentar saja karna tidak bisa melanjutkan lagi dan untuk sekarang berjualan hanya offline saja.⁵

⁴ Ina, Pedagang Pakaian, *Wawancara* (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus 7 Mei 2025. Pukul 10.55 WIB)

⁵ Vida, Pedagang Pakaian, *Wawancara* (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus 27 Mei 2025. Pukul 10.55 WIB)

Dampak *e-commerce* sangat di rasakan oleh pedagang pasar wonosobo kab. Tanggamus karna dengan adanya sistem belanja online yang bisa di akses dari mana saja dan bisa digunakan oleh semua kalangan mengakibatkan pasar yang sepi pengunjung di sebabkan pelanggan beralih ke belanja online, konsumen lebih memilih berbelanja melalui *e-commerce* karna sudah menjadi tren saat ini, menyebabkan minat belanja di pasar tradisional menjadi berkurang, konsumen merupakan orang yang membeli barang yang di perjual belikan baik pakaian maupun barang rumah tangga.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan bapak suherman merupakan pedagang parabotan beliau mengatakan bahwa : mulai bejualan sejak tahun 2007 hingga saat ini, untuk barang yang beliau sediakan di tokoh itu berupaba barang pecah belah atau alat rumah tangga. Alasan beliau berjualan di pasar wonosobo yaitu memang bertempat tinggal di sekitar pasar dan juga usaha yang memungkinkan untuk beliau lakukan untuk mencukupi kebutuhan keluarganya, Bapak suherman juga menyampaikan bahwa untuk dampak *e-commerce* atau jual beli secara online terhadap tokonya itu tetap berdampak namun tidak begitu tinggi karena beliau juga menjual barang secara glosir, dampak *e-commerce* terlihat hanya pada barang-barang kecil saja seperti migicom, blender dan lainnya beliau mengatakan sebelum adanya *e-commerce* beliau bisa mendapatkan 70% dari penjualan namun sekarang hanya mendapatkan 40-50% saja itu juga di bantu dari penjualan barang glosir ia juga mengatakan kalau hanya berjualan barang-barang kecil maka berdamak sekali, bapak suherman juga menyampaikan

bahwa untuk cara berjualan itu hanya dengan cara tradisonal dan tidak melakukan strategi yang lain tidak menggunakan jarinan sosial media ia beranggapan banyak pelanggan yang akan komplek dan menurutnya cukup susah untuk mulai berdagang melalui e-commer atau media sosial kita harus memulai dari awal dan cukup menguras waktu, maka ia lebih memilih berjualan secara tradisonal saja.⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan dengan bapak mahali merupakan pedagang perabotan yang ada di ruko pasar Wonosobo, saya sudah berjualan cukup lama mulai dari tahun 2014 menggeluti profesi sebagai pedagang perabotan, saya sendiri tidak mempermasalahkan adanya e-commerce karna saya tidak begitu terdampak adanya e-commerce saya bisa menjual dengan harga yang sama bahkan lebih murah karna saya membuka glosiran namun untuk teman-teman sesama pedagang pasti sangat berdampak kalau tidak melakukan penjualan glosiran, banyak dari kita mengalami penurunan penjualan yang tidak mendapatkan keuntungan jadi untuk tingkat pendapatan sangat berkurang, saya sendiri hanya berjualan di pasar wonosobo karna merupakan pasar yang setiap harinya buka dan pelanggan bisa kapan saja datang untuk melakukan pembelian, melakukan penjualan secara offline menetap dan tidak melakukan penjualan memalalui media sosial karna sudah capek mengurus toko di pasar.⁷

⁶ Suherman, Pedagang Perabotan, *Wawancara* (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus, 7 Mei 2025. Pukul 11.21 Wib)

⁷ Mahali, Pedagang Perabotan, *Wawancara* (Pasar Wonoobo Kab. Tanggamus, 8 Mei 2025. Pukul 12.09 Wib)

Dari hasil wawancara peneliti pada ibu cici pedagang perabotan yang sudah berjualan sejak tahun 2005 mengatakan berjualan di pasar wonosobo sangat menambah pemasukan untuk kebutuhan rumah tangga, berjualan di pasar juga dikarenakan yang pertama tempat yang strategis juga dekat dengan rumah dengan adanya e-commerce saat ini begitu berdampak pada penjualan maupun pendapatan akibat pasar yang mulai sepi tidak ada strategi maupun cara khusus untuk menarik pelanggan yang dilakukan oleh pedagang hanya mengandalkan berjualan secara langsung di pasar akibat keterbatasan usia dan pengetahuan di bidang e-commerce dengan jumlah pendapatan seadanya.⁸

Peneliti juga melakukan wawancara pada para pengunjung pasar wonosobo untuk mendapatkan gambaran dan pandang terkait e-commerce yang mulai digunakan saat ini dan mempengaruhi pasar serta pada pedagang-pedagangnya baik pedagang pakaian maupun perabotan

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan pada ibu asiah pengunjung pasar wonosobo, beliau mengatakan ‘kembali berbelanja di pasar wonosobo karena memang wilayah yang dekat dengan rumah dan mudah dijangkau lalu barang yang ditawarkan juga bisa dilihat secara langsung dan juga untuk produk yang selalu menarik kembali ke pasar yaitu sayuran yang segar juga barang yang bisa dilihat secara langsung untuk memilih barang yang cocok dengan kita, berbelanja ke pasar wonosobo juga memberikan pengalaman yang dimana kita bisa intraksi dengan pedagang yang sudah dikenal, menurut ibu asiah untuk lebih menarik pelanggan agar lebih nyaman

⁸ Cici, Pedagang Perabotan, *Wawancara* (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus, 27 Mei 2025. Pukul 11.21 Wib)

berbelanja di pasar dengan cara melakukan perbaikan kembali bangunan yang sudah lama dan kebersihan pasar seperti sampah yang menumpuk juga bisa jadi salah satu solusi, lebih memilih berbelanja secara langsung dan tidak begitu tertarik dengan belanja online karena barang yang di perjual belikan tidak bisa di liat dan di tawar secara langsung.⁹

Dari hasil wawancara dengan bapak tarmiji pengunjung pasar wonosobo menyampaikan ‘’ beliau selalu berbelanja di pasar wonosobo dari dulu hingga saat ini. Beliau mengatakan selalu kembali kepasar karna memang pasar yang mudah di jangkau dan sudah menjadi kebiasaan untuk kebutuhan selalu berbelanja di pasar wonosobo kab. Tanggamus untuk produk yang di jual dan menarik perhatian merupakan sayuran dan juga bahan makanan lainnya yang lebih segar, bapak tarmiji mengatakan pengalaman berbelanja di pasar juga membuat saya lebih bisa berinteraksi dengan penjual dan bisa melihat langsung barangnya serta kualitasnya sedangkan pada e-commerce tidak di lihat dan tawar secara langsung, untuk kebutuhan sehari hari saya lebih memilih berbelanja di pasar namun beliau juga menyampaikan saat ini e-commerce juga menawarkan kemudahan untuk menarik pelanggannya yaitu sistem beerbelanja online yang tidak perlu keluar rumah dan juga bisa melakukan belanja kapan saja dan juga terdapat gratis ongkir sehingga membuat sebagian masyarakat enggan ke pasar, menurutnya untuk menarik kembali minat pembeli datang ke pasar wonosobo bisa dengan

⁹ Asiah, Pengunjung pasar, *wawancara* (pasar wonosobo kab. Tanggamus, 8 Mei 2025. Pukul 13.00 WIB)

melihat kebersihan pasar yang mulai di perhatikan lagi serta keamanan untuk pengunjung pasar.¹⁰

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan ibu putri menyampaikan alasan selalu kembali ke pasar wonosobo suasana yang ramai dan dapat memilih langsung barang yang akan di beli, produk yang selalu menarik perhatian yaitu barang yang sudah lengkap dari mulai pakaian sampai kebutuhan lainya apalagi untuk sayuran dan rempah yang sulit di temukan di tempat lain, berbelanja di pasar itu memberikan pengalaman yang terasa lebih hidup dan bisa di tawar secara langsung juga bisa berintraksi dengan penjual maupun pengunjung lain, dibanding berbelanja di e-commerce pasar memberi percaya lebih terhadap kualitas barang, walau belanja online lebih praktis dan hemat waktu, beliau mengatakan lebih suka berbelanja kepasar untuk kebutuhan sehari-hari. Ibu putri kembali menyampaikan agar pasar lebih memperhatikan area yang lebih bersih dan harga yang transparan.¹¹

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan maka dapat di simpulkan bahwa *e-commerce* cukup memberi dampak negatif bagi para pedagang pasar Wonosobo kab. Tanggamus trutama pada pedagang pakaian juga perabotan, hal ini yang menyebabkan menurunnya pendapatan para pedang pakaian dan juga perabotan, serta menyebabkan penurunan pembelian, karena adanya pesaing usaha yang sedang marak di guanakan oleh masyarakat seperti belanja

¹⁰ Tarmiji, Pengunjung pasar, *wawancara* (pasar wonosobo kab. Tanggamus, 8 Mei 2025. Pukul 13.26 WIB)

¹¹ Putri, Pengunjung pasar, *wawancara* (pasar wonosobo kab. Tanggamus, 8 Mei 2025. Pukul 14.10 WIB)

online serta dunia bisnis secara online juga menggunakan media sosial, namun untuk beberapa konsumen tetap memilih membeli kebutuhan baik dari barang dan kebutuhan lainnya di pasar wonosobo tetapi untuk itu dampak *e-commerce* tetap di rasakan oleh pedagang terutama pedagang pakaian dan pedagang perabotan saat sebelum adanya *e-commerce* seperti sekarang ini jumlah pendapatan pedagang masih sangat mencukupi untuk kebutuhan sehari-hari. Beberapa pedagang mengataka dampak sebelum dan sesudah adanya *e-commerce* sangat terlihat mulai dari pendapatan yang merosot pasar, salah satu yang menjadi penghambat berkembangnya usaha pakaian maupun perabobatan yang ada di pasar wonosobo akibat keterbatasan para pedagang yang tidak memiliki pengetahuan untuk memulai bisnis melalui media sosial dan *e-commerce*. Dari dampak yang di timbulkan maraknya belanja online saat ini beberapa juga ikut merasakan perubahan pasar beberapa mata pencaharian lain juga merasakan dampaknya seperti tukang parkir pasar dan juga angkutan umum juga tukang ojek yang ada dipasar wonosobo.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di pasar wonosobo kab. Tanggamus maka dapat di lihat bahawa adanya *e-commerce* atau yang sering disebut jual beli secara online memberikan dampak negatif terhadap para pedagang pakaian dan juga pedagang perabotan karena dengan adanya pesaing dengan metode yang lebih modern dan juga bisa di akses dan digunakan oleh siapa saja juga memberikan keuntungan untuk konsumennya maka sangat berdampak pada tingkat pendapatan para pedagang yang ada di

pasar wonosobo kab. Tanggamus. Sebelum hadirnya e-commerce para pedagang merasa pendapatannya cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup, para pedagang memberi gambaran yang semula berkisar 70-80% pendapatan namun sekarang menjadi 30% per harinya, setelah munculnya e-commerce.

Hadirnya e-commerce juga menyebabkan para pelanggan pedagang pakaian maupun perabotan menjadi lebih sedikit, karena sebagian besar masyarakat lebih memilih belanja online yang lebih mudah di akses, cepat, murah serta masih memberikan diskon yang menarik masyarakat untuk lebih tertarik berbelanja online meski beberapa konsumen masih memilih berbelanja di pasar pada saat ini karna tidak ada kebutuhan yang mengharuskan berbelanja di toko online. Serta selisih harga antara barang yang di jual di e-commerce dan yang ada di pasar tradisional pasar wonosobo kab. Tanggamus. Selain itu dimana selisih harganya terlampau jauh antara label harga di pasar dengan di e commerce sehingga masyarakat cenderung memilih membeli barang dengan harga yang lebih murah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan informasi yang dilakukan peneliti dengan judul “Dampak Sosial E-Commerce terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Tradisional di Pasar Wonosobo, Kabupaten Tanggamus”, dapat disimpulkan bahwa e-commerce memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap penurunan pendapatan pedagang tradisional. Penurunan ini terutama dirasakan oleh pedagang pakaian dan perabotan, dengan pendapatan menurun hingga 40% sejak masyarakat mulai beralih ke belanja online. Jika sebelumnya pendapatan mereka mencukupi kebutuhan sehari-hari, kini terjadi penurunan yang terus-menerus. Hadirnya e-commerce berdampak negatif karena sebagian besar masyarakat lebih memilih belanja online untuk barang yang dianggap tidak mendesak, dengan alasan kemudahan, harga lebih murah, kecepatan, fleksibilitas, serta aksesibilitas dari mana saja dan kapan saja. Namun, e-commerce juga memiliki dampak positif. Apabila para pedagang mulai memanfaatkan e-commerce sebagai sarana penjualan, hal ini tentu dapat membantu meningkatkan kembali penjualan dan pendapatan seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pedagang

Bagi para pedagang yang belum menggunakan kemajuan teknologi seperti saat ini agar selalu berfikir positif dan terus menambah wawasan baik dari segi apapun termasuk teknologi dan bagian-bagiannya untuk lebih meningkatkan kualitas dagangannya.

2. Bagi pedagang online (E-commerce)

Bagi pedagang online (e-commerce) agar tetap mengikutir aturan yang sudah di tetapkan dan tetap menjaga kualitas barang yang di pasarkan serta menjaga kepercayaan konsumen

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat memperluas cangkupan dengan mempertimbangkan variabel lainya dan menambah refrensi supaya penelitian selanjutnya lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Mceachern William, *Ekonomi Mikro Pendekatan Kontemporer*, (Jakarta : PT Selemba Emban Patria,2001)
- Abubakar Rifa'i, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : SUKA-Press,2021)
- Abgo Yulianus Phiter dkk, “ *Persepsi Pedagang Pribumi Terhadap Pedagang Pendatang Di Pasar Kajase Kabupaten Sorong Selatan, Papua Barat* ”, univ samaratulangi manado
- Aco Ambon dan Andi Hutami endang, “ *Analisis bisnis e-commerece pada mahasiswa universitas islam negri alaudin makasar* ”, teknik informatika saintek UINAM
- Afifah Nur Aida, *Jual Beli Yang Sah Menurut Islam : Ayat Al-Qur'an Dan Hadist Sebagai Pedoman*, Dalam *Jurnal Manajemen Binis Syariah* , Vol. 1 No. 2, (2024)
- Andres G.Ch. Tampi dkk, *Dampak layanan badan penyelenggara jaminan sosial kesehatan terhadap masyarakat di kelurahan tingkulu*, e-jurnal “*Dalam jurnal acta diurna*”, vol. 5 No. 1, tahun 2016
- Anggaraini Vivi, “*Analisis dampak online shop terhadap pendapatn pedagang pakaiaan di pasar lama penyaungan kabupaten mandailing natal*”, padang sidimpuaan, 2024
- Anggito Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat ; CV Jejak, 2018)
- Ariyaninita, 2019, “*penataan pasar pasar tradisonal di Indonesia berdasarkan teori*”
- Ariyaninur Indah, 2014, “*digital pasar tradisonal perspektif teori perubahan sosial*”, jurnal analisis sosiologi
- Arnold dkk, “*Dampak e-commerce terhadap prilaku konsumen dan strategi bisnis*”, politeknik binama dani, bekasi , 2022
- Asiah, *Pengunjung pasar, wawancara* (pasar wonosobo kab. Tanggamus, 27 Mei 2025. Pukul 13.00 WIB)
- Cici, *pedagang perabotan, wawancara* (pasar Wonosobo Kab. Tanggamus 25 Januari 2025, pukul 11:10 WIB)

Cici, Pedagang Perabotan, *Wawancara* (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus, 28 Mei 2025. Pukul 11.21 Wib)

Fiantika Rita Fany Dkk., *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Padang : PT. Globab Eklusif Teknologi, 2022)

Gelberto Rimang, Khairil Anwar Dan Poppy Alvianolita Sanistasya ‘’*Dampak E-Commerce Terhadap Tingkat Penjualan Di Pasar Klandasan II Kota Balikpapan*‘’. MARTABE VOL. 8 NO. 3, 2025

Hakim abdul, Pengauh Biaya Produksi Terhadap Pndapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit Dikecamatan Segah, Jes (*Jurnal Ekonomi STIEP*), VOL.3 NO.2 november 2018

Ham Chistian Fery dkk, *Analisi pengakuan pendapata dan beban pada PT. Bank perkereditan rakyat prisma dana manado, dalam jurnal riset akuntansi going concern*, Volume. 12, No.2, 2018

<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTg3NSMy/sebaran-pasar-dan-pusat-perdagangan-menurut-klasifikasi.html>, di akses 28 januari 202ratama gama,2020, *analisis transaksi jual beli online melalui wabsite market place shopee menurut konsep bisnis*, dalam jurnal ekonomi dan bisnis islam,vol.1

Iis, pedagang pakaian, *wawancara* (pasar Wonosobo Kab. Tanggamus 25 Januari 2025, pukul 10:15 WIB)

Ina, Pedagang Pakaian, *Wawancara* (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus 27 Mei 2025. Pukul 10.55 WIB)

Irvan, pedagan gpakaian, *wawancara* (pasar Wonosobo Kab. Tanggamus 25 Januari 2025, pukul 10:50 WIB)

Jaya Martha Laut Made I, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori Penerapan Dan Riset Nyata, (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2020)

Johansyah, ketua satlak pasar woosobo, *Wawancara*, (Kantor KUPT Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus, 3 Mei 2025. Pukul 11.49 WIB)

Lumingkawes Abraham Valen, *pengakuan pendapaan dan beban atas laporan keuangan pada PT.Bank Sulut*, jurnal EMA, Vol.1, No. 3, juli 2013

Ma'arif Samsul, Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarejo Ungaran Kabupaten Semarang, *dalam jurnal Economics Development Analysis Journal* 2 (2) (2013)

- Mahali, Pedagang Perabotan, *Wawancara* (Pasar Wonoobo Kab. Tanggamus, 28 Mei 2025. Pukul 12.09 Wib)
- Mochamad Dkk, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jawa Timur : UMSIDA, 2023)
- Mustajibah Tutik, Agus trilaksana 2021, dinamika e-commerce di indonesia tahun 1999-2015, *dalam jurnal avatar-pendidikan sejarah*, Vol. 10.no.03
- Nanda, pedagang prabotan, *wawancara* (pasar wonosobo kab. Tanggamus 25 januari 2025, pukul 11 :25 WIB)
- Observasi, di pasar Wonosobo kecamatan Wonosobo Kab.Tanggamus, pada tgl 25 Januari 2025
- Pradana Mahir, 2015 “ klasifikasi bisnis e-commerece di indonesia ” dalam jurnal MODUS Vol, 27 (2)
- Prdana Mahir, “ Klasifikasi Bisnis E-commerece di indonesia “,*MODUS* ,Vol.27 (2)
- Putri, Pengunjung pasar, *wawancara* (pasar wonosobo kab. Tanggamus, 27 Mei 2025. Pukul 14.10 WIB)
- Putra Zefanya Sadrakh, Shasabila Titanie Harianto, “*Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM*”. Sitem Informasi Dan Ilmu Komputer. VOL. 3 NO. 2, JULI 2023
- Rahmadan Anggara dkk, *teori pendapatan*, medan, tahta media grub, tahun 2023
- Rahmadi ‘ ‘ *Pengantar Metode Penelitian* ‘ ‘, (Banjarmasin : Antasari Press, 2011)
- Ramdhan Muhmmad, *Metode Penelitian* (Surabaya : Cipta Karya Nusantara, 2021)
- Ratna Rohmania Dyah dkk, “ *pengaruh pasar online terhadap minat beli konsumen dan dampaknya pada pasar tradisonal (studi kasus di pasar tradisonal kaje)*”, Jurnal sahmiyyah, Vol. 2, No. 1 (2023)
- Rayhan Ammar 2024,”*dampak social ecomerece terhadap pedagang pasar tradisonal atau UMKM di indonesia*”,Jurnal ilmu multi disiplinvol.2,no 44
- Rizal Jj Dkk, *Menguak Pasar Tradisonal Indonesia*, (I-Jakarta : 2013)
- Rrnindyasari, Endang supriyanti, "*perancangan aplikasi sosial e-commerce berdasarkan metode uji kualitas web qual 4.0*", unvmuria kudas, 2017

- Safira Indriani Dan Rizki Fani, ‘‘Analisis Dampak Pengaruh Adanya E-Commerece Terhadap Pedaang Konvensiaonal Di Situbondo’’, *Dalam Jurnal Economina*, Vol. 3, No. 1, 2024
- Sari Amalia Nurul, *Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makasar*, Seminar Nasional Teknologi Inforatika, Tahun 2017
- Siti Atiah, Pedagang Pakaian, *Wawancara*, (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus, 5 Mei 2025. Pukul 11.49 WIB)
- Manap Solihin Dan Dedi Sandika, ‘‘ E-Commerce Di Industri 4.0, ‘‘ Bisnis Dan Ekonomi Asia No 2/2022, 297
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuntitatif Kualitatif dan R&D* , (Bandung : ALFABETA, 2013)
- Suhada Bambang, dkk, covid-19 dan pelaksanaan fiqihyyah qawa’id dalam e-commerce. *Dalam jurnal justicia islamica : jurnal kajian hukum dan sosial*, Vol. 17, no. 2, 12 2020
- Suherman, Pedagang Perabotan, *Wawancara* (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus, 28 Mei 2025. Pukul 11.21 Wib)
- Sujarweni dan V Wiratna, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Pustaka Biru, 2019)
- Sutami Dwi Wahyu, Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisonal, *Dalam Jurnal Biokutur*, Vol.1 No. 2, 2012
- Syioto Sandu dan ali sodik, *dasar metodelogi penelitian* (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015)
- Tarmiji, Pengunjung pasar, *wawancara* (pasar wonosobo kab. Tanggamus, 27 Mei 2025. Pukul 13.26 WIB)
- Vida, pedagang pakaian, *wawancara* (pasar Wonosobo Kab. Tanggamus 25 Januari 2025, pukul 10:30 WIB)
- Vida, Pedagang Pakaian, *Wawancara* (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus 27 Mei 2025. Pukul 10.55 WIB)
- Vivi, Karyawan Pedagang Pakaian , *Wawancara*, (Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus, 5 Mei 2025. Pukul 12.25 WIB)

Wahyuni Rika, “ *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Viral Marketing terhadap Keputusan Membeli Pada Toko Online “Nunu Collection” Melalui Facebook* “, *Ekonomia*, univ 17 agustus 1945, Samarinda

Zaneti Nurmala dkk., “ *Analisis dampak online shop terhadap para pedagang dipasar tradisional paningaran*”, *jurnal sahmiyya*, Vol. 2, No. 2, (2023)

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id, e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0591/In.28.1/J/TL.00/04/2025
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Hermanita (Pembimbing 1)
Hermanita (Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **SELPIYA**
NPM : 2103010067
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : DAMPAK SOSIAL E-COMMERCE TERHADAP TINGKAT
PENDAPATAN PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR
WONOSOBO KAB TANGGAMUS

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 28 April 2025
Ketua Jurusan,



Muhammad Mujib Baidhowi
NIP 199103112020121005

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://sismik.metrouniv.ac.id/v2/cek-suratbimbingan.php?npm=2103010067>. Token = **2103010067**

<https://sismik.metrouniv.ac.id/page/mahasiswa/bimbingan/mhs-daftar-bimbinganskripsi1-qrcode.php>

OUTLINE

DAMPAK SOSIAL *E-COMMERCE* TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG TRADISONAL DI PASAR WONOSOBO KAB TANGGAMUS

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN NOTA DINAS
HALAMAN
PERSETUJUAN
HALAMAN
PENGESAHAN ABSTRAK
HALAMAN ORISINALITAS
PENELITIAN HALAMAN MOTTO
HALAMAN
PERSEMBAHAN KATA
PENGANTAR DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Pendapatan
 - 1. Pengertian Pendapatan
 - 2. Jenis-jenis Pendapatan
 - 3. Sumber Pendapatan Masyarakat
 - 4. Unsur-unsur Pendapatan
 - 5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan
- B. Dampak
 - 1. Dampak Positif
 - 2. Dampak Negatif
- C. E-commerce
 - 1. Pengertian *E-commerce*
 - 2. Jenis-Jenis Aplikasi *E-commerce*
- D. Pedagang Pasar

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Uji Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Sejarah Singkat Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus
 - 1. Sejarah Singkat Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus
 - 2. Struktur Organisasi Kantor UPT
 - 3. Jumlah Pedagang Pasar Wonosobo Ab. Tanggamus
- B. Hasil Penelitian
- C. Pembahasan Hasil Penelitian

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP

Mengetahui
Dosen Pembimbing,



Hermanita, M.M

NIP. 197302201999032001

Metro, 29 April 2025
Mahasiswa Ybs,



Selpiya

NPM. 2103010067

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
DAMPAK SOSIAL *E-COMMERCE* TERHADAP TINGKAT
PENDAPATAN PEDAGANG TRADISONAL DI PASAR WONOSOBO
KAB TANGGAMUS

A. WAWANCARA

1. Wawancara dengan Pengelola Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya pasar wonosobo?
 - b. Visi dan misi dari pasar wonosobo dalam mendukung ekonomi lokal?
 - c. Bagaimana sistem pengelolaan pasar wonosobo?
 - d. Bagaimana pedagang dapat bergabung dan berjualan di Pasar Wonosobo?
 - e. Apa langkah-langkah yang dilakukan pengelola pasar dalam mengelola pasar dan meningkatkan aktivitas ekonomi di dalamnya?
 - f. Bagaimana cara pengelola pasar mengatur pasar agar tetap berjalan dengan baik dan menarik minat pengunjung di tengah maraknya e-commerce?
 - g. Bagaimana dampak keberadaan e-commer pada pasar wonosobo terhadap peningkatan ekonomi lokal?
 - h. Apa tantangan terbesar dalam mengelola pasar dengan keadaan maraknya e-commerce saat ini?
 - i. Bagaimana rencana pengembangan pasar wonosobo ke depan?
2. Wawancara dengan Pedagang di Pasar Wonosobo Kab, Tanggamus
 - a. Sejak kapan Bapak/Ibu mulai berdagang di pasar wonosobo?
 - b. Produk apa yang Bapak/Ibu jual?
 - c. Apa alasan Bapak/Ibu berjualan di Pasar Wonosobo?
 - d. Bagaimana peningkatan pendapatan Bapak/Ibu sesudah berdagang di Pasar Wonosobo?

- e. Apakah setelah maraknya je-commerce saat ini berdampak pada perdagangan?
- f. Apakah dengan adanya e-commerce saat ini mempengaruhi tingkat pendapatan bapak/ibu?
- g. Bagaimana cara Bapak/Ibu menarik pelanggan dan meningkatkan daya saing saat ini dengan adanya e-commerce yang semakin banyak digunakan?
- h. Apa strategi Bapak/Ibu yang digunakan dalam memasarkan produk?
- i. Bagaimana Bapak/Ibu menyesuaikan produk yang di jual dengan tren sosial media saat ini?
- j. Apakah e-commerce sangat berkendala dalam penjualan ahir-ahir ini, dan bagaimana cara mengatasinya?
- k. Apakah bapak/ibu juga melakukan penjualan secara online selain berjualan online?
- l. Apa kendala bapak/ibu dalam menggunakan aplikasi e-commerce?

3. Wawancara dengan Pengunjung di Pasar Wonosobo Kab. Tanggamus

- a. Apa yang membuat Bapak/Ibu kembali ke Pasar Wonosobo?
- b. Produk atau layanan apa yang paling menarik Bapak/Ibu?
- c. Bagaimana pengalaman berbelanja di Pasar Wonosobo dibandingkan tempat lain atau pada sosial e-commerce?
- d. Apa yang menyebabkan bapak/ibu lebih menyukai berbelanja pada sosial e-commerce?
- e. Apakah Bapak/Ibu melihat inovasi untuk pasar wonosobo kedepanya?
- f. Apakah bapak/ibu lebih memilih berbelanja secara online di banding datang ke pasar secara langsung?
- g. Apakah yang menyebabkan bapak/ibu lebih suka berbelanja secara online?

B. DOKUMENTASI

1. Dokumentasi Data Pasar
2. Dokumentasi Proses Wawancara dengan Responden

Mengetahui
Dosen Pembimbing,



Hermanita, M.M
NIP. 197302201999032001

Metro, 29 April 2025
Mahasiswa Ybs,



Selpiva
NPM. 2103010067



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0847/In.28/D.1/TL.00/05/2025
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pimpinan Kantor UPT Pasar
Wonosobo
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0848/In.28/D.1/TL.01/05/2025, tanggal 20 Mei 2025 atas nama saudara:

Nama : **SELPIYA**
NPM : 2103010067
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pimpinan Kantor UPT Pasar Wonosobo bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Kantor UPT Pasar Wonosobo, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK SOSIAL E-COMMERCE TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR WONOSOBO KAB TANGGAMUS".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 20 Mei 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



PEMERINTAH KABUPATEN TANGGAMUS
DINAS KOPERASI, USAHA KECIL, DAN MENEGANG
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KOOR SATLAK PASAR WONOSOBO DAN PASUKIT
Jl. Raya Wonosobo Kecamatan Wonosobo, 35626

Kepada Yth,
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan IAIN Metro

Di _____
Tempat

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Sehubungan dengan surat izin Research di Pasar Wonosobo Kab, Tanggamus yang
disampaikan kepada kami oleh mahasiswa/mahasiswi atas nama:

Nama : Selpiya
NPM : 2103010067
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa/mahasiswi tersebut diatas untuk
melakukan kegiatan tersebut di Pasar Wonosobo, Kab, Tanggamus.

Demikian surat balasan ini dibuat untuk dipergunakan semestinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wonosobo, 28 Mei 2024
SAK (Pengelola Pasar Wonosobo)
Juhayyah S.L
NIP. 195011101990001000



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Selpiya
NPM : 2103010067
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Dampak Sosial E-Commerce Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Tradisional Di Pasar Wonosobo Kab Tanggamus** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 20%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 19 Juni 2025
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.

NIP. 199103112020121005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; perpustakaan@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-551/In.28/S/U.1/OT.01/06/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : SELPIYA
NPM : 2103010067
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103010067.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 18 Juni 2025
Kepala Perpustakaan,

Aan Guroni, S.I.Pust.
NIP.19920428 201903 1 009/



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Selpiya

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 2103010067

Semester/TA : VIII / 2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	29 April 2025	ACC Outline & APD	

Dosen Pembimbing,

Hermanita, M.M

NIP. 197302201999032001

Mahasiswa Ybs,

Selpiya

NPM. 2103010067



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296 Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FOLMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Selpiya

Jurusan / Fakultas : Ekonomi Syariah / FEBI

NPM : 210303010067

Semester / TA : 8 (Delapan) / 2025

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	21 Mei 2025	Perbaiki penulisan Tambahkan sumberdata yang di peroleh Tarik Kesimpulan pada hasil penelitian	
2.	26 Mei 2025	ACC BAB 4&5 Lanjutkan.	

Dosen Pembimbing



Hermanita, M.M.

NIP: 197302201999032001

Mahasiswa Ybs



Selpiya

NPM: 2103010067



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296 Website : www.metrouniv.ac.id; email : iammetro@metrouniv.ac.id

FOLMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Selpiya

Jurusan / Fakultas : Ekonomi Syariah / FEBI

NPM : 210303010067

Semester / TA : 7 (Tujuh) / 2024

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	14 - 01 - 2025	- Pembinaan bab 1 - Tambahan hasil wawancara di bagian Lbm - data yang harus jelas. - data yang valid dari lapangan.	

Dosen Pembimbing

Hermanita, M.M.

NIP: 197302201999032001

Mahasiswa Ybs

Selpiya

NPM: 2103010067



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296 Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FOLMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Selpiya

Jurusan / Fakultas : Ekonomi Syariah / FEBI

NPM : 210303010067

Semester / TA : 7 (Tujuh) / 2024

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	31 / 01 / 25	- Revisi penambahan hari wawancara pengarang di Lbm. - Perbaiki fungsi penulisan.	

Dosen Pembimbing

Hermanita, M.M.

NIP: 197302201999032001

Mahasiswa Ybs

Selpiya

NPM: 2103010067



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296 Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FOLMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Selpiya

Jurusan / Fakultas : Ekonomi Syariah / FEBI

NPM : 2103010067

Semester / TA : 8 (Delapan) / 2025

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis 20/02 25	- Bimbingan bab II - Penambahan kesimpulan dari beberapa ahli dan peneliti di bagian Teori Pendapat - Pahami semua teori	

Dosen Pembimbing

Hermanita, M.M.

NIP: 197302201999032001

Mahasiswa Ybs

Selpiya

NPM: 2103010067



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296 Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FOLMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Selpiya

Jurusan / Fakultas : Ekonomi Syariah / FEBI

NPM : 2103010067

Semester / TA : 8 (Delapan) / 2025

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu 12/03 25	- Bimbingan bab III - Perbaiki jenis penulisan - Sumber dan bahasa penulisan harus jelas - Penambahan sumber data Primer, bagian berapa pedagang yang di wawancara, mengapa hanya pedagang pakaian dan prabotan, jelaskan	
	Kamis 14/03 25	- ACC BAB I s/d III	

Dosen Pembimbing

Hermanita, M.M.

NIP: 197302201999032001

Mahasiswa Ybs

Selpiya

NPM: 2103010067

DOKUMENTASI



Pasar wonosobo Kabupaten Tanggamus



wawancara dengan Pengunjung Pasar Ibu Asiah



wawancara dengan Penjual Pakaian Mbak Vivi



wawancara dengan penjual Perabotan Bapak Mahali



wawancara dengan Pengunjung Pasar Ibu Siti Atiah



wawancara dengan Pengunjung Pasar Ibu Putri

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Selpiaya lahir di sumur tujuh kab. Tanggamus, 19 januari 2004. Penulis menempuh pendidikan di SDN 1 Sumur tujuh pada tahun 2009, dan selanjutnya menempuh pendidikan SMPN 1 Wonosobo pada tahun 2015, lalu pada tahun 2018 memasuki jenjang pendidikan menengah atas di SMK Bumi Nusantara, sehingga pada tahun 2021 penullis tercatat sebagai salah satu mahasiswa perguruan tinggi UIN Jurai Sewo Lampung mahasiswi prodi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Bagi penulis, untuk sampai di puncak ini perlu melewati berbagai rintangan dan proses yang sulit, namun demi mencapai cita-cita dan harapan dari kedua orangtua serta keluarga, penulis dapat menyelesaikan study dengan baik, agar dapat memanfaatkan ilmu yang telah di proleh dengan baik dan bisa berkontribusi positif dengan masyarakat serta menjadi seseorang yang sukses di kemudian hari.