

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR BADUNG KOTA DENPASAR

**Dara Cantika Damayyanti Effendi**

Universitas Udayana

[dara.cantika131@student.unud.ac.id](mailto:dara.cantika131@student.unud.ac.id)

**Ni Nyoman Yuliarmi**

Universitas Udayana

**Abstract.** Traditional markets such as Badung Market in Denpasar City remain central to community economic activities. However, despite infrastructure modernization and the adoption of digital technology, income disparities among traders persist. This study aims to analyze the influence of capital, working hours, business duration, number of buyers, digital technology, and business location on traders' income at Badung Market. The research employed a quantitative approach using multiple linear regression analysis. A total of 88 respondents were selected through stratified random sampling based on business location, with data collected through observation, structured interviews, and in-depth interviews. The results reveal that all independent variables simultaneously have a significant effect on traders' income. Partially, the variables of capital, working hours, business duration, number of buyers, and business location exert a positive and significant influence. Conversely, digital technology shows a negative and insignificant effect. These findings indicate that although digitalization has been introduced, its utilization remains limited due to traders' low digital literacy and constraints in technology adoption. The study highlights the importance of strengthening traditional factors such as capital and location, while also emphasizing the need for guidance in the effective use of digital technology in line with traders' capacities.

**Keywords:** traders' income, capital, working hours, business duration, number of buyers, digital technology, business location

**Abstrak.** Pasar tradisional seperti Pasar Badung Kota Denpasar masih menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat. Namun, di tengah modernisasi infrastruktur dan penerapan teknologi digital, ketimpangan pendapatan antarpedagang masih terjadi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh modal, jam kerja, lama usaha, jumlah pembeli, teknologi digital, dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Badung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Sebanyak 88 responden dipilih melalui *stratified random sampling* berdasarkan lokasi usaha, dengan data diperoleh melalui observasi, wawancara terstruktur, dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Secara parsial, variabel modal, jam kerja, lama usaha, jumlah pembeli, dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan.

Sebaliknya, variabel teknologi digital berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun digitalisasi telah diperkenalkan, pemanfaatannya masih terbatas karena rendahnya literasi digital pedagang dan keterbatasan adopsi teknologi. Penelitian ini menekankan pentingnya memperkuat faktor tradisional seperti modal dan lokasi, serta perlunya pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital agar sesuai dengan kapasitas pedagang pasar.

**Kata kunci:** pendapatan pedagang, modal, jam kerja, lama usaha, jumlah pembeli, teknologi digital, lokasi usaha

## LATAR BELAKANG

Salah satu tantangan utama pembangunan di Indonesia sebagai negara berkembang adalah bagaimana mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui strategi pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Pembangunan ekonomi tidak hanya bertumpu pada industrialisasi dan kebijakan pemerintah, tetapi juga ditopang oleh sektor informal yang berperan penting dalam memperluas kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, serta menjaga keseimbangan ekonomi. Indikator keberhasilan pembangunan ekonomi dapat dilihat dari pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) dan distribusi pendapatan yang merata, sehingga pemerataan kesejahteraan menjadi tujuan utama. Oleh karena itu, penting bagi suatu daerah untuk mengidentifikasi sektor-sektor potensial yang dapat dikembangkan sebagai pilar ekonomi, mengingat kontribusinya tidak hanya pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga dalam menciptakan lapangan kerja, memperkuat daya saing, dan menarik investasi. Struktur ekonomi daerah, yang tercermin dari distribusi PDRB menurut lapangan usaha, menjadi acuan penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan pembangunan yang tepat sasaran.

**Tabel 1. Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto Kota Denpasar Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2020-2024**

Lapangan Usaha	Distribusi Produk Domestik Regional Bruto Kota Denpasar Menurut kategori Lapangan Usaha (Persen)				
	2020	2021	2022	2023	2024
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	7,05	7,38	6,93	6,57	5,79
Pertambangan dan Penggalian	-	-	-	-	-
Industri Pengolahan	6,54	6,66	6,69	6,45	6,44
Pengadaan Listrik dan Gas	0,53	0,50	0,54	0,58	0,63
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,26	0,27	0,25	0,23	0,21
Konstruksi	11,01	12,01	11,94	11,13	10,45
Perdagangan Besar dan Eceran	9,96	9,86	10,01	10,05	9,88
Transportasi dan Pergudangan	2,73	2,50	2,66	2,95	2,94

Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	21,34	18,97	20,92	23,84	25,55
Informasi dan Komunikasi	5,28	5,52	5,06	4,73	4,56
Jasa Keuangan dan Asuransi	6,13	6,27	6,69	7,01	7,69
Real Estate	4,43	4,51	4,34	4,09	3,82
Jasa Perusahaan	1,98	1,95	2,03	2,04	2,06
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	5,59	5,95	5,45	4,99	4,98
Jasa Pendidikan	12,73	13,00	12,01	10,96	10,71
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2,77	3,01	2,84	2,72	2,60
Jasa lainnya	1,57	1,57	1,64	1,66	1,70

Sumber: BPS Kota Denpasar, 2025

Berdasarkan distribusi PDRB Kota Denpasar menurut lapangan usaha periode 2020–2024, sektor penyediaan akomodasi dan makan minum tercatat sebagai penyumbang terbesar dengan tren pemulihan signifikan pascapandemi COVID-19, diikuti oleh sektor pendidikan, konstruksi, serta perdagangan besar dan eceran. Meskipun sektor perdagangan menunjukkan kontribusi stabil terhadap PDRB, dampak positifnya tidak dirasakan merata, terutama bagi pedagang pasar tradisional yang menghadapi penurunan jumlah pembeli akibat pergeseran konsumen ke ritel modern dan belanja daring. Pasar tradisional tetap memiliki peran strategis dalam perekonomian rakyat sebagai pusat transaksi, distribusi kebutuhan pokok, serta interaksi sosial, namun eksistensinya semakin terdesak oleh perkembangan pusat perbelanjaan modern, perubahan gaya hidup, dan digitalisasi perdagangan. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran terhadap keberlanjutan pasar tradisional, termasuk Pasar Badung di Kota Denpasar, yang masih menjadi tumpuan pendapatan banyak pedagang sekaligus destinasi wisata belanja dengan karakteristik lokal yang khas.

**Tabel 1. Jumlah Pasar di Kota Denpasar**

No.	Kecamatan	Nama Pasar
1	Denpasar Utara	Poh Gading
2	Denpasar Utara	Lokitasari
3	Denpasar Utara	Badung
4	Denpasar Utara	Kumbasari
5	Denpasar Utara	Desa Adat Peguyangan
6	Denpasar Utara	Sangging Sari
7	Denpasar Utara	Desa Adat Ubung
8	Denpasar Utara	Agung

9	Denpasar Utara	Tradisional Pondok Indah
10	Denpasar Utara	Anyar Peguyangan
11	Denpasar Timur	Tamba
12	Denpasar Timur	Yadnya
13	Denpasar Timur	Tradisional Kesiman
14	Denpasar Timur	Desa Pakraman Penatih
15	Denpasar Timur	Gunung Sari
16	Denpasar Timur	Kerta Waringin Sari
17	Denpasar Timur	Desa Kerta Sari
18	Denpasar Timur	Kreneng
19	Denpasar Selatan	Desa Adat Renon
20	Denpasar Selatan	Umakaya Renon
21	Denpasar Selatan	Desa Nyanggelan Desa Pekraman Panjer
22	Denpasar Selatan	Intaran
23	Denpasar Selatan	Sindu Sanur
24	Denpasar Selatan	Batan Kendal
25	Denpasar Selatan	Sudha Merta
26	Denpasar Selatan	Sari Merta
27	Denpasar Selatan	Kertha Boga Desa Adat Pemogan
28	Denpasar Selatan	Pedungan
30	Denpasar Selatan	Sari
31	Denpasar Selatan	Windhu Boga Pemogan
32	Denpasar Selatan	Banjar Kaja Desa Pekraman Sesetan
33	Denpasar Selatan	Desa Adat Sesetan
34	Denpasar Selatan	Phula Kerti
35	Denpasar Barat	Tegal Harum
36	Denpasar Barat	Desa Pekraman Padangsambian
37	Denpasar Barat	Desa Abian Tegal
38	Denpasar Barat	Mahendradatta
39	Denpasar Barat	Sumur
40	Denpasar Barat	Bucu Telu

Sumber : Perumda Pasar Sewakadarma, 2024.

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat terdapat beberapa pasar tradisional yang ada di Kota Denpasar. Jumlah pasar yang tersebar di Kota Denpasar dapat dikategorikan berdasarkan wilayah kecamatan. Setiap kecamatan memiliki jumlah pasar yang berbeda, menyesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat aktivitas

ekonomi masyarakat setempat. Beberapa kecamatan memiliki jumlah pasar yang lebih banyak dibandingkan yang lain, terutama di daerah dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi serta aktivitas perdagangan yang lebih dinamis. Distribusi pasar ini mencerminkan peran pentingnya dalam mendukung perekonomian lokal dan memastikan ketersediaan barang kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat di masing-masing wilayah. Diantara pasar tradisional yang lain, pasar badung dikenal sebagai pasar terbesar di Kota Denpasar.

Salah satu pasar tradisional terbesar dan tertua di Bali, Pasar Badung Kota Denpasar, menghadapi berbagai tantangan nyata. Pasar Badung juga merupakan pasar tradisional dengan jumlah pedagang terbanyak kedua setelah Pasar Kreneng (Leona et al., 2024). Pasar ini menjadi daya tarik bagi masyarakat lokal karena menawarkan berbagai kebutuhan pokok serta produk kerajinan khas Bali (Susila, 2022). Meskipun terletak di pusat kota dan telah mengalami revitalisasi infrastruktur, banyak pedagang mengeluhkan bahwa pendapatan mereka belum stabil. Beberapa pedagang mengaku mengalami penurunan omzet, sementara yang lain tidak mengalami perkembangan signifikan meskipun sudah lama berdagang. Pasar ini telah mengalami revitalisasi untuk meningkatkan daya saingnya sebagai pusat ekonomi tradisional modern. Akan tetapi, setelah revitalisasi tersebut membuat berkurangnya jumlah pedagang yang cukup banyak di Pasar Badung. Hal itu menyebabkan banyaknya los dan kios yang kosong. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan secara makro dengan kenyataan yang dihadapi pelaku usaha mikro di pasar tradisional

Terdapat beberapa faktor mikro yang secara langsung diyakini memengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah faktor modal usaha. Modal menjadi salah satu penentu utama keberhasilan pedagang dalam menjalankan usahanya. Modal yang cukup memungkinkan pedagang untuk memperluas inventaris, menyediakan produk dengan kualitas lebih baik, serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen (Supriyadi, 2018). Keterbatasan modal sering kali menjadi penghambat bagi pedagang kecil dalam meningkatkan pendapatan mereka (Wicaksono, 2020).

Setelah usaha mulai dijalankan, diperlukan manajemen yang baik agar dapat beroperasi dengan lancar dan berkembang secara berkelanjutan. Salah satu aspek penting dalam pengelolaan usaha adalah menentukan jam operasional yang optimal. Jam operasional mencerminkan durasi waktu kerja dalam sehari dan berpengaruh terhadap tingkat produktivitas serta pendapatan yang diperoleh. Jika seorang pelaku usaha ingin mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi, maka diperlukan penyesuaian jam kerja yang lebih panjang. Dalam konteks pasar tradisional, jam operasional kios atau los memiliki peran penting dalam menentukan tingkat keuntungan yang dapat diraih. Semakin lama suatu unit usaha di pasar

beroperasi, semakin besar pula kesempatan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, pengelolaan jam kerja yang efektif menjadi salah satu strategi utama dalam mempertahankan serta mengembangkan usaha secara optimal.

Selain itu, jumlah pembeli juga menjadi variabel penting dalam menentukan tingkat pendapatan pedagang. Semakin tinggi jumlah pembeli yang datang setiap hari, semakin besar potensi pedagang untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi (Nugroho, 2021). Jumlah pembeli ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti fasilitas pasar, kebersihan, keamanan, serta daya tarik pasar sebagai destinasi belanja yang nyaman (Arsanti, 2021).

Adapun faktor lain yang mempengaruhi yaitu durasi berjalannya suatu usaha juga berperan penting dalam menentukan pendapatan. Dalam sektor informal, pengalaman yang dimiliki oleh seorang pedagang dapat menjadi faktor utama dalam menarik pelanggan tetap. Dengan semakin lama berusaha, pedagang cenderung lebih memahami kebutuhan serta preferensi konsumen, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih sesuai dan meningkatkan peluang mendapatkan keuntungan yang lebih stabil. Pedagang yang lebih lama dalam membuka usahanya akan memiliki pengalaman yang lebih banyak sehingga akan memiliki strategi yang lebih tepat dalam mengelola dan memasarkan produknya.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa jumlah pengunjung, lama usaha turut memainkan peran besar dalam menjaga stabilitas pendapatan pedagang (Susila, 2022). Namun, adopsi teknologi digital seperti pembayaran elektronik (*epayment*) dan pemasaran melalui media sosial belum banyak dikaji secara mendalam dalam konteks pasar tradisional di Kota Denpasar. Penelitian lainnya meneliti terkait pengaruh modal usaha, jam kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan di Pasar Tradisional di Bali, namun tidak mempertimbangkan faktor digitalisasi seperti penggunaan teknologi digital (Astawa et al., 2024). Studi oleh Yuwana (2023) menunjukkan pentingnya modal, jam kerja, dan lama usaha, namun tidak mengaitkan secara langsung dengan variabel teknologi digital.

Salah satu faktor penting namun sering terabaikan dalam penelitian sebelumnya adalah lokasi kios pedagang di dalam pasar. Posisi strategis, seperti dekat dengan pintu masuk, dekat area parkir, atau berdekatan dengan kios produk populer, dapat mempengaruhi jumlah kunjungan pembeli dan frekuensi transaksi (Arsanti, 2021). Pedagang yang menempati kios dengan akses yang baik cenderung mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang di lokasi yang kurang strategis (Suryaningsih, 2020).

Namun demikian, penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan adanya keterbatasan dalam melihat faktor-faktor tersebut secara terpadu, terutama dalam konteks pasar tradisional di daerah Bali. Sebagian besar studi terdahulu lebih

menekankan pada aspek konvensional seperti modal dan jam kerja, tanpa mempertimbangkan pengaruh transformasi digital, seperti penggunaan media sosial, aplikasi jual beli, atau sistem pembayaran elektronik yang kini mulai diadopsi oleh sebagian pedagang pasar.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengisi kekosongan literatur (*research gap*) dan memberikan kontribusi akademik dengan menggabungkan variabel-variabel tradisional dan modern dalam satu model analisis. Dengan begitu, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pedagang, tetapi juga menghadirkan kebaruan (*novelty*) dalam pendekatan analisis terhadap dinamika pasar tradisional di era digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara beberapa variabel bebas yaitu modal, jam kerja, lama usaha, jumlah pembeli, teknologi digital, dan lokasi usaha terhadap variabel terikat berupa pendapatan pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menghasilkan data yang objektif dan terukur melalui pengolahan angka dengan analisis statistik, khususnya regresi linier berganda, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis maupun praktis bagi pengembangan usaha pedagang di pasar tradisional (Sugiyono, 2019).

Lokasi penelitian ditentukan di Pasar Badung Kota Denpasar karena pasar ini merupakan pasar tradisional terbesar di Bali yang memiliki pedagang dengan karakteristik beragam serta tingkat kunjungan yang tinggi dari masyarakat lokal maupun wisatawan. Selain berfungsi sebagai pusat perekonomian, sebagian pedagang juga mulai mengadopsi teknologi digital dalam transaksi, sehingga relevan untuk diteliti sebagai faktor penentu pendapatan. Populasi penelitian mencakup 838 pedagang, dengan sampel 88 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10 persen. Teknik sampling yang digunakan adalah proportionate stratified random sampling berdasarkan jenis tempat berjualan (kios dan los), yang selanjutnya dipilih secara acak dengan pendekatan accidental sampling (Sugiyono, 2022).

Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, kuesioner, serta wawancara mendalam dengan pedagang dan pengelola pasar, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti BPS dan Perumda Pasar Kota Denpasar. Variabel penelitian didefinisikan secara

operasional, misalnya modal diukur dalam rupiah, jam kerja dalam satuan jam, lama usaha dalam tahun, jumlah pembeli dalam rata-rata per hari, serta indikator pemanfaatan teknologi digital dan lokasi usaha strategis atau tidak. Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif dan inferensial, menggunakan uji regresi linier berganda serta uji asumsi klasik untuk memastikan validitas model, disertai pengujian hipotesis melalui uji F, uji t, dan koefisien determinasi (Ghozali, 2016; Wooldridge, 2020).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

**Tabel 3. Hasil Data Statistik Deskriptif**

	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Modal	88	5000000	20000000	11389772.73	4613424.683
Jam Kerja	88	6	11	8.19	1.596
Lama Usaha	88	3	20	7.60	3.538
Jumlah Pembeli	88	3	20	7.35	3.886
Pendapatan	88	3000000	12000000	5865909.09	2720658.996
Valid N (listwise)	88				

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan jumlah N sebanyak 88. Hal ini berarti terdapat 86 responden yang diteliti. Hasil uji statistik statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel modal ( $X_1$ ) memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar Rp 5.000.000 dan memiliki nilai maksimumnya sebesar Rp 20.000.000, dan untuk nilai mean sebesar Rp 11.389.772,73. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki modal paling rendah sebesar Rp 5.000.000 dan tertinggi sebesar Rp 20.000.000 dengan rata-rata modal yang digunakan oleh pedagang sebesar Rp 11.389.772,73, standar deviasi diperoleh Rp 4.613.424,683 yang memiliki arti bahwa modal bisa saja lebih tinggi atau lebih rendah dari rata-rata sebesar Rp 4.613.424,683.

Variabel ( $X_2$ ) yaitu jam kerja memiliki nilai minimum sebesar 6 jam dan memiliki nilai maksimum sebesar 11 jam, dan untuk nilai mean sebesar 8,19. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman kerja paling rendah yaitu sebesar 6 jam dan tertinggi sebesar 11 jam dengan rata-rata jam kerja sebesar 8,19 jam, standar deviasi diperoleh 1,596 jam yang artinya bahwa jam kerja bisa saja lebih tinggi atau lebih rendah dari rata-rata sebesar 1,596 jam.

Variabel ( $X_3$ ) yaitu lama usaha memiliki nilai minimum sebesar 3 tahun dan memiliki nilai maksimum sebesar 20 tahun, dan untuk nilai mean sebesar 7,60. Hal ini menunjukkan bahwa responden lama usaha paling rendah yaitu sebesar 3 tahun dan tertinggi sebesar 20 tahun dengan rata-rata lama usaha sebesar 7,60 tahun, standar

deviasi diperoleh 3,538 yang artinya bahwa lama usaha bisa saja lebih tinggi atau lebih rendah dari rata-rata sebesar 3,538 tahun.

Variabel ( $X_4$ ) yaitu jumlah pembeli memiliki nilai minimum sebesar 3 dan memiliki nilai maksimum sebesar 20, dan untuk nilai *mean* sebesar 7,35. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki jumlah pembeli paling rendah yaitu sebesar 3 orang dan tertinggi sebesar 20 orang dengan rata-rata lama usaha sebesar 7,35 orang, standar deviasi diperoleh 3,886 yang artinya bahwa jumlah pembeli bisa saja lebih tinggi atau lebih rendah dari rata-rata sebesar 3,886.

Variabel ( $X_5$ ) yaitu Penggunaan teknologi digital dalam transaksi, seperti pembayaran digital atau promosi online, tercatat bahwa 48% pedagang sudah menggunakan teknologi digital, sedangkan 52% lainnya belum menggunakan teknologi tersebut. Variabel ( $X_6$ ) yaitu Lokasi usaha pedagang terbagi hampir merata, dengan 50% pedagang berada di lokasi strategis dan 50% lainnya di lokasi yang kurang strategis.

Variabel (Y) yaitu pendapatan memiliki nilai minimum sebesar Rp 3.000.000 dan memiliki nilai maksimum sebesar Rp 12.000.000, dan untuk nilai *mean* sebesar 5.865.909,09. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki pendapatan paling rendah yaitu sebesar Rp 3.000.000 dan tertinggi sebesar Rp 12.000.000 dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp 5.865.909,09, standar deviasi diperoleh 2.720.658,996 yang artinya bahwa pendapatan bisa saja lebih tinggi atau lebih rendah dari rata-rata sebesar Rp 2.720.658,996.

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-1332829.039	448677.272		-2.971	.004
Modal	.123	.030	.209	4.163	.000
Jam Kerja	291227.402	77139.999	.171	3.775	.000
Lama usaha	158887.548	31397.909	.207	5.060	.000
Jumlah Pembeli	246858.926	40988.232	.353	6.023	.000
Teknologi Digital	-329311.112	222022.182	-.061	-1.483	.142
Lokasi Usaha	1084099.045	251441.434	.200	4.312	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Primer diolah, 2025.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4, didapat persamaan model regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -1332829.039 + 0.123X_1 + 291227.402X_2 + 158887.548X_3 + 246858.926X_4 - 329311.112D_1 + 1084099.045D_2$$

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas**

**Kolmogorov-Smirnov Test**

<b>Unstandardized Residual</b>			
N			88
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std.		
	Deviation	607467.01817051	
Most Differences	Absolute	.039	
	Positive	.039	
	Negative	-.038	
Test Statistic		.039	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	

Sumber: Data Primer diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa besarnya nilai *Test Statistic* pada model regresi adalah 0,039 dengan tingkat signifikansi pada *Asymp. Sig (2-tailed)* yaitu sebesar 0,2. Nilai tersebut lebih besar dari  $\alpha = 5$  persen (0,05), hal ini menyatakan bahwa data sudah terdistribusi normal atau lulus uji normalitas dan model regresi yang dibuat adalah layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

#### 2) Uji Autokorelasi

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27863.059	462442.308		.060	.952
X1	.004	.030	.029	.128	.899
X2	-4002.326	80766.762	-.011	-.050	.961
X3	-4202.715	31647.292	-.024	-.133	.895
X4	2120.038	42558.449	.013	.050	.960
X5	10461.140	222704.066	.009	.047	.963
X6	-51393.979	255338.374	-.042	-.201	.841
RES_2	.142	.119	.139	1.191	.237

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

---

Sumber: Data Primer diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji Breusch-Godfrey LM test dengan lag 1, diperoleh nilai p-value lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengandung autokorelasi, sehingga asumsi klasik mengenai independensi residual terpenuhi.

3) Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Modal	.244	4.101
	Jam kerja	.300	3.329
	Lama usaha	.369	2.709
	Jumlah Pembeli	.180	5.570
	Teknologi Digital	.366	2.730
	Lokasi Usaha	.285	3.509

a. Dependent Variable: Pendapatan

---

Sumber: Data Primer diolah, 2025.

Berdasarkan uji multikolinearitas didapatkan nilai VIF untuk variabel modal, jam kerja, lama usaha, jumlah pembeli, lokasi usaha, dan teknologi lebih kecil atau kurang dari 10, begitu pula dengan nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1. Dari ketentuan yang ada, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas sehingga model tersebut telah memenuhi syarat asumsi klasik dalam analisis regresi.

4) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-48179.167	251238.473		-.192	.848
Modal	-.019	.017	-.242	-1.129	.262
Jam kerja	84457.349	43194.823	.378	1.955	.054
Lama usaha	13356.828	17581.374	.133	.760	.450
Jumlah Pembeli	-601.655	22951.510	-.007	-.026	.979
Teknologi Digital	110588.377	124322.130	.156	.890	.376
Lokasi Usaha	-182581.785	140795.547	-.258	-1.297	.198

a. Dependent Variable: ABS\_RES

---

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 8 menyajikan data hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser dengan meregresi variabel bebas terhadap *absolute residual*. Pada Tabel 8. menunjukan variabel modal , jam kerja, lama usaha, jumlah pembeli, teknologi digital, dan lokasi usaha memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari *level of significant* yang telah ditetapkan (0,05). Hal tersebut berarti bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel bebas terhadap absolute residual. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.975 <sup>a</sup>	.950	.946	629563.905

a. Predictors: (Constant), Lokasi usaha, Modal, Lama usaha, Teknologi digital, Jam kerja, Jumlah pembeli

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Hasil uji memberikan hasil dimana diperoleh besarnya  $R^2$  adalah 0,950. Ini berarti variasi pendapatan pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar dapat dijelaskan oleh variabel modal, jam kerja, lama usaha, jumlah pembeli, teknologi digital, lokasi usaha sebesar 95 persen sedangkan sisanya sebesar 5 persen oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.

### Pengujian Pengaruh Secara Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean	F	Sig.
			Square		
Regression	6.119E+14	6	1.020E+14	257.292	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	3.210E+13	81	3964+11		
Total	6.440E+14	87			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Lokasi usaha, Modal, Lama usaha, Teknologi digital, Jam kerja, Jumlah pembeli

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Dari uji F didapatkan nilai Fhitung sebesar 257.292 dan nilai Ftabel 2,22 dan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa secara serempak ada pengaruh yang signifikan antara variabel modal, jam kerja,

lama usaha, jumlah pembeli, teknologi digital, lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar.

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung Kota Denpasar**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar. Artinya, semakin besar modal yang dimiliki pedagang, semakin besar pula tingkat pendapatan yang diperoleh. Hal ini sejalan dengan teori pendapatan oleh Todaro dan Smith (2020: 210), bahwa pendapatan seseorang atau kelompok akan meningkat seiring dengan peningkatan input produksi, termasuk modal yang digunakan. Modal menjadi salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha. Modal ini berupa sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pedagang untuk keperluan operasional, seperti biaya membeli peralatan, serta berbagai biaya lain yang diperlukan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Jumlah modal yang dimiliki akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan serta perkembangan usaha tersebut.

#### **Pengaruh Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung Kota Denpasar**

Hasil analisis menunjukkan bahwa jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Badung Kota Denpasar. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin lama waktu yang digunakan pedagang untuk berjualan setiap harinya, maka semakin besar pula peluang untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Hal ini sejalan sejalan dengan teori pendapatan yang dikemukakan oleh Mankiw (2018), bahwa pendapatan tenaga kerja ditentukan oleh produktivitas faktor produksi. Semakin tinggi jam kerja yang dicurahkan, semakin besar pula peluang peningkatan output, sehingga pendapatan yang diperoleh pedagang cenderung meningkat.

#### **Pengaruh Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung Kota Denpasar**

Hasil analisis menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Badung Kota Denpasar. Artinya, Pedagang yang telah menjalankan usahanya dalam waktu yang lama cenderung memiliki pengalaman lebih dalam menghadapi dinamika pasar, memahami kebutuhan konsumen, serta memiliki relasi dan pelanggan tetap. Temuan ini sejalan dengan teori pendapatan yang dikemukakan Sukirno (2002: 36), dimana pendapatan seseorang dipengaruhi oleh produktivitas faktor produksi, termasuk pengalaman kerja yang diperoleh dari lamanya berusaha. Semakin lama pedagang menjalankan usahanya, maka keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki semakin meningkat, sehingga mampu meningkatkan pendapatan.

### **Pengaruh Jumlah Pembeli Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung Kota Denpasar**

Hasil analisis menunjukkan bahwa jumlah pembeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Badung Kota Denpasar. Semakin banyak jumlah pembeli yang diperoleh oleh pedagang, maka semakin besar pula pendapatan yang diterima. Temuan ini sesuai dengan teori pendapatan menurut Sukirno (2016), yang menjelaskan bahwa besarnya pendapatan sangat ditentukan oleh tingkat permintaan barang dan jasa. Dengan semakin banyaknya pembeli yang melakukan transaksi, maka volume penjualan meningkat, sehingga pendapatan pedagang juga cenderung meningkat.

### **Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung Kota Denpasar**

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan yang lokasi usahanya strategis dibandingkan pendapatan pedagang yang lokasi usahanya tidak strategis. Hasil ini selaras dengan Teori Lokasi Usaha yang dikemukakan oleh Alfred Weber, yang menekankan pentingnya pemilihan lokasi usaha yang efisien dan strategis untuk meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan. Menurut Weber, lokasi optimal suatu kegiatan ekonomi ditentukan oleh faktor biaya transportasi, biaya tenaga kerja, dan faktor aglomerasi. Dalam konteks pasar tradisional seperti Pasar Badung, lokasi strategis dapat dianggap sebagai bentuk keuntungan, di mana pedagang mendapatkan manfaat dari keramaian pembeli dan keberadaan pedagang lain di lokasi tersebut, yang saling menarik konsumen. Lokasi yang dekat dengan arus lalu lintas utama pembeli memungkinkan pedagang mengurangi biaya promosi dan lebih cepat menjual barang dagangannya, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Secara simultan modal, jam kerja, lama usaha, jumlah pembeli, teknologi digital, dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar.
- 2) Secara parsial modal, jam kerja, lama usaha, jumlah pembeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar.
- 3) Tidak terdapat perbedaan pendapatan pedagang yang menggunakan teknologi digital dibandingkan pendapatan pedagang yang tidak menggunakan teknologi digital di Pasar Badung Kota Denpasar.

- 4) Terdapat perbedaan pendapatan pedagang yang lokasi usahanya strategis dibandingkan pendapatan pedagang yang lokasi usahanya tidak strategis di Pasar Badung Kota Denpasar.

## DAFTAR REFERENSI

- Antara, I. M., & Wenagama, I. W. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM sektor Perdagangan Studi Kasus Toko Kelontong Di Denpasar Selatan. *E-Jurnal EP Unud*, 847.
- Arsanti, N. W. (2021). Arsanti, N. W., & Wijaya, I. G. *Jurnal Ekonomi dan Budaya*, 12(3), 45-55.
- Arsyad, L. (2016). *Ekonomi Pembangunan*. UPP STIM YKPN.
- Artaman, D. M. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 15.
- Astawa, I. N. W., Kusmawan, I. M. H., Gusti, N., & Putri, A. (2024). *Factors Affecting Traders' Income in The Pesiapan Market Tabanan District*, Bali Indonesia. 15((07)), 21923–21929.
- Astuti, N. P. (2020). Strategi Digitalisasi Pedagang Pasar Tradisional di Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 10(3), 98-110.
- Chatterjee, S., Rana, N. P., Tamilmani, K., Sharma, A., & Dwivedi, Y. K. (2021). The effect of digitalization on small business performance: Evidence from India. *Journal of Business Research*, 133, 53–65.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.024>
- Dewi, A. P. (2022). Pengaruh Lokasi Strategis terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 47.
- Dewi, N. M. (2017). Pilihan Tempat Belanja Masyarakat Perkotaan Dan Implikasinya Pada Peternak Ayam Petelur di Perdesaan. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 10(2), 217-229.
- Dewi, N. N. T. U., & Suci, N. M. (2023). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Kalibukbuk Kecamatan Buleleng. Prospek: *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 47–52.  
<https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.49987>
- Egodawele, M., Sedera, D., & Bui, V. (2022). A Systematic Review of Digital Transformation Literature (2013 – 2021) and the development of an overarching a-priori model to guide future research. *ACIS 2022 - Australasian Conference on Information Systems, Proceedings*, 1–12.
- El Qolby Yuwana, M., & Ni Putu Martini Dewi, D. (2023). Analysis of Factors Affecting the Income of Informal Sector Culinary Traders in Denpasar City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 8(8), 1020–1028.  
[www.ijisrt.com](http://www.ijisrt.com)
- Ernida, E., Fahmi, E., & Desi, G. (2021). Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Operasional Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Yamuri Kecamatan Mulyorejo. *Sustainable*, 1(1), 125. <https://doi.org/10.30651/stb.vii1.9760>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan

- Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajrah, Zakariah A, & Novita. (2024). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal of Economics and Finance*, 2(1), 14–22.
- Hidayat, L. M. I., & Suhendri, A. (2022). Analisis Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Tenaga Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha Fotocopy di Wilayah Gomong Kota Mataram. *Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), 33–46.
- Husaini, A. F. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2), 111–126. [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)
- Hutabarat, W. B., & Suasih, N. N. R. (2023). The Influence of The Number of Buyers, Length of Business, Type of Merchandise and The Use of E-Commerce on The Income of Kreneng Folk Market Traders in Denpasar. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 486–496. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.376>
- Irawan, H. (2019). Analisis Faktor Internal yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 78–89.
- Iskandar, A., & Sari, D. R. (2022). *Digitalisasi UMKM dan Dampaknya terhadap Pendapatan: Studi pada Pedagang Pasar Tradisional di Jawa Tengah*. *Jurnal Manajemen&Kewirausahaan*, 14(3), 233–241. <https://doi.org/10.25077/jmk.v14i3.2022.233>
- Kasmir. (2012). *Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada. .
- Laudon, K. C. (2017). *E-commerce: Business, Technology, Society* (13th ed.). Boston: Pearson.
- Leona, K. I., Di, B., Badung, P., & Hari, S. (2024). Analisis Komparatif Modal, Jam Kerja ,dan Pendapatan Pedagang Biasa dan Menjelang Hari Raya GalunganKuningan. 7, 12309–12315.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maeshinta, O. A., Kusuma, I. L., Utami, W. B., Tengah, S. J., Tengah, S. J., & Tengah, S. J. (2024). Pengaruh Modal Usaha , Lama Usaha , Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Sunggingan Boyolali ( Studi Kasus Pedanggang Pasar Sunggingan ). 1(3), 78–87.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Mantra, I. B. (2003). *Demografi Umum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Moenir, H. (2008). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. In Bumi Aksara (Vol. 1, Issue 3). Bumi Aksara.
- Mufligh, L. (2018). Pengaruh Modal dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kawasan Universitas Negeri Semarang. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 7(12), 1447–1470.
- Nopiyanti, S. (2022). Pengaruh Modal dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Sembako di Pasar Parungkuda Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(2), 235–242.
- Nugroho, T. S. (2021). Digitalisasi Perdagangan di Pasar Tradisional: Studi Penggunaan E-Payment. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 15(1), 34–42.
- OECD. (2020). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>

- Oka, I. K., Yasa, A., Arka, S., Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Udayana, U. (2015). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Disparitas Pendapatan Antardaerah Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Provinsi Bali. *EJurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udaya*, 4(2), 129–137.
- Prananta, K. A., & Ayuningsasi, A. A. (2019). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Denpasar Selatan. *E-Jurnal EP Unud*, 2783-2786.
- Pratama, H. (2017). Analisis Strategi Lokasi Usaha dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 45-60.
- Putra, I. G. (2021). Strategi Peningkatan Jumlah Pembeli di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Denpasar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 23-35.
- Putri, D. (2019). Dampak Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 7(1), 55-70.
- Putri, N. M., & Jember, I. (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*, 144.
- Raja, H. (2021). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Penerbit Insan Cendekia Mandiri.
- Ramadhan, I. F., Aulia, D., & Fadhillah, R. (2023). Analisis Efektivitas Penggunaan Teknologi Digital oleh UMKM di Kawasan Perdesaan. *Jurnal Transformasi Digital*, 4(1), 25–34. <https://doi.org/10.32678/jtd.v4i1.2023.025>
- Rosyidi, S. (2009). *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Rajawali Press.
- Saamitha, R. &. (2023). Pengaruh Jam Kerja terhadap Pendapatan Usaha Kecil di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 123-135.
- Sari, D. P., Wijaya, A., & Prasetyo, H. (2021). Pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(1), 15–22.
- Setiawan, R. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 45-58.
- Sri Utami, S., & Wibowo, E. (2016). Pengaruh Modal Usaha dan Penjualan terhadap Laba Usaha Prusahaan Penggilingan Padi UD. Sari Tani Tenggerejo Kedungpring Lamongan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 1, No. 2*, 2502-3764.
- Sudirman, S., & Ubaidillah, U. (2020). Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi kasus: Pasar Angso Duo Kota Jambi). *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 137. <https://doi.org/10.33087/eksis.v1i2.206>
- Sudiyarti, N., Suprianto, S., Sumbawati, N. K., & Nopianti, V. D. (2020). Determinan Pendapatan Pedagang Kuliner Di Pantai Jempol Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 128–136.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. PT. Alfabet.Alfabeta..
- Suharsimi, A. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Sukirno, S. (2006). *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sumual Indriani Jacline & Kumaat JOan Robby, M. A. E. (2023). Analisis Pengaruh Modal, Jumlah Jam Kerja Dan Jumlah Pembeli/Konsumen Terhadap Pendapatan Usaha Kecil Kota Manado (Studi Di Kecamatan Wenang). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23 No. 10(10), 62–63.
- Suparman, R. (2020). Peranan Modal Usaha dalam Keberhasilan Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi Rakyat* 8(4), 67-80.
- Supriyadi, T. (2018). Pengaruh Modal dan Pengalaman terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen UMKM*, 5(4), 23-30.
- Suryaningsih, D. P. (2020). Analisis Faktor Eksternal yang Memengaruhi Pendapatan Pedagang di Wilayah Wisata. *Jurnal Ekonomi Regional*, 11(3), 100-115.
- Susila, N. W. (2022). Dinamika Perdagangan Pasar Tradisional di Era Digital. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Daerah*, 15(2), 44–60.
- Sutrisna, K. P., Adnyana, I., & Darma, K. (2021). Pariwisata dan Aktivitas Ekonomi Pasar Tradisional di Bali. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 7(2), 55-65.
- Su'ud, M. (2020). *Manajemen Waktu dalam Peningkatan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Pustaka Karya.
- Suyono, T. &. (2022). Pengaruh Layanan Pembayaran Digital terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Tradisional. *Jurnal Bisnis Digital*, 6(2), 89-102.
- Swastha, B. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Syahputra, J. D., & Prayitno, B. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Jumlah Pembeli Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Krian, Kabupaten Sidoarjo Pada Tahun 2019. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(1), 68. <https://doi.org/10.30742/economie.v2i1.1156>
- Tambunan, T. (2020). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Masalah, dan Kebijakan Pemerintah*. Ghalia Indonesia.
- Tapscott, D. (2014). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked*. New York: Mc Craw-Hill.
- Tarigan, R. (2005). *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic Development*. 12th ed. (12th ed.). Pearson.
- Utami, D. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan jam kerja terhadap pendagang di pasar puring kecamatan Pontianak Utara. *Jurnal Pembangunan dan Pemasaran*, 11.
- Wahyono, B. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bantul Kabupaten Bantul. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* , 390-399.
- Wahyuni, L. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pembeli di Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 7(4), 55-68.
- Wicaksono, A. (2020). Faktor Lingkungan dan Infrastruktur Pasar terhadap Pendapatan Pedagang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(1), 67–80.
- Wijaya, H., & Santoso, B. (2022). Peningkatan Kompetensi Pedagang Tradisional dalam Menggunakan Teknologi Digital. *Jurnal Inovasi Teknologi*, 9(1), 75-89.
- Wooldridge, J. M. (2020). *Introductory econometrics: A modern approach* (7th ed.). Cengage Learning.

- Wulandari, S., Hidayat, R., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh jam kerja dan jumlah pembeli terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 143–148.  
<https://doi.org/10.31294/widyacipta.v3i1.5264>
- Yuniarta, I. K. (2022). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Pasar Badung. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(1), 75-89.