

ANALISIS PENGARUH KEBERADAAN PASAR OLEH-OLEH MODERN TERHADAP PENDAPATAN BISNIS ARTSHOP DI KAWASAN SEMINYAK BALI

Khelvin Setiyana ¹

Anak Agung Bagus Putu Widanta ²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali,
Indonesia

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi adalah salah satu tolak ukur untuk menunjukkan adanya pembangunan ekonomi suatu daerah. Pada tahun 1990-an mulai dikenal dengan era Ekonomi Kreatif, yaitu era yang bukan hanya menekankan pada proses produksi semata melainkan juga memanfaatkan sinergi pola pikir yang menghasilkan suatu keluaran yang memiliki kualitas, nilai jual, dan nilai estetika yang tinggi. Sebagian besar produk Ekonomi Kreatif merupakan produk penunjang pariwisata salah satunya adalah Artshop. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan, serta pasar modern terhadap pendapatan bisnis artshop di kawasan Seminyak. Sampel pada penelitian ini berjumlah 53 responden dengan teknik proportionate random sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisis linier berganda uji validitas variabel dan uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa luas usaha, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan, dan pasar oleh-oleh modern berpengaruh terhadap pendapatan bisnis artshop di Kawasan Seminyak.

Kata kunci : *Luas, Lokasi, Lama Usaha, Jumlah Pelanggan, Pasar Modern, dan Pendapatan.*

ABSTRACT

Economic growth is one of the benchmarks to show the economic development of a region. In the 1990s it became known as the Creative Economy era, an era that not only emphasized the production process alone but also took advantage of the synergy of thinking patterns which produced an output that had high quality, selling value, and aesthetic value. Most of the Creative Economy products are tourism support products, one of which is Artshop. The purpose of this study was to determine the influence of artshop area, business location, length of business, number of customers, and modern markets on the income of the artshop business in the Seminyak area. The sample in this study amounted to 53 respondents with a proportionate random sampling technique. This study uses multiple linear analysis techniques, variable validity test and classical assumption test. Based on the research results, it is concluded that the business area, business location, length of business, number of customers, and modern souvenir markets have an effect on the income of the artshop business in the Seminyak area.

Keywords: *Area, Location, Length of Business, Number of Customers, Modern Market, and Income*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi adalah salah satu tolak ukur untuk menunjukkan adanya pembangunan ekonomi suatu daerah, dengan kata lain pertumbuhan ekonomi dapat memperlihatkan adanya pembangunan ekonomi. Akan tetapi penerapan menuju pembangunan tidak selalu berjalan lancar seperti apa yang diharapkan. Berbagai kendala dari dalam negeri telah membatasi laju pertumbuhan pendapatan dan perekonomian nasional, misalnya kemiskinan yang semakin meluas, tingkat pengangguran, tingkat pendidikan dan kesehatan yang kurang memadai, serta taraf hidup yang tidak seimbang.

Pada tahun 1990-an dimulailah ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas, yang dikenal dengan Era Ekonomi Kreatif. Ekonomi kreatif menjadi model baru dari pengelolaan ekonomi yang menyandarkan aktivitasnya pada proses penciptaan dan transaksi nilai. Era ekonomi ini bukan hanya menekankan pada proses produksi semata, melainkan juga memanfaatkan sinergi pola pikir sehingga menghasilkan satu keluaran yang memiliki kualitas baik, nilai jual tinggi, dan nilai estetika yang unik. Ekonomi kreatif ini kemudian digerakan oleh sektor industri yang disebut dengan Industri Kreatif.

Sebagian besar produk industri kreatif merupakan produk pendukung pariwisata. Jadi pariwisata di Indonesia telah menjadi sektor strategis dalam sistem perekonomian nasional yang memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan Negara. Keberadaan pariwisata menumbuhkan

aktivitas usaha bagi masyarakat yang secara langsung terlibat di dalam penyediaan sarana pelengkap oleh-oleh penunjang wisata di objek wisata tersebut. Munculnya pariwisata juga mampu mengembangkan ekonomi lokal dan ditandai dengan munculnya usaha-usaha kecil yang akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kabupaten Badung merupakan salah satu kawasan yang banyak tersedia obyek wisatanya. Seminyak adalah kelurahan di kecamatan Kuta, Badung, Bali. Daerah ini terkenal pula sebagai tempat wisata pantai lengkap dengan berbagai fasilitas seperti hotel, spa, restaurant, bar, café, dan artshop. Daerah di sekitaran Seminyak pada awalnya adalah kawasan desa agraris. Walaupun berdekatan dengan pantai, banyak penduduk bekerja sebagai petani. Tetapi setelah perombakan Pantai Kuta menjadi pusat objek wisata Bali, berbagai wilayah disekitarnya pun ikut berbenah diri, tidak terkecuali daerah Seminyak. Perlahan, penduduk mulai beralih pekerjaan dengan membuka jasa seperti penyediaan penginapan, makanan, serta fasilitas lainnya bagi para pengunjung. Pantai di Seminyak juga merupakan pantai indah dengan hamparan pasir putih dan memiliki gelombang ombak yang cukup untuk berselancar, sehingga pantai ini selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Kawasan Seminyak menawarkan hal yang berbeda dengan kawasan Kuta ataupun Legian, jika Kawasan Kuta dan Legian lebih disenangi oleh para wisatawan yang mencari hiburan malam sebab banyak

terdapat resto atau bar yang buka hingga malam hari. Berbeda dengan Seminyak lebih disukai oleh para wisatawan yang mencari private villa dan tempat berbelanja yang menawarkan barang dagangan yang unik dan beragam.

Sektor informal yang berkembang di kawasan Seminyak yaitu bisnis artshop. Sektor informal merupakan suatu kegiatan usaha berskala kecil yang dikelola oleh individu-individu dengan tingkat kebebasan yang tinggi dan mengatur cara bagaimana dan dimana usaha tersebut dijalankan. Sektor ini mampu menyerap angkatan kerja yang sekaligus menjadi pengurangan terhadap angka pengangguran dan kerawanan sosial. Bisnis artshop merupakan pedagang yang menjual barang-barang seni khas Bali yang dijual kepada para wisatawan yang berkunjung. Barang-barang yang dijual tersebut sering digunakan sebagai oleh-oleh bagi para wisatawan yang telah berkunjung. Bisnis artshop yang terletak dikawasan Seminyak berada di sekitaran jalan raya Seminyak yang menempati sebuah kios-kios yang berada disekitaran lingkungan masyarakat dan dikawasan sekitar hotel-hotel yang ada di kawasan tersebut. Lokasi bisnsi artshop di kawasan Seminyak berada di jalanan yang ramai dilalui oleh banyak orang sehingga sangat mudah untuk ditemui.

Berikut daftar jumlah artshop yang terdapat di kawasan Seminyak adalah sebagai berikut :

Tabel 1 Jumlah Artshop di Kawasan Seminyak

No	Tempat	Jumlah Artshop
1	Kayu Aya Street	49
2	Kayu Jati Steet	12
3	Basangkasa Street	24
4	Kunti Street	16
5	Taman Street	9
Jumlah		110

Sumber : Kantor Kelurahan Seminyak Kecamatan Kuta Kabupaten Badung.

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa bisnis artshop sangat berkembang di kawasan Seminyak. Jumlah artshop paling banyak berada di Kayu Aya Street. Karena wilayah tersebut merupakan area yang paling ramai dikunjungi.

Meningkatkan pendapatan dengan membuka usaha bisnis artshop merupakan hal yang tidak selalu berjalan lancar. Terkadang terdapat beberapa kendala dalam proses membuka usaha, seperti adanya persaingan antar sesama bisnis artshop baik di kawasan yang sama maupun yang berbeda serta kurangnya teknik pengelolaan usaha yang baik dan terdapat kendala dalam manajemen usahanya. Persaingan dengan pasar modern juga menjadi faktor yang mempengaruhi pendapatan bisnis artshop, sebab barang yang tersedia di pasar modern relative lebih lengkap dan beragam, serta kualitas barang yang tersedia di pasar modern umumnya lebih terjamin kualitasnya.

Seiring berkembangnya arus globalisasi, mulai ramai bermunculan oleh-oleh khas Bali di pasar modern yang menawarkan produk yang hampir sama dengan pasar seni tradisional yang berada di sekitaran jalan

Seminyak. Menurut Purnama dan Yasa (2013), perkembangan pasar oleh-oleh modern sangat meresahkan pedagang dipasar oleh-oleh seni tradisional. Selain komoditi yang sama, harga yang ditawarkan oleh pasar seni modern tidak kalah bersaing dengan pasar seni tradisional. Hal tersebut memunculkan fenomena antara persaingan pasar seni tradisional dengan pasar seni modern. Keberadaan pasar seni tradisional telah tersaingi oleh pasar seni modern yang telah banyak dibangun diberbagai tempat, sehingga menyebabkan beberapa tempat usaha mengalami menurunnya jumlah pengunjung pasar seni tradisional dan banyak dari para pedagang pasar seni tradisional yang usahanya stagnan karena penurunan omzet hasil penjualannya. Pasar seni modern memiliki berbagai kelebihan dibandingkan dengan pasar seni tradisional, dimana pasar seni modern memiliki tingkat kemanan, kenyamanan, dan kualitas barang belanjaan yang lebih tinggi. Sehingga pasar seni tradisional kini memiliki pesaing kuat dan berdampak pada penurunan omzet penjualannya. Dimana pasar seni tradisional di kawasan Seminyak merupakan salah satu yang terkena dampaknya.

Keadaan pasar seni di kawasan Seminyak yang sederhana dan bersifat tradisional menyajikan barang kesenian yang menarik minat para wisatawan mancanegara maupun domestic untuk datang membeli berbagai hasil karya yang disajikan, seperti seni ukir, seni lukis, maupun seni keterampilan lainnya. Perkembangan globalisasi dan perekonomian

mengurangi potensi ekonomis yang dimiliki oleh pasar tradisional di kawasan Seminyak. Hal ini disebabkan kendala yang dialami seperti minimnya lahan untuk lokasi parkir dikarenakan letak bisnis art shop tersebut yang berada di sekitaran pinggir jalan raya, kebersihan sangata rendah, dan banyaknya bermunculan pasar modern yang dimiliki oleh pemodal besar sehingga sangat mempengaruhi tingkat kunjungan konsumen.

Zahratain dan Lukytawati (2014), menyebutkan selama dekade terakhir pasar modern mulai hadir dengan memanfaatkan kelebihan yang tidak dimiliki oleh pasar seni tradisional seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan, kualitas produk, serta sarana dan prasarana yang memadai. Selain itu, kerjasama yang dijalin oleh para pengusaha travel agen dengan pembagian komisi yang menggiurkan, maka travel agen pun mengarahkan tamu-tamu mereka untuk ke pasar seni modern yang menjalin kerjasama dengannya. Maka dari itu tidak sedikit konsumen yang mengalihkan belanja mereka pada pasar seni modern.

Luas usaha menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan suatu usaha bisnis, seorang pelaku usaha mampu menampung segala aspek yang dibutuhkan dengan luas yang memadai, dengan luasnya suatu usaha maka suatu usaha mampu untuk menampung segala sumber daya, tenaga kerja, serta barang dagangannya. Selain itu adalah faktor lokasi, dalam merencanakan suatu usaha peran lokasi merupakan hal yang sangat

penting, perlunya memilih letak lokasi usaha yang strategis akan berhubunga dengan masalah efisiensi jalannya suatu usaha. Ketika suatu usaha sudah memutuskan akan beroperasi di suatu lokasi tertentu, maka konsekuensi biaya-biaya yang muncul akibat dipilihnya lokasi tersebut akan ditanggung oleh pemilik usaha, lokasi usaha yang berdekatan dengan target pasar akan dapat memungkinkan sebuah usaha dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Lokasi usaha yang strategis akan dapat lebih mudah menarik para pembeli, sebab lokasi yang strategis memberikan kemudahan akses menuju lokasi sehingga memudahkan konsumen mencapai lokasi, pemilihan lokasi harus dilakukan dengan berbagai pertimbangan agar tidak memberikan dampak kerugian bagi perusahaan atau menimbulkan biaya yang tinggi untuk bertemu dengan para konsumen.

Selanjutnya lama usaha juga menjadi faktor keberhasilan usaha, seseorang yang bekerja lebih lama akan memiliki strategi khusus atau cara tersendiri dalam berusaha. Lamanya seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi kemampuan profesionalnya. Lama pembukaan suatu usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan suatu usaha, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya maka akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi lebih kecil dari pada penjualan. Lamanya seorang pelaku bisnis dalam menekuni usahanya akan meningkatkan pula

pengetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatannya. Semakin lama seseorang pelaku bisnis dalam menekuni bidang usahanya akan semakin meningkatkan pengetahuannya tentang perilaku konsumen dan perilaku pasar. Keterampilan berdagang akan semakin bertambah maka semakin banyak pula relasi bisnis ataupun pelanggan yang akan disaring. Selanjutnya jumlah pelanggan, pelanggan adalah tujuan dari sebuah usaha bisnis, dimana perusahaan bersaing untuk mendapatkan pelanggan yang bertujuan untuk meningkatkan output ataupun keuntungan perusahaan. Jumlah pelanggan menjadi faktor penentu keberhasilan suatu usaha, sebab dengan makin banyaknya jumlah pelanggan yang diterima oleh suatu usaha maka pendapatan yang diterima juga akan semakin meningkat. Untuk menarik pelanggan perusahaan tentunya harus dapat melengkapi kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan disebabkan oleh layanan atau kualitas perusahaan yang nantinya akan berpengaruh positif terhadap keuntungan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut; 1) Untuk menganalisis luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan serta pasar oleh-oleh modern berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan artshop di kawasan Seminyak. 2) Untuk menganalisis luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan serta pasar oleh-oleh modern berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan artshop di kawasan Seminyak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif. Peneliti akan melakukan pengamatan untuk mengetahui hubungan luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan, serta pasar oleh-oleh modern terhadap pendapatan bisnis artshop di Seminyak. Penelitian dilakukan di Kawasan Seminyak karena bisnis artshop banyak terdapat dikawasan Seminyak yang juga didukung dengan adanya keberadaan hotel-hotel sehingga banyak wisatawan yang datang berkunjung. Jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 53 responden. Teknik analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS.

Luas tempat usaha merupakan besar kecilnya usaha pedagang dalam berjualan barang dagangannya. Scoot (1992, dalam Achmadi, 2011) mengatakan terdapat banyak literatur mengenai efek ukuran (luas) terhadap dimensi-dimensi organisasional dan kewirausahaan. Dengan luas suatu usaha maka usaha tersebut mampu untuk menampung segala aspek-aspek pendukung dalam perusahaan tersebut secara maksimal.

Menurut Swastha dan Irawan (2008) bila suatu perusahaan memiliki lokasi yang strategis maka akan dapat menarik para pembeli. Lokasi yang strategis memberikan kemudahan akses menuju lokasi sehingga memudahkan konsumen mencapai lokasi. Pemilihan lokasi harus dilakukan dengan berbagai pertimbangan agar tidak memberikan dampak kerugian bagi perusahaan atau menimbulkan biaya yang tinggi untuk bertemu dengan

para konsumen. hasil penelitian Utari et al, (2015) berjudul Studi pendapatan Pedagang Pasar impress Manoda Kota Palu dan hasil penelitian Putra dan Sunarwijaya (2016) yang berjudul Faktor Internal dan Eksternal yang Berpengaruh pada Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati setelah perkembangan Pasar Oleh-oleh Modern di Kabupaten Gianyar menyimpulkan hasil yang sama yaitu bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang, dimana semakin strategis lokasi maka semakin besar pendapatannya.

Lama usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang dijalani saat ini (Asmie,2008). Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno, 2002:56). Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya atau keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen (Wicaksono, 2011:87). Pengaruh pengalaman berusaha terhadap tingkat pendapatan pedagang telah dibuktikan dalam penelitian Tjiptoroso (1993) maupun dalam studi yang dilakukan Swasono (1986). Lamanya seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan

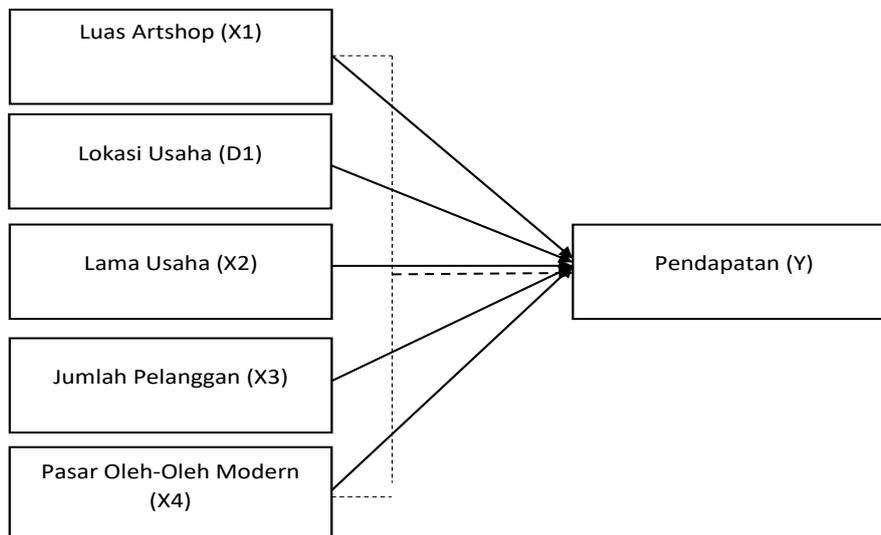
mempengaruhi kemampuan profesionalnya. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. ketrampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring (Asmie, 2008).

Menurut Webster 1928 Dictionary dalam Lupriyadi (2006: 143) pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan. Dalam era globalisasi persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional. Untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih rendah, penyerahan produk yang lebih cepat, serta pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya. Perusahaan harus memuaskan pelanggan, sebab jika tidak pelanggan akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada akhirnya akan menurunkan laba an bahkan kerugian. Maka dari itu perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui apa yang di sukai oleh pelanggan.

Pasar Modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mall dan tempat-tempat modern lainnya.

Barang yang dijual memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang import. Barang yang dijual juga mempunyai kualitas yang relative lebih terjamin karena memalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek atau tidak memenuhi persyaratan klasifikasi tidak akan diterima atau ditolak (Suryadarma, 2007).

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan diatas, maka dapat digambarkan kerangka konseptual pada Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

—————▶ = Pengaruh secara simultan X1, D1, X2, X3, X4
terhadap Y

-----▶ = Pengaruh secara parsial X1, D1, X2, X3, X4
terhadap Y

Model analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 D_1 + \mu_i \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- Y = Pendapatan Bisnis Artshop
- X1 = Luas Artshop
- X2 = Lama Usaha
- X3` = Jumlah Pelanggan
- X4 = Pasar Oleh-Oleh Modern
- D1 = Lokasi Artshop
- A = Intersep
- μ_i = Tingkat kesalahan (gangguan) stokastik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang arti sebenarnya yang diukur. Tinggi rendahnya validitas menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variable yang dimaksud. Berikut hasil uji validitas pada penelitian ini.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Koefisien		Kesimpulan
	Korelasi (r hitung)	r kritis	
X1 Luas Artshop	0.820	0,3	Valid
D1 Lokasi Usaha	0,368	0,3	Valid
X2 Lama Usaha	0,589	0,3	Valid
X3 Jumlah Pelanggan	0,920	0,3	Valid
X4 Pasar Modern	0,371	0,3	Valid

Berdasarkan hasil tabel 2 dapat dinyatakan bahwa seluruh variable penelitian dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrument penelitian dikarenakan memiliki nilai koefisien korelasi $> 0,3$.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau kekurangan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran dimana pengujiannya dapat dilakukan secara interal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada. Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada penelitian ini.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.679	6

Berdasarkan hasil tabel 3 dapat dinyatakan bahwa nilai Cronbach Alpha adalah $0,679 > 0,6$. Hal ini berarti seluruh variable penelitian dapat dinyatakan reliable.

Statistik Deskriptif

Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS, diperoleh statistik deskriptif yang memberikan penjelasan mengenai nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan nilai standar deviasi dari masing-masing variabel. Berikut disajikan hasil dari statistik deskriptif.

Tabel 4 Statistik Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	53	1,80	2,80	2,2925	,38423
D1	53	,00	1,00	,7170	,45478
X2	53	,70	3,00	1,9547	,47619
X3	53	2,30	3,40	2,8453	,34783
X4	53	2,20	4,40	3,3321	,79512
Y	53	17,70	19,90	18,8189	,69367
Valid N (listwise)	53				

Sumber: Lampiran 1

Statistik deskriptif pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel luas artshop rata-rata (*mean*) sebesar 2,29 meter persegi dengan standar deviasi sebesar 0,38. Variabel lokasi usaha rata-rata (*mean*) sebesar 0,71 dengan standar deviasai sebesar 0,45. Variabel lama usaha rata-rata (*mean*) sebesar 1,95 dengan standar deviasi sebesar 0,45. Variabel jumlah pelanggan rata-rata (*mean*) sebesar 2,84 orang dengan standar deviasi sebesar 0,34. Variabel pasar oleh-oleh modern rata-rata (*mean*) sebesar 3,31 dengan standar deviasai sebesar 0,79. Variabel pendapatan rata-ratan (*mean*) sebesar 18,81 dengan standar deviasi sebesar 0,69.

Tabel 5 Statistik Deskriptif Variabel Lokasi Usaha (D1)

D1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jauh dari hotel	15	28,3	28,3	28,3
	Dekat dari hotel	38	71,7	71,7	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa lokasi usaha artshop sebagian besar dekat dengan hotel sebanyak 38 responden (71,7%).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh luas arshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan, pasar modern terhadap pendapatan.

Persamaan regresi yang terbentuk sebagai berikut :

$$Y = 13,644 + 0,611X_1 + 0,085D_1 + 0,188X_2 + 1,254X_3 + 0,30X_4$$

$$Se = 0,289 \quad 0,107 \quad 0,031 \quad 0,078 \quad 0,131 \quad 0,013$$

$$t = \quad 5,695 \quad 2,774 \quad 2,404 \quad 9,568 \quad 2,330$$

$$sig = \quad 0,000 \quad 0,012 \quad 0,020 \quad 0,000 \quad 0,036$$

$$F = 100,590 \quad sig 0,000 \quad R^2=0,915$$

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dianalisis dengan teknik analisis regresi linear berganda, maka model persamaan regresi linear berganda harus melalui uji asumsi klasik. Berikut disajikan hasil uji asumsi klasik yang diolah dengan bantuan program SPSS.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual dari model regresi yang dibuat berdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika

signifikansi dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi secara normal.

Berdasarkan lampiran 2 hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* nilai signifikasinya sebesar 0,558 maka dapat diambil kesimpulan bahwa data residual terdistribusi normal karena signifikansi nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Uji ini dapat dianalisis melalui uji *gletser* dengan melihat tingkat signifikansi, jika tingkat signifikansi berada di atas 0,05 maka model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Lampiran 3, tingkat signifikansi berada di atas 0,05 dimana nilai Sig. luas arthshop sebesar 0,352, lokasi usaha sebesar 0,699, lama usaha sebesar 0,294, jumlah pelanggan sebesar 0,699, pasar oleh-oleh modern sebesar 0,256. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Suatu model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi multikolinearitas di dalamnya. Model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah yang memiliki nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 10%.

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Lampiran 3, nilai *tolerance* variabel bebas lebih dari 10% atau 0,1 dimana nilai *tolerance* dari luas artshop sebesar 0,515, lokasi usaha sebesar 0,846, lama usaha sebesar 0,634, jumlah pelanggan sebesar 0,421, dan pasar oleh-oleh modern sebesar 0,959. Nilai VIF kurang dari 10 dimana nilai VIF dari luas artshop sebesar 1,943, lokasi usaha sebesar 1,182, lama usaha sebesar 1,578, jumlah pelanggan sebesar 2,375, pasar oleh-oleh modern sebesar 1,043. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel bebas (*independen*) menerangkan variabel terikatnya (*dependen*), ini dapat dilihat dari nilai R^2 .

Berdasarkan Lampiran 4 nilai R^2 sebesar 0,915, ini berarti sebesar 91,5 persen (%) variabel luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan, pasar modern mempengaruhi pendapatan artshop, sedangkan

sisanya sebesar 8,5 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Pengujian Secara Serempak (Uji F)

Uji regresi simultan (F-test) dilakukan untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan, pasar modern secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

a. Formulasi hipotesis

$H_0: \beta_{1,2,3,4,5} \leq 0$:artinya luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan, pasar oleh-oleh modern secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan artshop.

$H_0: \beta_{1,2,3,4,5} > 0$:artinya luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan, pasar oleh-oleh modern secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan artshop.

b. Ketentuan pengujian

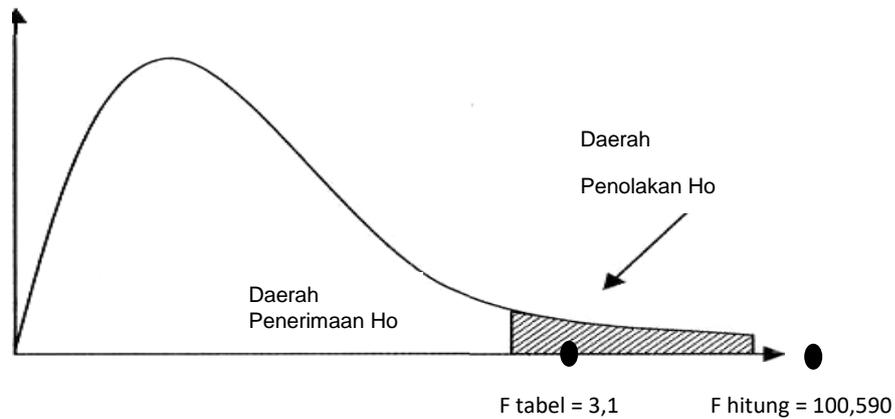
Menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ($\alpha=0,05$), derajat bebas pembilang, $k=2$ dan derajat penyebut $n-k=53-5 = 48$ maka diperoleh F tabel = 3,1

c. Perhitungan dengan program SPSS diperoleh nilai F hitung sebesar 100,590

d. Kriteria pengujian

1) Jika F hitung > F tabel maka H_0 ditolak berarti signifikan.

- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel} (3,1)$ maka H_0 diterima berarti signifikan.



Gambar 2 Kriteria Penerimaan/Penolakan Hipotesis Dengan Uji-F

e. Kesimpulan

Sesuai hasil perhitungan dan Gambar 4.1 diperoleh $F_{hitung} = 100,590$ dibandingkan dengan nilai $F_{tabel} = 3,1$, maka ternyata nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} , dan F_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 . Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa pada taraf $\alpha = 5\%$ secara simultan variabel luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan, pasar oleh-oleh modern berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pendapatan artshop.

Pengujian Secara Parsial (uji t)

Pengaruh Luas Artshop Terhadap Pendapatan Bisnis Artshop di Kawasan Seminyak.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, didapatkan nilai koefisien regresi luas artshop sebesar 0,611 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000/2=0,000$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)0,05. Hal ini berarti luas artshop berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan bisnis artshop di kawasan Seminyak. Luas suatu usaha mampu mengombinasikan sumber daya, tenaga kerja, serta peralatan yang dibutuhkan dalam usaha tersebut. Jadi semakin luas tempat usaha maka usaha tersebut mampu untuk menampung lebih banyak produk atau barang yang dapat diperjualkan.

Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Bisnis Artshop di Kawasan Seminyak.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, didapatkan nilai koefisien regresi lokasi usaha sebesar 0,085 dan tingkat signifikansi sebesar $0,012/2=0,006$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)0,05. Hal ini berarti lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan bisnis artshop di kawasan Seminyak. Ketepatan dalam memilih suatu lokasi usaha merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan oleh para pelaku usaha, sebab semakin strategis lokasi usaha dan dekat dengan konsumen atau pasar maka probabilitas pendapatan yang diterima akan semakin

meningkat. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Jember (2016), yang mengatakan bahwa memilih lokasi yang strategis akan berhubungan dengan masalah efisiensi transportasi, sifat bahan baku atau sifat produk, dan kemudahannya dalam mencapai konsumen.

Pengaruh Lama Usaha Terhadap Pendapatan Bisnis Artshop di Kawasan Seminyak.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, didapatkan nilai koefisien regresi lama usaha sebesar 0,188 dan tingkat signifikansi sebesar $0,020/2=0,01$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)0,05. Hal ini berarti lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan bisnis artshop di kawasan Seminyak. Lama seorang pelaku usaha dalam menekuni bidang usahanya akan berdampak pada produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi lebih kecil dari pada penjualan. Sehingga semakin lama pelaku bisnis menekuni usahanya akan meningkatkan pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan pasar, serta semakin banyak pengalaman yang didapatkan dan dapat memperbaiki kesalahan yang telah terjadi sebelumnya. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunaryanto (2015) yang menyebutkan bahwa lamanya seorang pedagang menekuni usahanya maka akan meningkatkan pula pengetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatannya.

Pengaruh Jumlah Pelanggan Terhadap Pendapatan Bisnis Artshop di Kawasan Seminyak.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, didapatkan nilai koefisien regresi jumlah pelanggan sebesar 1,254 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000/2=0,000$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)0,05. Hal ini berarti jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan bisnis artshop di kawasan Seminyak. Pelanggan merupakan tujuan dari suatu perusahaan dimana perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan, sebab dengan pelanggan maka suatu perusahaan dapat terus berjalan dengan lancar. Penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Aliansyah (2012) yang menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan adalah faktor penentu kesuksesan dan kelangsungan suatu usaha, semakin banyak pelanggan yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka perusahaan tersebut akan semakin sukses dan bertahan lama.

Pengaruh Pasar Oleh Oleh Modern Terhadap Pendapatan Bisnis Artshop di Kawasan Seminyak.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, didapatkan nilai koefisien regresi pasar modern sebesar 0,030 dan tingkat signifikansi sebesar $0,036/2=0,018$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)0,05. Hal ini berarti pasar modern berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan bisnis artshop di kawasan Seminyak. Pasar modern menawarkan

barang yang relative lebih bervariasi dan lengkap serta dengan kualitas barang yang relative lebih terjamin. Oleh karena itu kini terdapat persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional. Penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Wulandari & Meydianawathi (2016) yang menyebutkan bahwa selama dekade terakhir pasar modern mulai hadir dengan memanfaatkan kelebihan yang tidak dimiliki oleh pasar tradisional seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan, kualitas produk serta sarana dan prasarana yang memadai. Berbagai macam kelebihan dan kemudahan yang ditawarkan kepada konsumen oleh pasar modern seperti kenyamanan dalam berbelanja, harga yang lebih relative lebih murah. Namun pada akhirnya konsumen yang akan menentukan untuk memilih berbelanja di pasar modern atau pasar tradisional.

SIMPULAN

- 1) Luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan serta pasar oleh-oleh modern berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan artshop di kawasan Seminyak.
- 2) Luas artshop, lokasi usaha, lama usaha, jumlah pelanggan serta pasar oleh-oleh modern berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan artshop di kawasan Seminyak.

SARAN

Berdasarkan simpulan tersebut maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Masyarakat hendaknya lebih meningkatkan dan menjaga fasilitas objek pariwisata yang ada di daerah Seminyak, dengan

meningkatnya wisatawan maka dapat mempengaruhi jalannya bisnis artshop tersebut. Perluasan luas usaha bisnis artshop dapat menambah kapasitas pedagang dalam memperjual atau menawarkan barang dagangannya. Pemilihan lokasi usaha juga harus diperhatikan, sebab lokasi usaha yang berdekatan langsung dengan hotel dan berlokasi yang strategis akan mempermudah konsumen untuk datang berkunjung ke tempat usaha. Serta dalam menjalankan suatu usaha pengalaman sangat mempengaruhi jalannya suatu usaha, sebab lamanya pelaku usaha dalam menjalani usahanya maka akan meningkatkan pengetahuannya mengenai perilaku konsumen dan pasar. Oleh karena persaingan yang terus meningkat seperti adanya pasar modern yang bermunculan, maka skill, pengetahuan, dan keterampilan pelaku usaha harus lebih ditingkatkan agar dapat bersaing dan meningkatkan pendapatannya.

REFERENSI

- Arisya Leri, Ida Ayu. 2011. Dampak Pengeluaran Wisatawan Terhadap Perkembangan Sektor Ekonomi di Provinsi Bali. Tesis : Program Magister Program Studi Kajian Pariwisata Program Pascasarjana Universitas Udayana, Denpasar.
- Agustika, I Gede dan Surya Dewi Rustariyuni. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengiriman Remitan Tenaga Kerja Kapal pesiar dan Pemanfaatannya di kabupaten Tabanan. Jurnal PIRAMIDA. Vol.8(1)
- Alisjahbana, A. S., & Manning, C. (2006). Labour market dimensions of poverty in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol42(2), 235-261.
- Alli, K. L., G. G. Ramirez, and K. Yung. 1991. Corporate headquarters relocation: evidence from the capital markets. *Journal of the American Real Estate and Urban Economics Association* 19 (4): 583-599.
- Dewi, Ni Made Ratih Kusuma, I Wayan Sukadana dan Anak Agung ketut Ayuningsasi. Pilihan Tempat Belanja Masyarakat Perkotaan dan

- Implikasinya Pada Peternak Ayam Petelur di Pedesaan. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. Vol 10(2).
- Firdausa dan Arianti, 2013. Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintaro Demak. *Journal of Economics*. Vol. 2(1).
- Febrianty, Dessy. 2013. Model of Role Strengthening of Traditional Market Based on Social Capital in Indonesia: Study Case Beringharjo Mrket, Jogjakarta. *Journal of Economics and Sustainable Development*. Vol. 4(5).
- Gustav, Ranis. 2006. "Desentralisasi in Indonesia". *Bulletin of Indonesian Economic Studies*.
- Hallowell, Roger. 1996. The Relationship of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Provitability: and Empirikel Study. *International Journal of Service Industry Management*. Vol 7(4).
- Heryendi, Wycliffe Timotius dan Anak Agung Istri Ngurah Marhaeni. Efektivitas Program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kecamatan Denpasar Barat. *Jurnal Ekonomi Kuantitaif Terapan*, Vol6(2).
- Hayter, R. (1997). The dynamics of industrial location: the factory, the firm and the production system. Wiley.
- Kurniawan, Jarot. Dilemma dan Pendapatan di Kabupaten Grobogan. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Vol 9(1).
- Kuswanto, Feri, 2012. Innovation in Distribution Channel, Cost Efficiency & Firm Performance: The Case of Indonesian Small & Medium Enterprise Scales. *International Journal of Business, Humanities and Technology*. Vol 2(4).
- Markovic, Ana Tripkovic, MSc. (2010). Tourism Planning : Contribution of Tourism to Socio-Economic Development of Montenegro. Dalam *Jurnal Biennial International Congress* 1289-1304
- Mason, K., Jones, S., Benefield, M., & Walton, J. (2013). Quick service restaurant success factors. *Journal of International Business and Economics*, 13(4), 109-114.
- Maharani Putri, Ni Made dan I Made Jember. Pengaruh modal sendiri dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di kabupaten tabanan (Modal pinjaman sebagai variabel intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Vol 9(2).
- Marković, S., Raspor, S., & Šegarić, K. (2010). Does restaurant performance meet customers' expectations? An assessment of restaurant service quality using a modified DINESERV approach. *Tourism and Hospitality Management*, 16(2), 181-195.
- Olaitan, M.A, 2011. Finance For Small and Medium Eterprises in Nigeria, Agricultural Credit Guarantee Schme Fund. *Journal of International Farm Management*. Vol 3(2).

- Putra, I Gede Cahyadi dan I Ketut Sunarwijaya. (2016). Faktor Internal dan Eksternal yang Berpengaruh Pada Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Setelah Berkembangnya Pasar Oleh-oleh Modern di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Riset Akutansi JUARA*. Vol.6(1)
- Putri, N. M. D. M., & Jember, I. M. (2016). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Vol 9(2).
- Reardon T, Hopkins R. 2006. The Supermarket Revolution in Developing Countries: Policies to Address Emerging Tension Among Supermarkets, Suppliers, and Traditional Retailers. *European Journal of Development Research*. Vol 18(4).
- Schmenner, R. W. (1994). Service Firm Location Decisions: Some Midwestern Evidence. *International Journal of Service Industry* , 35-56.
- Sabaruddin, Sulthon Sjahril, 2014. The Impact of Indonesia-China Trade Liberalisation on the Welfare of Indonesian Society and on Export Competitiveness. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. Vol 50(2)
- Sunardi, N. R. (2019). Analysis of Sustainable Tourism Development in Bromo Tengger Semeru National Park. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 54(6).
- Utari, St h., Mueyono,M., dan Hamzeh W.P.S. (2015). Studi Pendapatan Pedagang Pasar Inpres Manonda Kota Palu. E-jurnal Katalogis, Vol. 3(10):125-136.
- Wulandari, Ni Luh Gede Ita dan Luh Gede Meydianawathi. Apakah Pasar Modern menurunkan Pendapatan pedagang di Pasar Tradisional? (Anlisis Binary Logistik). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Vol 9(2).
- Wisnu Yudanto, Sutyastie S. remi, dan Bagdja Muljariadi. 2010. Peranan Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Daerah di Indonesia (Analisis Interregional Input-Output). Dalam Pustaka Ilmiah Unpad.
- Zahratain, Iin dan Lucytawati Anggraeni. 2014. Dampak Perkembangan Toko Modern Terhadap Kinerja Pedagang Produk Pertanian Pada Pasar Tradisional di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Agri Bisnis*. Vol 11(2).