

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR SEGAR CINERE KOTA DEPOK**Matthew Samuel Soetjahjo¹****Ni Luh Karmini²****^{1, 2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia****ABSTRAK**

Pembangunan ekonomi tidak hanya bergantung pada pengembangan industrialisasi dan program pemerintah, namun sektor informal juga memiliki peranan yang penting. Salah satu kegiatan usaha di sektor informal adalah berdagang. Pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pusat distribusi barang kebutuhan pokok, tetapi juga sebagai pusat ekonomi lokal yang mendukung kehidupan para pedagang. Namun, pedagang menghadapi berbagai tantangan dalam upaya meningkatkan pendapatannya, seperti keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan sebagainya. Penelitian ini bertujuan: 1) untuk menganalisis pengaruh simultan modal, lama usaha, lokasi usaha, dan penggunaan e-commerce terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere Kota Depok; 2) untuk menganalisis pengaruh parsial modal, lama usaha, lokasi usaha dan penggunaan e-commerce terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere Kota Depok. Penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian modal, lama usaha, lokasi usaha dan penggunaan e-commerce berpengaruh secara simultan pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere Kota Depok. Secara parsial t modal, lama usaha, lokasi usaha dan penggunaan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere Kota Depok.

Kata Kunci: *pendapatan, modal, lama usaha, lokasi usaha, penggunaan e-commerce*

ABSTRACT

Economic development is not solely dependent on industrialization and government programs; the informal sector also plays a crucial role. Traditional markets not only function as distribution for basic necessities but also as local economic hubs that support the livelihoods of traders. However, traders face various challenges in their efforts to increase their income, such as limited access to capital, technology, and more. This research aims: 1) to analyze the simultaneous effect of capital, length of business, location, and e-commerce usage on the seller's income at Pasar Segar Cinere Kota Depok; 2) to analyze the partial effect of capital, length of business, location, and e-commerce usage on the seller's income at Pasar Segar Cinere Kota Depok. This research was conducted using multiple linear regression analysis technique. The result of the research is that capital, length of business, location, and e-commerce usage simultaneously affecting seller's income at Pasar Segar Cinere, Kota Depok. Other than that, those factors partially also have the significant effect on the seller's income.

Keywords: *income, capital, length of business, location, e-commerce usage*

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi tidak saja tergantung pada pengembangan industrialisasi dan program-program pemerintah. Peran sektor informal juga memiliki peranan penting yang merupakan katup pengaman dalam pembangunan ekonomi. Oleh karena itu, keberadaan sektor informal tidak dapat diabaikan dalam pembangunan ekonomi (Robi & Managi, 2018).

Salah satu kegiatan usaha di sektor informal adalah berdagang. Kegiatan berdagang lebih banyak digeluti oleh sebagian besar masyarakat karena tanpa keahlian khusus atau pendidikan yang tinggi bisa dengan mudah masuk ke dalam kegiatan sektor informal tersebut, salah satunya menjadi seorang pedagang (Setiaji dan Fatuniah, 2018).

Tempat dimana pedagang berkumpul dan melakukan aktivitas jual beli dengan konsumennya disebut sebagai pasar. Namun pasar tidak hanya sampai situ saja, pasar saat ini memiliki definisi dan cakupan yang lebih luas. Dengan berkembangnya era digitalisasi saat ini, pasar merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli antara penjual dan pembeli baik secara langsung atau luring, maupun secara tidak langsung atau daring.

Sebutan UMKM merujuk pada kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik berupa usaha pribadi ataupun badan usaha (Wilantara dan Susilawati, 2016). Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki pengertian sebagai Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Menurut data Kamar Dagang Indonesia (2023), Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023, pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM juga menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.

Pasar tradisional adalah salah satu tempat di mana banyak UMKM beroperasi. Pasar tradisional merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi yang penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Di tengah perkembangan ekonomi modern, pasar tradisional tetap menjadi pilihan utama bagi banyak masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pusat distribusi barang kebutuhan pokok

tetapi juga sebagai pusat ekonomi lokal yang mendukung kehidupan banyak pedagang kecil. Menurut Sukirno (2010), pasar tradisional memiliki karakteristik yang khas, seperti interaksi langsung antara penjual dan pembeli, serta proses tawar-menawar yang masih sangat kental.

Namun demikian, para pedagang menghadapi berbagai tantangan dalam upaya meningkatkan pendapatan mereka. Permasalahan umum yang dihadapi adalah keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan pasar, serta minimnya pengetahuan manajemen yang efektif. Menurut data dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), pada tahun 2020 terdapat sekitar 46,6 juta dari total 64 juta UMKM di Indonesia belum memiliki akses permodalan dari perbankan maupun lembaga keuangan bukan bank. Selain itu, struktur modal yang sangat lemah, terbatasnya komoditas yang diperjualkan, pendidikan rendah dan kualitas sumber daya manusia yang kurang memadai juga menjadi permasalahan yang melanda para pelaku usaha (Hanum, 2017).

Usaha di sektor informal ini kurang dapat berkembang ke arah usaha yang lebih besar walaupun memiliki daya jual yang cukup tinggi, hal ini disebabkan adanya keterbatasan kemampuan dalam pengelolaan yang usaha yang masih bersifat tradisional, tambahan modal kredit dari pihak ketiga yang masih relatif kecil dan informasi tentang dunia usaha sangat terbatas, jumlah dan kualitas tenaga kerja yang terbatas, sifat kualitas barang yang dijual hanya sebatas kebutuhan untuk barang dagangan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pendapatan usaha sektor informal harus didukung oleh penguasaan terhadap usaha tersebut (Hanum, 2017)

Dengan mempertimbangkan berbagai permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang UMKM di pasar tradisional, khususnya di Pasar Segar Cinere, Kota Depok. Fokus utama penelitian ini adalah pada variabel modal, lama usaha, lokasi usaha, dan penggunaan e-commerce.

Modal merupakan dana yang digunakan untuk membiayai pendirian usaha serta kegiatan operasi perusahaan sehari-hari (Martono dan Harjito, 2005). Menurut Swasta dan Irawan (2008) menjelaskan bahwa modal menjadi sebuah faktor yang mempengaruhi pendapatan. Modal tentunya sangat mempengaruhi tingkat pendapatan yang dihasilkan karena dengan adanya modal turut mempengaruhi jumlah dari hasil produksi yang ada dan nantinya juga akan mempengaruhi pendapatan (Agyapong, 2010).

Modal merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung operasional usaha. Modal yang memadai memungkinkan pedagang untuk membeli barang dagangan dalam jumlah yang cukup dan dengan harga yang lebih murah, sehingga bisa menjualnya kembali dengan margin keuntungan yang lebih baik. Selain itu, modal juga berperan dalam memperbaiki sarana dan prasarana usaha, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak pelanggan. Sumber modal UMKM bisa berasal dari dana pribadi, kredit bank, campuran antara keduanya, atau kredit informal lain (Struyk, 2011).

Lama usaha juga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi pendapatan. Semakin lama seorang pedagang melakukan usahanya, maka pedagang tersebut akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi dan memasarkan produknya. Selain itu seseorang yang lebih lama melakukan usahanya akan semakin memiliki relasi atau pelanggan yang lebih banyak (Setiaji dan Fatuniah, 2018). Pedagang yang telah lama beroperasi cenderung memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam menghadapi dinamika pasar dan memiliki jaringan pelanggan yang lebih luas. Sehingga pengalaman ini dapat membantu mereka dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat dan efisien.

Lokasi usaha merupakan faktor penting lainnya. Lokasi usaha yang strategis dengan aksesibilitas yang baik akan meningkatkan potensi jumlah pengunjung dan penjualan. Sebaliknya, lokasi yang kurang strategis dapat menghambat aliran pelanggan dan menurunkan pendapatan.

Selain itu, penempatan lokasi berdagang di tempat yang strategis juga mempengaruhi perkembangan dan eksistensi perdagangan kedepannya. Jika salah dalam memilih lokasi dan penempatan berdagang maka pedagang akan menjadi sulit untuk berkembang dan kesulitan dalam mendapatkan pembeli/konsumen. Sehingga lama-kelamaan akhirnya akan bangkrut.

Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka bisnisnya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat sering kali menentukan tingkat penjualan suatu bisnis. Lokasi yang tepat bagi bidang bisnis merupakan modal untuk mencapai tujuan demikian juga sebaliknya pemilihan lokasi yang salah akan menghambat segala gerak-gerik bisnis sehingga akan membatasi kemampuan memperoleh keuntungan maupun kelangsungan bisnis.

Di era digital saat ini, penggunaan e-commerce menjadi salah satu inovasi yang bisa dimanfaatkan oleh para pedagang untuk memperluas jangkauan pasar. E-commerce memungkinkan pedagang untuk menjual produk mereka secara daring, sehingga dapat menjangkau pelanggan di luar area pasar. Penggunaan e-commerce juga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing usaha.

Media internet sekarang menjadi daya tarik tersendiri dalam upaya menarik minat konsumen. Ditambah lagi dengan kebiasaan hidup di zaman sekarang ini yang menuntut serba praktis dan cepat, membuat internet yang lebih dikenal dalam pemasaran sebagai sistem online makin digemari dan menjadi kebutuhan konsumen maupun produsen.

Menurut Taneja & Toombs (2014), bagi usaha kecil sangatlah penting untuk menggunakan media sosial karena dapat memberikan mereka kejelasan, viabilitas dan keberlanjutan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang superior. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperluas jangkauan dalam pemasaran produk bagi pelaku usaha (Andzulis et al., 2012).

Untuk mengatasi hambatan di era digital saat ini, transformasi digital menjadi salah satu kunci bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya e-commerce, membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing, yang akhirnya akan berpengaruh terhadap pendapatan bagi para pelaku usaha itu sendiri.

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk menganalisis pengaruh modal, lama usaha, lokasi usaha, dan penggunaan e-commerce berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok. Untuk menganalisis modal, lama usaha, lokasi usaha, dan penggunaan e-commerce berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok

METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang ingin diteliti, desain penelitian asosiatif kausal lebih cocok untuk digunakan karena penelitian ini ingin menghubungkan variabel independen modal, lama usaha, lokasi usaha, dan penggunaan e-commerce terhadap variabel dependen

pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok. Lokasi penelitian bertempat di Pasar Segar Cinere yang terletak di Kecamatan Cinere, Kota Depok. Alasan peneliti memilih Pasar Segar Cinere sebagai lokasi penelitian karena Pasar Segar Cinere merupakan pasar tradisional terbaru di Kota Depok yang menawarkan kenyamanan belanja kepada para konsumen. Pada penelitian ini, variabel independen yang ditentukan adalah modal (X1) lama usaha (X2), lokasi usaha (X3), dan penggunaan e-commerce (X4), variabel dependen (Y) yang ditentukan adalah pendapatan pedagang (Y). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan metode penentuan sampel *total sampling*. Metode ini biasa dilakukan untuk populasi yang berjumlah kecil. Penggunaan metode ini bertujuan agar sampel yang diteliti dapat memberikan gambaran mengenai modal, lama usaha, lokasi usaha, penggunaan e-commerce dan jika ada perubahan pada pendapatan pedagang Pasar Segar Cinere. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 36. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisisioner dan wawancara.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis linier berganda. Model hubungan variabel terikat dengan variabel-variabel bebas dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3D_1 + \beta_4D_2 + \mu \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- Y = Pendapatan pedagang
- α = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, D_1, D_2$ = Koefisien regresi dari masing-masing X1, X2, D1, dan D2
- X1 = Modal
- X2 = Lama usaha
- D1 = Lokasi usaha
- D2 = Penggunaan e-commerce
- μ = error/variabel pengganggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil pengolahan data SPSS versi 25, didapatkan nilai R-Square sesuai dengan Tabel 2 di bawah ini :

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .723 ^a | .523 | .462 | 1.03248 |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Nilai *R-Square* berdasarkan Tabel 2 yaitu sebesar 0,523. Hal ini berarti bahwa sebesar 52,3 persen variasi pendapatan pedagang di Pasar Cinere, Kota Depok dipengaruhi oleh modal (X_1), lama usaha (X_2), lokasi usaha (X_3), serta penggunaan *e-commerce* (X_4), sedangkan sebesar 47,7 persen dipengaruhi oleh variabel/faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas yaitu modal (X_1), lama usaha (X_2), lokasi usaha (X_3), dan penggunaan *e-commerce* (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere Kota Depok (Y) digunakan uji F. Hasil dari uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 36.268 | 4 | 9.067 | 8.506 | .000 ^b |
| | Residual | 33.046 | 31 | 1.066 | | |
| | Total | 69.315 | 35 | | | |

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil output SPSS, F_{Hitung} sebesar 8.506 lebih besar dari F_{Tabel} sebesar 2.75 oleh karena $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ maka H_0 ditolak. Ini berarti bahwa variabel modal, lama usaha, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok.

Uji hipotesis atau uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil dari uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Sig. |
|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | t | |
| 1 (Constant) | .816 | .552 | | 1.477 | .150 |
| Modal | .331 | .061 | .546 | 5.471 | .000 |
| Lama Usaha | -.182 | .075 | -.224 | -2.419 | .022 |
| Lokasi Usaha | 1.133 | .337 | .304 | 3.358 | .002 |
| Penggunaan e-commerce | 1.227 | .286 | .417 | 4.290 | .000 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari Tabel 4. dapat diambil kesimpulan mengenai hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas yang dapat disusun dengan persamaan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + 0.331(X_1) - 0.182(X_2) + 1.133(D_1) + 1.227(D_2) + \mu$$

Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,471 > t_{tabel} 1,68830$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya modal (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok. Koefisien regresi variabel modal (X_1) sebesar 0,331 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan modal mengalami kenaikan sebesar 1 persen, maka pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok akan mengalami kenaikan sebesar 0,311 persen.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kartika dan Nayaka (2018) tentang pengaruh modal terhadap pendapatan industri sanggah di Kecamatan Mengwi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa modal secara positif memengaruhi pendapatan pengusaha industri sanggah, sehingga modal dapat memengaruhi peningkatan produksi yang dapat menyebabkan peningkatan pendapatan. Penelitian ini didukung juga dengan Teori Cobb-Douglas menyatakan bahwa modal mempengaruhi output produksi, dengan hal ini juga menunjukkan sebuah usaha akan meningkat hasil produksinya apabila sejalan dengan semakin tingginya modal. Hal ini dikarenakan dalam kegiatan produksinya tentunya membutuhkan biaya yang digunakan untuk membiayai segala faktor produksi dalam kegiatan usahanya. Menurut Tambunan (2012) semakin besar modal atau faktor produksi yang dimiliki oleh individu atau perusahaan maka cenderung pendapatan yang diterima juga semakin tinggi.

Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X_2 terhadap Y sebesar $0,022 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -2,419 > t_{tabel} -1,68830$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima artinya lama usaha (X_2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok. Koefisien regresi variabel lama usaha (X_2) sebesar $-0,182$ artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan modal mengalami kenaikan sebesar 1 persen, maka pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok akan mengalami penurunan sebesar $0,182$ persen.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya oleh Prihatminingtyas (2019) menyatakan bahwa lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Landungsari. Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa lama usaha berpengaruh negatif terhadap pendapatan, dimana lama usaha yang kurang dari 1 tahun perlu meningkatkan keterampilan pendekatan kepada konsumen. Lama usaha dapat meningkatkan pengalaman bagi para pedagang, namun seiring berkembangnya zaman dengan teknologi informasi, lama usaha tidak lagi menjadi faktor penentu meningkatnya pendapatan para pedagang.

Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X_3 terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,358 > t_{tabel} 1,68830$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima maka lokasi usaha yang strategis memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan lokasi yang tidak strategis.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pande dan Dewi (2020) yang menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang di Pasar Desa Pakraman Padangsambian. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian Dewi dkk. (2012) mengatakan bahwa pemilihan lokasi merupakan bagian yang penting dalam berdagang, sebab lokasi yang strategis dan mudah dijangkau cenderung lebih banyak memiliki pelanggan sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang canang di Kabupaten Badung.

Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X_4 terhadap Y sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,358 > t_{tabel} 1,68830$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima maka pedagang yang menggunakan *e-commerce* memiliki

pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang yang tidak menggunakan *e-commerce*. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setyawan dkk. (2017) yang menunjukkan hasil bahwa penggunaan *e-commerce* meningkatkan penjualan sebesar 258 persen lebih besar dibandingkan dengan tidak menggunakan *e-commerce* pada penjualan usaha industri pakaian jadi di Provinsi Bali.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat di tarik yaitu modal, lama usaha, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok. Modal, lokasi usaha, dan penggunaan *e-commerce* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok. Sedangkan lama usaha secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Segar Cinere, Kota Depok

SARAN

Berdasarkan simpulan penelitian, terdapat beberapa hal yang dapat disarankan sebagai berikut.

1. Diperlukan peran dari masyarakat, pemerintah secara khusus Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, serta pihak bank dan lembaga pembiayaan lainnya untuk memberikan akses bantuan modal usaha dalam bentuk Kredit Usaha Rakyat (KUR) secara lebih mudah kepada para pedagang Pasar Segar Cinere Kota Depok. Pemberian akses KUR yang mudah tentunya dapat meningkatkan pendapatan para pedagang dan dapat digunakan untuk mengembangkan usahanya.
2. Pemilihan lokasi usaha, pedagang agar lebih teliti dalam memilih lokasi usaha. Diperlukan pengelompokkan pedagang berdasarkan produk yang dijual karena masih ada beberapa blok menjual produk yang berbeda-beda. Dengan adanya pengelompokkan pedagang dapat memberikan kesan teratur, dan tentunya mempermudah tata letak dan kebersihan pasar. Para pedagang yang memiliki lokasi yang kurang terlihat dan jarang

dilalui konsumen agar dapat membuat strategi pemasaran yang lebih kuat agar pendapatannya dapat meningkat, contohnya dengan penggunaan media internet atau e-commerce, dan sebagainya.

3. Diharapkan pada pedagang bisa mempertahankan dan memperkuat penggunaan e-commerce yang digunakan karena dengan adanya penggunaan e-commerce mempermudah para pedagang maupun konsumen dalam bertransaksi. Pedagang yang belum menggunakan e-commerce juga perlu diberikan pelatihan atau penyuluhan terkait manfaat penggunaan e-commerce yang dapat mendorong peningkatan pendapatan.

REFERENSI

- Agyapong, (2010). Micro, Small and Medium Enterprises' Activities, Income Level and Poverty Reduction in Ghana – A Synthesis of Related Literature. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 196-205
- Andzulis, J. M., Panagopoulos, N. G., Rapp, A. (2012). A Review of Social Media and Implications for The Sales Process. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 32(3), 305-316
- Ascroft, V., & Cavanough., D. (2018). Survey of Recent Developments. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 44(3), 335–363.
- Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI). (2020). Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI). <https://www.abdsi.id/>
- Dewi Utami, N. P., & Rustariyuni, S. D. (2016). Pengaruh Variabel Sosial Demografi Terhadap Keputusan Penduduk Lanjut Usia Memilih Untuk Bekerja Di Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9(2), 89–176.
- Dewi, A. A. I. A. V. L., Setiawina, N. D. & Indrajaya, I G. B. (2012). Analisis Pendapatan Pedagang Canang di Kabupaten Badung. *Magister Ilmu Ekonomi Universitas Udayana*, 1(1), 1-14
- Hanum, N. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 72-86
- Kurniawan, Jarot. Dilema Pendidikan dan Pendapatan di Kabupaten Grobogan. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], july 2016. ISSN 2303-0186
- Kurniawan, R. & Managi, S. (2018). Economic Growth and Sustainable Development in Indonesia: An Assessment. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 54(3), 339-361
- Martini Dewi, Ni Putu. 2012. Partisipasi Tenaga Kerja Perempuan Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan Universitas Udayana*. 5(2) : 119-124.
- Pande, I. T. P. & Dewi, N. P. M. (2020). Pengaruh Jam Kerja, Jenis Dagangan dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Desa Pakraman Padangsembian. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Unud*, 9(12), 2821-2851

- Parinduri, R. A. (2014). Family Hardship and The Growth of Micro and Small Firms in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 50(1)
- Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Landungsari. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 7(2), 147-154
- Rahayu, Shabrina Umi dan Ni Made Trisnawati. 2014. Analisis Pendapatan Keluarga Wanita Single Parent (Studi Kasus Kelurahan Sesetan, Kecamatan Denpasar Selatan Kota Denpasar). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. Universitas Udayana. 7(2):189.
- Setiaji, K., & Fatuniah, A. L. (2018). Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 6(1), 1-14
- Setyawan, I G. N. A., Sukadana, I W. & Saientisna, M. D. (2017). Peran E-Commerce Terhadap Penjualan Usaha Pada Industri Pakaian Jadi di Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Unud*, 6(12), 2436-2462
- Struyk, R. J. (2011). Which Indonesian Small and Medium Firms Use Formal Financial Services?. *Journal of Economic and Finance*, 3(4)
- Taneja, S. & Toombs, L. A. (2014). Putting a Face on Small Businesses: Visibility, Viability, and Sustainability: The Impact of Social Media on Small Business Marketing. *Academy of Marketing Studies Journal*, 18(1), 249-260
- Utami, Ni Putu Dewi. 2016. Pengaruh Variabel Sosial Demografi Terhadap Keputusan Penduduk Lanjut Usia Memilih Untuk Bekerja Di Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9 (2):89-176.
- Wilantara, R. F. & Susilawati. (2016). Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM. Bandung: Refika Aditama
- Wulandari, Arthina, Djinar Setiawina Dan Djayastra. 2016. Analisis Fator Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Industri Perhiasan Logam Mulia Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Unud*, 6 (1). Hal. 79-108.