ANALISIS KESEJAHTERAAN RUMAH TANGGA PEDAGANG PAKAIAN PASAR ATAS KOTA BUKITTINGGI DI ERA DIGITALISASI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Stara 1 (S1) Pada Program Studi Ekonomi

DISUSUN OLEH :

LUTFI ARIF

3219044

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2026

ABSTRAK

Skripsi ini di susun oleh Lutfi Arif NIM 3219044 yang berjudul "Analisis Dampak Kesejahteraan Rumah Tangga Pedagang Pakaian Kota Bukittinggi Di Era Digitalisasi". Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi di bawah bimbingan Bapak Muhammad Rais, SE, ME

Adapun yang melatar belakangi penulis membahas ini adalah terjadinya penurunan pendapatan yang berakibat kepada kesejahteraan rumah tangga para pedagang pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi di era digitalisasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi kesejahteraan rumah tangga para pedagang pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi di era digitalisasi. Dan guna penelitian ini untuk mengetahui dampak kesejahteraan rumah tangga pedagang pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi di era digitalisasi.

Metode yang akan digunakan adalah Metode yang di gunakan adalah Field Research (Peneltian Lapangan). Penelitian ini menggunakan penedekatan kualitatif yaitu menganalisa data yang terkumpul dalam penelitian. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan, bahwasannya di era digitalisasi yang sudah berkembang pesat, seperti munculnya platform jual beli online, berpengaruh terhadap kesejahteraan rumah tangga para pedagang pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi dengan berkurangnya pendapatan mereka.

Kata Kunci: Kesejahteraan Rumah Tangga, era digitalisasi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucpakan kepada kehadirat Allah Swt, karena atas limpahan rahmat dan karunia-nya kepada penulis sehinga penulis dapat menyelasaikan penulisan karya ilmiah skripsi sesuai dengan waktu yang di tentukan. Sholawat beserta salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad Saw yang telah memberikan dua pedoman hidup menuju jalan yang di ridhoi oleh Allah Swt yaitu Alquran dan Hadist, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Dampak Kesejahteraan Rumah Tangga Pedagang Pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi Di Era Digitalisasi".

Penyusunan skripsi ini di susun dalam rangka menyelesaikan studi strata 1 untuk memperoleh Gelar Serjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Dalam pembuatan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, terkhusus penulis sampaikan untuk Bapak Muhammad Saleh dan ibu tersayang Isdawati Koto karena berkat doa beliau dalam setiap sujud membuat penulis tidak pernah mengeluh dan menyerah untuk melasksanakan berbagai kewajiban terutama dalam menyelasaikan skripsi ini. Semoga Allah Swt senantiasa menjaga dan melindungi mereka dari bahaya apapun.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari berbagai bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan sesuai dengan kaidah yang berlaku, oleh karena itu izinkan penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Silfia Hanani S.Ag.,M.Si Selaku Rektor,
   Bapak Dr. Afrinaldi, S Sos, I., MA selaku wakil Rektor I UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi, Bapak Prof. Dr. Iiz Izmuddin, MA selaku Wakil Rektor II, Bapak Dr. H. Edi Rosman, S.Ag., M. Hum selaku Wakil Rektor III Universitas Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Bapak Dr. Aidil Alfin, M.Ag selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

3. Ibu Rika Widianita, SEI., ME selaku Ketua Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menuntut pengetahuan Universitas Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
4. Bapak Muhammad Rais S.E, M.E Selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah mengarahkan, membimbing dan mengoreksi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
5. Ibuk Era Sonita, SE, M.Si selaku Dosen Penasihat Akademik (PA) yang telah memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah memberikan
7. Bapak dan Ibu pimpinan serta karyawan dan karyawati perpustakaan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Lurah Benteng Pasar Atas yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Ayah saya Martunus dan Ibu saya Ermaini yang telah memberikan segala dukungan, semangat, perhatian, doa serta telah mendidik dan membesarkan Penulis dalam limpahan kasih sayang. Terima kasih atas apa yang telah diberikan kepada Penulis yang tidak bisa dibandingkan dan digantikan dengan apapun selamanya.
10. Kepada keluarga tersayang Penulis Wahyudi Ilham, dan Dhinta Zulfia, terima kasih karena selalu memberikan dukungan secara moril maupun material dan doa yang tiada hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan tugas yang sedang dijalani.
11. Kepada diri saya sendiri Lutfi Arif. Terima kasih telah sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih untuk tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri di titik ini walaupun sering merasa putus asa atas apa yang di usahakan dan belum berhasil, dan terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba.

Penulis ucapkan puji syukur kehadirat ALLAH SWT atas selesainya penyusunan karya ilmiah ini, mudah-mudahan dapat berguna dan sebagai amal jariyah di sisi allah swt, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu pennulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan harpan bisa bermanfaat bagi kita semua.

Bukittinggi, 1 Juli 2026

Penulis

Lutfi Arif

NIM. 3219044

DAFTAR ISI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi itu bagaikan fondasi penting bagi sebuah bangsa. Meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan rakyat adalah tujuan utama dari diterapkannya sebuah sistem ekonomi di suatu negara. Sistem ekonomi ini bertugas menata kegiatan ekonomi di dalam negeri demi mencapai target yang telah ditentukan. Dalam dunia eknomi, ada beberapa komponen penting, yaitu: perorangan sebagai pelaku ekonomi, barang dan jasa sebagai objek yang diperjualbelikan, lembaga yang mengelola kegiatan ekonomi, cara kerja yang digunakan, tradisi, aturan, perilaku, serta norma masyarakat saat beraktivitas ekonomi.

Di Indonesia sendiri, sistem yang dianut adalah sistem ekonomi Pancasila. Sistem ekonomi Pancasila ini haruslah mencerminkan lima prinsip utama, yaitu: pertama, pemerintah berperan aktif berdasarkan dorongan ekonomi, moral, dan sosial. Kedua, adanya cita-cita masyarakat untuk mewujudkan keadilan sosial yang merata. Ketiga, penguatan ekonomi menjadi prioritas utama dalam setiap kebijakan ekonomi. Keempat, koperasi menjadi pilar penting dalam membangun perekonomian. Kelima, adanya keseimbangan antara perencanaan di tingkat pusat dan daerah. Singkatnya, sistem ekonomi Pancasila adalah sistem yang dibangun dan dijiwai oleh nilai-nilai luhur Pancasila yang tertuang dalam Pembukaan UUD 1945 alinea keempat.[1]

Kondisi ekonomi yang prima adalah cerminan dari tingkat kemakmuran warga negara yang terjaga. Menurut gagasan yang dikemukakan oleh Walt Whiteman Rostow (1916-1979), perkembangan ekonomi dipengaruhi oleh lima tahapan. Pertama, fase

[1] Amir Machmud, *Perekonomian Indonesia Pasca Reformasi*, Jakarta: Penerbit Erlangga 2016, hal 27.

masyarakat tradisional, yakni masa ketika ilmu dan teknologi mutakhir belum dimanfaatkan. Kedua, fase msyarakat dalam tahap persiapan untuk maju, saat masyarakat mengalami peralihan dan penerapan ilmu serta teknologi modern mulai diaplikasikan dalam produksi. Tahap ketiga disebut sebagai fase tinggal landas, saat elemen-elemen yang mendorong kemajuan ekonomi kian menguat. Kondisi ini mengakibatkan naiknya hasil produksi, munculnya industri-industri baru yang berkembang pesat, dan juga meluasnya industri yang sudah ada dengan cepat. Kemudian, fase kematangan ditandai dengan pertumbuhan ekonomi yang tampak saat barang-barang yang awalnya didatangkan dari luar negeri mulai dibuat di dalam negeri, dengan memanfaatkan teknologi canggih yang diterapkan pada fase tinggal landas. Terakhir, ada fase konsumsi tinggi, di mana pertumbuhan ekonomi ditandai dengan naiknya pendapatan rata-rata penduduk dan banyaknya kesempatan kerja, yang mana hal ini akan meningkatkan pendapatan negara dan mampu menopang tingkat konsumsi yang tinggi.[2]

Dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya, yaitu kuartal pertama 2024, perekonomian Indonesia pada kuartal pertama 2025 mengalami kenaikan sebesar 4,87 persen (year-on-year). Jika dilihat dari sisi produksi, bidang Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan menjadi sektor yang paling pesat perkembangannya, dengan pertumbuhan mencapai 10,52 persen. Sementara itu, jika ditinjau dari sisi pengeluaran, Komponen Ekspor Barang dan Jasa mencatat pertumbuhan tertinggi, yaitu meningkat sebesar 6,78 persen.

Era digitalisasi menyebabkan terjadinya dan perkembangan inovasi teknologi yang berjalan dengan cepat, sementara dinamika sosial memengaruhi budaya serta rutinitas masyarakat. Transformasi dalam masyarakat pada zaman digital terlihat sangat jelas dalam cara

[2] Amir Machmud, *Perekonomian Indonesia Pasca Reformasi*, Jakarta: Penerbit Erlangga 2016, hal 40

masyarakat berinteraksi. Perubahan yang sangat mencolok dalam masyarakat di era digital sekarang ialah pola perilaku konsumen yang mulai menjadi fokus dalam bidang pemasaran. Teknologi telah mengubah cara hidup, bekerja, dan berinteraksi kita. Aktiviti ekonomi di zaman globalisasi berlangsung dengan cepat melalui media elektronik, dan dengan adanya internet, pemasaran dalam sistem dalam talian semakin popular dan menjadi keperluan bagi pengguna dan pengeluar. E-dagang, atau Perdagangan Elektronik, merujuk kepada proses transaksi pembelian dan penjualan baik barang mahupun perkhidmatan yang dilakukan secara elektronik melalui internet dan rangkaian komputer lain[3].

Indonesia, adalah negara dengan platform e-commerce yang tumbuh dengan cepat karena mudah diakses dan gampang digunakan. Kehadiran e-commerce memperkenalkan fenomena gaya hidup yang baru bagi masyarakat, di mana konsumen kini lebih memilih untuk menghabiskan waktu meneliti produk secara daring sebelum melakukan pembelian daripada pergi ke toko-toko di pasar tradisional. Terutama terjadi dalam e-commerce yang telah memperkenalkan fungsi-fungsi baru yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses semua hal yang berkaitan dengan pembelian melalui satu platform web e-commerce.

Dengan adanya platform e-commerce, berdampak terhadap pedagang-pedagang tradisional yang belum atau tidak mau menyentuh platform e-commerce, hal itu membuat pendapatan mereka juga ikutan terdampak.

[3] Arnold dkk, *Dampak E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen dan Strategi Bisnis*, (Politeknik Binama Dani, Bekasi) , 2022, hal. 57

Berikut adalah data yang peneliti kumpulkan dari beberapa pedagang pasar atas yang terdampak digitalisasi:

Tabel 1 Pendapatan Bersih Pedagang Pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi 2026

No	Nama Pedagang	Pendapatan Pedagang	
		Sebelum Covid-19	Setelah Covid-19
1	Bapak Aris	Rp 10.000.000/bulan	Rp 7.000.000/bulan
2	Bapak Jefri	Rp 15.000.000/bulan	Rp 6.000.000/bulan
3	Bu Ani	Rp 11.000.000/bulan	Rp 8.000.000/bulan
4	Bapak Ujang	Rp 14.000.000/bulan	Rp 7.000.000/bulan
5	Bapak Ir	Rp 12.000.000/bulan	Rp 7.000.000/bulan
6	Bu Anis	Rp 10.000.000/bulan	Rp 6.000.000/bulan
7	Bapak Idris	Rp 10.000.000/bulan	Rp 5.000.000/bulan
8	Bapak Alex	Rp 10.000.000/bulan	Rp 4.000.000/bulan
9	Bu Era	Rp 13.000.000/bulan	Rp 8.000.000/bulan
10	Bapak Emi	Rp 12.000.000/bulan	Rp 6.000.000/bulan

Sumber: Survey Lapangan tahun 2025

Berdasarkan data yang sudah penulis kumpulkan, bahwasannya setelah era digitalisasi berkembang pesat, banyak sekali pedagang-pedagang Pasar Atas, terutama pedagang pakaian yang terdampak karena hadirnya platform e-commerce, terjadi penurunan pendapatan hingga 30-50%. Sehingga hal tersebut menimbulkan tingkat kesejahteraan rumah tangga para pedagang pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi semakin rendah. Dampak dari e-commerce terhadap pendapatan pedagang secara keseluruhan meliputi turunnya pendapatan karena semakin sedikitnya pelanggan yang memilih berbelanja secara online yang lebih nyaman, hemat, dan memiliki berbagai tawaran menarik. Banyak pedagang di pasar

tradisional mengalami kesulitan untuk bersaing dengan penjual daring yang menawarkan harga yang lebih menarik serta ragam produk yang lebih beragam, sehingga transaksi di pasar fisik mengalami penurunan yang signifikan.

Pasar Atas yang terletak di Kota Bukittinggi merupakan salah satu pasar terbesar di Kota Bukittinggi. Pasar Atas ini terletak di jantung kota, persis di sebelah Jam Gadang, Kecamatan Guguk Panjang. Pasar ikonik ini merupakan pusat oleh-oleh khas Sumbar (kain bordir, songket, keripik sanjai) yang bertaraf SNI, serta pusat kuliner tradisional, termasuk Nasi Kapau di Los Lambuang. Pasar ini ramai dikunjungi karena menyediakan kebutuhan masyarakat dan kebanyakan barang yang dijual disana adalah pakaian. Namun setelah munculnya Pandemi Covid-19, muncullah kebiasaan belanja masyarakat yang berubah menjadi online sampai sekarang yang berakibat sepi jika dibandingkan dengan zaman sebelum Pandemi Covid-19.

Table 2. Jumlah Pedagang Pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi

Pedagang	Jumlah
Pedagang Pakaian	50 orang

Sumber: Data Survei 2026

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa pedagang pakaian, yang pertama yaitu Bapak Jefri, beliau mengatakan *"Tingkat penjualannya mengalami penurunan yang signifikan sejak munculnya covid pada tahun 2020 dan berkembangnya penjualan melalui platform e-commerce. Secara otomatis, pendapatannya juga sangat terpengaruh, sehingga harus berjualan dengan barang yang tersedia, karena tingkat pendapatan yang menurun"*. Bapak Alex juga menjelaskan bahwa *"Karena jumlah pengunjung pasar yang sedikit, barang dagangan saya hampir tidak bergerak kecuali jika saya menurunkan harga, menjualnya dengan keuntungan yang sangat minim agar barang tetap bisa beredar. Setelah kemunculan e-commerce, pendapatan saya jatuh cukup drastis. Bahkan saat menjelang bulan Ramadhan seperti sekarang, pasar tetap*

sepi dari pengunjung, terutama untuk pedagang pakaian jadi. Barang-barang di toko juga mengalami penurunan. Ia menambahkan bahwa sepinya pasar tidak hanya mempengaruhi pedagang pakaian, tetapi juga berimbas pada sektor angkutan umum dan tukang parkir". Dan Ibu Anis juga menyatakan *"Bahwa penurunan pendapatan saya sangat tajam sejak pandemi covid dan setelahnya, sehingga banyak barang tidak terjual dan mengakibatkan penurunan penghasilan yang membuat saya tidak mampu memenuhi stok barang baru karena kekurangan modal. Para pedagang di pasar hanya fokus pada perdagangan yang ada di pasar dan tidak mencari alternatif lain, seperti berjualan secara online, karena adanya kendala dalam memahami media sosial yang ada saat ini"*.

Berdasarkan gambaran diatas, dapat disimpulkan bahwasannya semenjak era digitalisasi berkembang pesat membawa dampak yang buruk terhadap para pedagang tradisional, sedangkan untuk masyarakat konsumen justru lebih terbantu, sekarang mereka lebih memilih berbelanja secara online karena lebih praktis. Era digitalisasi sulit untuk diikuti oleh beberapa pedagang pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi karena keterbatasan usia, dan pemahaman terhadap teknologi, yang berakibat berkurangnya jumlah konsumen dan dengan berkurangnya jumlah konsumen juga mengakibatkan menurunnya jumlah pendapatan. Sehingga membuat tingkat kesejahteraan rumah tangga pedagang Pasar Atas Kota Bukittinggi menjadi rendah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu terjadinya penurunan pendapatan yang dialami Pedagang Pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi karena berkembangnya pasar digital.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pembatasan masalah supaya pengkajian yang dilakukan lebih terfokus kepada masalah-masalah

yang ingin dipecahkan. Penelitian mengarahkan kepada tingkat kesejahteraan rumah tangga pedagang pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang dijadikan sebagai bahan penelitian yaitu bagaimana dampak dari pasar digital terhadap kesejahteraan Pedagang Pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi.

E. Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, peneliti memiliki tujuan yang dirumuskan yaitu untuk menganalisis bagaimana dampak dari pasar digital terhadap kesejahteraan Pedagang Pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi.

F. Manfaat

Dan adapun kegunaan atau manfaat dari penilitian yang dilakukan oleh penulis adalah:

1. Bagi peneliti

   Manfaat bagi peneliti adalah dapat menambah wawasan serta pemahaman mengenai bagaimana tingkat kesejahteraan rumah tangga pedagang pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi di era digitalisasi.

2. Bagi pembaca

   Manfaat bagi pembaca adalah dapat menggunakan penelitian ini sebagai rujukan serta inspirasi saat melakukan riset tentang tingkat kesejahteraan rumah tangga pedagang pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi di era digitalisasi.

7. Penjelasan Judul

Untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman, alangkah baiknya jika kita memperjelas arti dari judulnya terlebih dahulu.

1. Analisis

Berdasarkan penjelasan Komaruddin, analisis adalah proses berpikir yang bertujuan untuk membagi suatu keseluruhan menjadi bagian-bagian, menjelaskan hubungan antar bagian tersebut, serta menjabarkan peran masing-masing dalam konteks yang terintegrasi[4].

Menurut Peter Salim dan Yenni Salim dalam KBBI kontemporer, mereka mendeskripsikan bahwa arti dari analisis adalah:

a. Analisis merupakan suatu penyelidikan mengenai suatu kejadian (tindakan, karya tulis, dan lain-lain) untuk memperoleh informasi yang akurat.
b. Analisis adalah proses pemecahan pokok permasalahan menjadi komponen-komponen, pemeriksaan terhadap komponen-komponen tersebut serta hubungan di antara bagian-bagian ini untuk mencapai pemahaman yang benar dalam konteks keseluruhan.
c. Analisis adalah uraian suatu hal, dan lain sebagainya setelah dianalisis secara mendetail[5]

2. Kesejahteraan

Berdasarkan KBBI disebutkan sejahtera berarti aman sentosa dan makmur. Sedangkan kesejahteraan itu sendiri adalah suatu kondisi dimana seseorang merasa hidupnya sejahtera[6].

Kesejahteraan dalam perspektif masyarakat kontemporer adalah keadaan di mana kebutuhan dasar individu dapat dipenuhi, seperti kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, pasokan air bersih, serta peluang untuk melanjutkan

---

[4] Komarudin, *Ensiklopedia Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hal 153

[5] Peter Salim dan Yenni Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Modern English Press, 2002), hal 4

[6]Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal 270

studi dan memiliki pekerjaan yang pantas yang dapat meningkatkan tingkat kualitas hidupnya sehingga ia bisa memiliki kedudukan sosial di antara masyarakat lainnya[7].

Garda maeswara menjabarkan bahwa kesejahteraan adalah perasaan nyaman bagi masyarakat yang muncul karena terpenuhinya kebutuhan fisik dan mental. Kesejahteraan fisik mencakup aspek ekonomi dan sosial seperti kebutuhan akan pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Sementara itu, kesejahteraan mental berkaitan dengan aspek emosional, intelektual, serta spiritual masyarakat[8].

Berdasarkan pendapat David Mc Celland, kesejahteraan diperoleh ketika individu memiliki nilai kerja yang positif. Individu tersebut bertanggung jawab atas masa depannya terkait kesejahteraannya. Kondisi ini akan terwujud ketika individu mampu menjadi kompetitor yang handal dan memiliki hasrat untuk mencapai prestasi dalam dirinya[9].

3. Rumah Tangga

Rumah tangga merupakan kumpulan satu atau lebih individu yang tinggal bersama di suatu lokasi dan mengonsumsi makanan atau berbagi tempat tinggal, serta bisa terdiri dari satu keluarga atau sekelompok orang[10].

Sebuah kediaman dianggap mengandungi beberapa rumah tangga jika para penghuninya tidak berkongsi makanan atau ruang. Rumah tangga berfungsi sebagai asas untuk unit analisis dalam pelbagai model sosial, mikroekonomi, dan struktur

---

[7] Ikhwan Abidin Asri, *Islam dan Pembangunan Ekonomi*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), hal 24

[8] Ellyana Kusumawardhani, *Pelaksanaan PNPM Mandiri dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Sidomukti Kecamatan Margoyoso,* (Pati, Jurnal Ilmiah PPKN Ikip
Veteran Semarang, Vol 2. No. 1, 2014), hal. 27-28.

[9] Luthfi J. Kurniawan, dkk, *Negara Kesejahteraan dan Pelayanan Sosial*, (Malang: Intrans Publishing, 2015), hal 11

[10] Haviland, W.A, *Anthropology*, (2003:Wadsworth: Belmont, CA.), hal 15

pemerintahan, serta merupakan elemen penting dalam bidang ekonomi[11].

4. Pedagang

   Menurut definisi dalam kamus Ekonomi, seorang pedagang merupakan individu atau institusi yang melakukan pembelian dan penjualan barang tanpa merubah wujudnya, serta bertanggung jawab atas tindakannya dengan maksud untuk memperoleh laba[12].

   Ajaran Islam disampaikan melalui Nabi Muhammad SAW, seorang individu yang lahir dari keluarga yang bergerak di bidang perdagangan. Nabi Muhammad SAW menikahi seorang wanita bernama Siti Khadijah, yang juga seorang pedagang, dan beliau melakukan perjalanan untuk berdagang hingga ke daerah Syiria. Kegiatan perdagangan merupakan aktivitas yang paling sering dilakukan di pasar, sehingga kegiatan berdagang mendapat izin dalam ajaran Islam[13].

5. Digitalisasi

   Digitalisasi lebih fokus pada dampak dari teknologi komunikasi dan informasi global yang berlangsung di sektor ekonomi serta di internet. Ide ini menggambarkan adanya keterkaitan antara serangkaian inovasi dengan kemajuan teknologi dan dampaknya terhadap perekonomian besar dan kecil. Ekonomi digital dapat dipahami sebagai sektor perekonomian yang mencakup beragam barang dan layanan selama tahap pengembangan, produksi, dan penjualan yang berlandaskan pada teknologi digital[14]

---

[11] Sullivan, Arthur, *Economics: Principles in action, Upper Saddle Rive,* (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2003). hal 29.

[12] Nurul Oktima, Eko Sujatmiko, *Kamus Ekonomi,* (Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2012), hal 224

[13] Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana,2007), hal 158

[14] Suwarmi, Kristina Sedyastuti, dan A. Haidar Mirza, *Peluang Dan*

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Teori Kesejahteraan

Grand Theory tentang Kesejahteraan dikenal sebagai Welfare State. Menurut Bentham yang hidup antara tahun 1748 hingga 1832, ia mengusung bahwa pemerintah memiliki kewajiban untuk memastikan kebahagiaan terbesar bagi sebanyak mungkin warganya. Dalam menjelaskan ide kebahagiaan atau kesejahteraan, Bentham memperkenalkan istilah 'utility' yang berarti kegunaan. Berdasarkan prinsip utilitarianisme yang ia ciptakan, Bentham menyimpulkan bahwa hal-hal yang dapat memberikan kebahagiaan tambahan dianggap baik. Di sisi lain, hal-hal yang menimbulkan penderitaan dianggap buruk[15].

Kesejahteraan dalam pandangan UUD 1945 Kesejahteraan diartikan sebagai keadaan di mana individu atau sekelompok individu, baik pria maupun wanita, dapat memenuhi kebutuhan fundamental mereka untuk menjaga dan meningkatkan kehidupan yang berharga[16].

Tingkat kesejahteraan menurut BPS diukur dengan mengandalkan estimasi dari berbagai ukuran sosial-ekonomi yang meliputi populasi, kesehatan, pendidikan, lapangan kerja, konsumsi, tempat tinggal, kemiskinan, dan aspek sosial lainnya. BPS mengawasi elemen-elemen seperti pendidikan, kesehatan (angka penyakit/morbiditas), penghasilan, tingkat pengangguran, dan juga mutu tempat tinggal serta lingkungan.

Kesejahteraan dan Negara kesejahteraan, kesejahteraan menjadi sasaran pokok dalam hidup setiap orang dengan ukuran

---

Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital, (Ikraith Ekonomika Vol 2 No 2 (Juli 2019), hal 32.

[15] Oman Sukmana, *"Konsep dan Desain Negara Kesejahteraan (Welfare State)"*, Jurnal Sospol, Vol 2 No.1 (2016), hal 103.

[16] Undang-Undang Dasar Republik 1945

yang bervariasi tergantung pada pandangan, keyakinan, dan ajaran masing-masing. Di arena global, tanda-tanda ini seringkali berhubungan dengan pendapatan per individu, harapan hidup, dan tingkat pendidikan yang diperoleh[17].

Hingga kini, ada tiga jenis model dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial yang dikenal, yaitu negara kesejahteraan residual yang memberikan peluang terbatas bagi pemerintah untuk melakukan intervensi publik, sehingga berpotensi besar untuk swastanisasi, model institusi/universal di mana negara diharapkan memberikan layanan publik yang optimal dan menyeluruh, serta asuransi sosial yang bertujuan untuk menjadikan kesejahteraan sosial sebagai sarana untuk meningkatkan produktivitas kelompok masyarakat yang menerima layanan kesejahteraan dalam jangka panjang. Penerapan konsep ini melibatkan pengintegrasian fungsi antara pemerintah, dunia usaha, dan buruh[18].

Kesejahteraan merupakan suatu sistem kehidupan yang mencakup aspek sosial, materi, serta spiritual, yang diiringi oleh perasaan aman, moralitas, dan ketenangan baik secara individu maupun di dalam keluarga dan komunitas. Hal ini memungkinkan setiap individu untuk berupaya memenuhi kebutuhan fisik, mental, dan sosial secara optimal bagi dirinya, keluarganya, serta masyarakat, dengan menghormati hak-hak asasi manusia. Teori kesejahteraan mengungkapkan bahwa individu berada dalam situasi di mana mereka mampu meraih sesuatu, memiliki visi hidup yang terarah, berinteraksi dengan baik dengan orang lain, bersikap mandiri, menguasai potensi psikologis mereka, serta mampu mengasah keunggulan dan mengakui kekurangan. Suatu keadaan

---

[17] E. Robert Goodin, *"The Real Worlds of Welfare Capitalism, dalam: H. Satria Azizy, Mendudukkan Kembali Makna Kesejahteraan Dalam Islam"*, (Ponorogo: Centre for Islamic and Occidental Studies (CIOS), 2015), hal 2.

[18] Darmawan Tribowo dan Sugeng Bahagijo, *"Mimpi Negara Kesejahteraan"*, (Jakarta: Pustaka LP3ES, 2006), hal 29.

yang telah memenuhi kebutuhan masyarakat dalam aspek kesehatan, pendidikan, dan sektor bisnis sudah berada dalam kondisi yang baik untuk masyarakat secara keseluruhan. Agar suatu wilayah dinyatakan berkembang, diperlukan adanya indikator yang menunjukkan seberapa efektif masyarakatnya dan dapat dijadikan alat ukur keberhasilan. Informasi mengenai kesejahteraan penduduk bisa diperoleh dengan menganalisis data dari berbagai sektor pertumbuhan. Indikator yang mengevaluasi kebahagiaan masyarakat mencakup indikator terkait pekerjaan, statistik populasi, dan indikator sosial lainnya.

Teori kesejahteraan dalam ekonomi secara umum dibagi menjadi tiga kategori, yaitu classical utilitarian, neoclassical welfare theory, dan new contractarian approach. Pendekatan classical utilitarian menyoroti bahwa rasa senang atau kepuasan seseorang dapat diukur dan mengalami peningkatan. Berbagai tingkat rasa senang yang dialami oleh individu yang sama bisa dibandingkan secara kuantitatif. Untuk individu, prinsip utamanya adalah meningkatkan tingkat kesejahteraan sebanyak mungkin, sedangkan bagi masyarakat, kenaikan kesejahteraan kelompok merupakan prinsip yang dijunjung dalam hidupnya. Neoclassical welfare theory adalah teori yang memperkenalkan prinsip Pareto Optimality. Prinsip Pareto Optimality mengungkapkan bahwa komunitas akan lebih baik jika satu individu menjadi lebih baik dan tidak menjadi lebih buruk. Prinsip ini adalah syarat penting untuk mencapai keadaan kesejahteraan sosial yang optimal. Selain prinsip Pareto Optimality, Neoclassical welfare theory juga mengemukakan bahwa kesejahteraan adalah hasil dari seluruh kepuasan individu.

Selanjutnya adalah new contractarian approach. Inti dari konsep ini adalah bahwa orang-orang yang berpikir logis akan menerima adanya kebebasan penuh dalam kehidupan mereka. Dari

berbagai pandangan yang ada, dapat diperoleh kesimpulan bahwa kesejahteraan seseorang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan kebahagiaan yang dapat dicapai dalam hidupnya. Untuk meraih tingkat kesejahteraan yang diinginkan, diperlukan perilaku yang mampu mengoptimalkan kepuasan yang sejalan dengan sumber daya yang dimiliki (Albert dan Hahnel, dalam Darussalam 2005: 77-78).

Bagi kelompok menengah ke bawah yang memiliki ciri-ciri kemiskinan, kesehatan, gizi, dan pendidikan yang kurang baik, peningkatan pendapatan dapat membawa perbaikan dan peningkatan pada taraf hidup mereka. Kenaikan pendapatan ini juga bisa meningkatkan produktivitas dan pendapatan di seluruh ekonomi.[19]

Banyak individu beranggapan bahwa kesejahteraan bagi mereka yang berpikir logis dan tepat dapat diukur dengan kuantitas serta nilai dari materi dan barang yang dimiliki atau dikuasai guna mempertahankan keberlangsungan hidup. Semakin banyak jumlahnya dan semakin tinggi nilainya, kesejahteraan hidup seseorang akan semakin meningkat. Oleh sebab itu, orang-orang berusaha mendapatkan beragam fasilitas serta kebutuhan yang mendukung kehidupan mereka (Wahyu, M.S, 1986: 196).

Keluarga yang sejahtera bukanlah keluarga yang memiliki semuanya. Atau keluarga dengan harta yang melimpah, melainkan kehidupan keluarga yang sejahtera adalah sebuah keadaan di mana semua anggotanya dapat menikmati hidup dengan harmonis, terhindar dari segala bentuk konflik dan perselisihan, tidak dikelilingi oleh ketegangan, kekhawatiran, dan rasa putus asa, sehingga setiap individu dalam keluarga merasakan adanya keselarasan hidup dan keseimbangan dalam lingkungan keluarga yang sehat.

[19] Todaro, Michael P, "Pembangunan Ekonomi", (Jakarta: Erlangga, 2003, hal 252)

Untuk membangun sebuah keluarga yang makmur, sulit dipisahkan dari kontribusi orang tua (suami dan istri) dalam membimbing rumah tangga mereka, serta mengatur kehidupan keluarga. Tanggung jawab suami dan istri dalam merawat dan memimpin kesejahteraan keluarga memegang peranan yang sangat krusial. Hal ini tidak hanya berdampak pada setiap anggota keluarga, tetapi juga sebagai teladan yang seharusnya dicontoh oleh semua anggota rumah tangga (Nur Narsy Noor, 1983:8).

Benar sekali bahwa pandangan masyarakat Indonesia mengenai keluarga sejahtera sangat relevan, yaitu; kesejahteraan lebih ditonjolkan melalui aspek spiritual dan nilai-nilai rohani selain dari kebutuhan fisik. Bagi masyarakat Indonesia, kesejahteraan mencerminkan keseimbangan antara kondisi rohani dan fisik. Keluarga sejahtera adalah keluarga yang mampu memenuhi kebutuhan dasar para anggotanya, serta menjamin adanya rasa aman, damai, akrab, pengakuan, kemandirian, serta kebutuhan lainnya yang diharapkan oleh setiap anggota keluarga.[20] Dalam Dimensi Keluarga Sejahtera ini, keluarga dikelompokkan berdasarkan tahap-tahap tertentu menggunakan indikator-indikator yang spesifik, yakni:

1) Tahapan Pra Sejahtera

   Merupakan suatu keluarga yang belum mampu memenuhi salah satu kriteria tahapan Keluarga Sejahtera I.

2) Tahapan Keluarga Sejahtera I

   Adalah sebuah keluarga yang baru memenuhi kriteria-kriteria berikut:

   a) Umumnya semua anggota keluarga mendapatkan makanan setidaknya dua kali dalam sehari

[20] Agus Achir Yaumil C, "Pembangunan Keluarga Sejahtera Sebagai Wahana Pembangunan Bangsa" (Jakarta: LP3ES, 1994, hal 12)

b) Anggota keluarga memiliki berbagai jenis pakaian untuk di rumah, untuk bekerja/sekolah, dan untuk bepergian
c) Tempat tinggal keluarga memiliki atap, lantai, dan dinding yang layak
d) Jika ada anggota keluarga yang mengalami sakit, mereka dibawa ke layanan kesehatan
e) Apabila pasangan dalam usia subur berminat untuk berKB, mereka mengunjungi fasilitas pelayanan kontrasepsi
f) Semua anak berusia 7-15 tahun dalam keluarga tersebut terdaftar di sekolah.

3) Tahapan Keluarga Sejahtera II

Adalah sebuah keluarga yang telah memenuhi syarat Tahapan Keluarga Sejahtera I (indikator 1 sampai 6) serta kriteria berikut ini;

a) Umumnya, semua anggota keluarga menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan keyakinan mereka masing-masing
b) Setidaknya satu kali dalam seminggu, seluruh anggota keluarga menikmati makanan yang mengandung daging/ikan/telur
c) Setiap anggota keluarga menerima minimal satu pasang pakaian baru setiap tahun
d) Luas rumah minimal 8 m2 untuk setiap orang yang tinggal di dalamnya
e) Dalam tiga bulan terakhir, semua anggota keluarga dalam kondisi sehat, sehingga dapat menjalankan tugas dan fungsi mereka
f) Terdapat satu atau lebih anggota keluarga yang bekerja untuk mendapatkan penghasilan

g) Semua anggota keluarga yang berusia antara 10 hingga 60 tahun mampu membaca tulisan Latin
h) Pasangan dalam usia subur dengan memiliki dua anak atau lebih menggunakan metode atau obat kontrasepsi.

4) Tahapan Keluarga Sejahtera III

Adalah keluarga yang telah memenuhi kriteria Tahapan Keluarga Sejahtera I dan Indikator Keluarga Sejahtera II (Indikator 1 hingga 14) serta indikator-indikator berikut ini:

a) Keluarga berusaha meningkatkan pemahaman agama
b) Sebagian dari pendapatan keluarga disimpan dalam bentuk uang atau aset
c) Kebiasaan keluarga untuk makan bersama setidaknya sekali dalam seminggu dimanfaatkan untuk berinteraksi
d) Keluarga berpartisipasi dalam kegiatan komunitas di area tempat tinggal
e) Keluarga mendapatkan informasi dari media seperti surat kabar, majalah, radio, atau televisi.

5) Tahapan Keluarga Sejahtera III Plus

Merupakan keluarga yang memenuhi kriteria Tahapan Keluarga Sejahtera I, Indikator Keluarga Sejahtera II, serta Indikator Keluarga Sejahtera III (Indikator 1 hingga 19) dan indikator berikut:

a) Keluarga secara rutin dengan ikhlas memberikan dukungan materiil untuk aktivitas sosial;
b) Terdapat anggota keluarga yang berperan aktif sebagai pengelola dalam organisasi sosial/yayasan/institusi masyarakat.

Berdasarkan indikator yang ditetapkan oleh BKKBN, kesejahteraan dalam keluarga dipengaruhi oleh berbagai variabel demografis (jumlah anggota dan rentang usia), aspek sosial (pendidikan pemimpin keluarga), faktor ekonomi (pekerjaan,

kepemilikan aset, dan tabungan), pengelolaan sumber daya dalam keluarga serta lokasi tempat tinggal. Dalam studi ini, untuk menilai tingkat kesejahteraan keluarga, peneliti memanfaatkan tahap-tahap kesejahteraan keluarga yang telah diuraikan (BKKBN, 2013:4-6)

Dalam perspektif Islam, sejahtera tidak diartikan sebagai kekayaan tetapi sebagai keadaan yang ideal, yaitu suatu situasi di mana terdapat keseimbangan antara aspek material dan spiritual yang berasal dari sumber daya yang tersedia. Semua usaha manusia mesti ditujukan untuk memenuhi dua kebutuhan mendasar itu agar tercipta keteraturan dalam kehidupan individu hingga kepentingan yang lebih besar dalam bentuk pemerintahan[21].

Melalui implementasi prinsip-prinsip syariah, otoritas negara harus berupaya melindungi kesejahteraan rakyat dengan menciptakan lingkungan pertumbuhan yang adil dan optimal. Ini dapat terlihat dari pertumbuhan yang berkelanjutan serta distribusi aset yang merata demi manfaat bersama. Agar suatu komunitas mencapai kondisi terbaik dalam aspek materi, keberhasilan ini tidak akan bertahan lama apabila kesadaran sosial dan politik masyarakat serta kelompok-kelompoknya rendah, adanya perpecahan dalam keluarga, dan munculnya ketegangan antar sosial. Di samping itu, pemerintah juga perlu melaksanakan tugasnya dengan baik[22]. Oleh sebab itu, menggunakan sumber daya manusia secara optimal dengan cara yang memungkinkan setiap orang untuk memaksimalkan potensi mereka adalah salah satu metode paling efektif untuk mendukung individu dalam mencapai kesejahteraan fisik dan mental, serta mengembangkan bakat,

[21] John J. Donohue & Esposito, John. L. *"Islam Pembaharuan:Ensiklopedi Masalah-Masalah, Cet. 2, Diterjemahkan Dari Islam In Transition: Muslim Perspective"*, Oleh Machnun Husein, Yogyakarta (Jakarta: Cv. Rajawali, 1989), hal 418.

[22] Suci Wulan Dari, "Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019), hal 74.

kreativitas, dan keaslian. Ketika tingkat pengangguran masih tinggi, hal ini menjadi sangat sulit untuk diwujudkan.

B. Teori Pendapatan

Teori pendapatan adalah konsep yang diajukan oleh J. M Keynes, yang menyatakan bahwa pengeluaran konsumsi seseorang berkaitan langsung dengan pendapatannya. Dengan kata lain, ketika pendapatan seseorang meningkat, maka pengeluaran untuk konsumsi juga akan bertambah. Menurut Widjanjanta terdapat tiga alasan mengapa individu cenderung menyimpan uang tunai, yaitu alasan untuk bertransaksi, alasan berjaga-jaga, dan alasan spekulasi, yang berarti menyimpan uang untuk memanfaatkan peluang investasi yang menguntungkan di masa depan. Ini juga sejalan dengan teori Keynes yang menekankan bahwa pendapatan yang lebih tinggi memicu individu dan perusahaan untuk berinvestasi. Investasi tersebut berpotensi meningkatkan kapasitas produksi dan menciptakan lapangan kerja, yang pada gilirannya akan menyokong pertumbuhan ekonomi.

Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa modal merupakan elemen kunci dalam menjalankan bisnis. Ketersediaan modal yang memadai memungkinkan untuk berinvestasi dalam berbagai aspek usaha, seperti pembelian bahan baku, peralatan, dan ekspansi bisnis. Dengan meningkatnya pendapatan, UMKM dapat mengalokasikan sebagian dari penghasilannya untuk meningkatkan modal, yang pada akhirnya dapat berujung pada peningkatan kapasitas produksi dan pendapatan selanjutnya[23].

Menurut Mardiasmo, penghasilan dalam definisi yang lebih umum adalah segala peningkatan kemampuan finansial yang diterima atau didapatkan oleh wajib pajak, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri yang bisa digunakan untuk

[23] Bambang Widjajanta, Aristanti Widyaningsih, Heraeni Tanuatmodjo, *"Mengasah Kemampuan Ekonomi"*, (Bandung:Citra Praya, 2007), hal 50

pengeluaran atau memperbesar aset wajib pajak tersebut dengan nama dan bentuk apapun.[24]

Yang termasuk dalam penghasilan menurut Mardiasmo adalah:

1) Kompensasi atau pembayaran yang terkait dengan pekerjaan atau layanan. Penghasilan yang tergolong kompensasi mencakup gaji, upah, honorarium, komisi, bonus, uang pensiun, dan lain-lain.
2) Pemberian. Pemberian dapat berbentuk uang atau barang yang berasal dari pekerjaan, undian, penghargaan, dan lain-lain.
3) Keuntungan usaha. Penghasilan yang berasal dari keuntungan usaha merupakan penghasilan yang diperoleh dari selisih antara harga jual barang dan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut, yang mencakup biaya-biaya seperti: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya penjualan, dan lain-lain.
4) Keuntungan dari penjualan. Penghasilan yang berasal dari keuntungan penjualan adalah pendapatan yang diperoleh dari selisih antara harga jual barang dan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, yang mencakup biaya-biaya seperti: biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya penjualan, dan lain-lain.
5) Penerimaan kembali pajak yang sudah dianggap sebagai biaya. Ini terjadi akibat kesalahan dalam perhitungan pajak yang telah dilakukan.
6) Bunga dari pengembalian hutang kredit. Setiap kelebihan dari pengembalian piutang dibandingkan dengan jumlah dana yang telah dipinjamkan kepada pihak lain termasuk dalam kategori pendapatan.

[24] Mardiasmo, Perpajakan, (Yogyakarta : Andi, 2003), hal 109

7) Dividen dari distribusi Sisa Hasil Usaha (SHU). Pembagian keuntungan dari perusahaan atau koperasi yang sebanding dengan modal yang diinvestasikan juga merupakan bagian dari pendapatan.
8) Royalti. Royalti adalah pendapatan yang diterima sebagai imbalan atas penggunaan hak cipta oleh pihak lain.
9) Sewa. Sewa adalah proses pemindahan hak penggunaan dari kepemilikan kepada individu lain dalam periode yang telah ditentukan.
10) Penerimaan atau pembayaran yang bersifat reguler.
11) Keuntungan yang diperoleh karena pembebasan utang.
12) Keuntungan yang dihasilkan dari selisih nilai tukar mata uang asing.
13) Selisih positif karena penilaian ulang terhadap aset.
14) Premi asuransi.[25]

Definisi dari pendapatan permanen mengacu pada jumlah rata-rata pendapatan yang diharapkan selama periode panjang. Pendapatan ini berasal dari gaji/upah yang diharapkan serta pendapatan yang bukan berupa gaji (kekayaan manusia) yang semakin baik, sehingga memiliki daya saing di pasar. Dengan keyakinan tersebut, harapan terkait pendapatan gaji/upah menjadi lebih positif. Harapan mengenai pendapatan permanen juga cenderung naik jika individu menganggap kekayaannya bertambah. Hal ini karena dalam keadaan tersebut, pendapatan yang bukan berasal dari upah juga diprediksi akan meningkat. Pendapatan yang kita peroleh saat ini tidak selalu sebanding dengan pendapatan yang bersifat permanen. Terkadang, pendapatan saat ini bisa lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan permanen. Di lain waktu, hal tersebut bisa terjadi sebaliknya. Penyebab dari fenomena ini

[25] Mardiasmo, Perpajakan, (Yogyakarta : Andi, 2003), hal 110

adalah adanya pendapatan yang tidak bersifat tetap yang jumlahnya berfluktuasi. Pendapatan ini dikenal sebagai pendapatan sementara.

Pendapatan atau gaji dapat diartikan sebagai sejumlah dana yang diberikan oleh pihak yang mempekerjakan kepada karyawan sebagai imbalan atas pelayanan yang diberikan sesuai kesepakatan. [26]Islam memberikan solusi yang sangat baik untuk isu gaji dan melindungi kepentingan kedua belah pihak, yakni pekerja dan pemberi kerja, tanpa melanggar hak-hak yang sah dari pemberi kerja. Prinsip ini terdapat didalam Surat Al-Baqarah ayat 279 yang artinya:

"Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertobat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan)."

Dalam perspektif Al-Qurthubi, Haris Faulidi menyebutkan bahwa perdagangan yang mencakup transaksi jual beli yang sah dan bertujuan untuk memajukan ekonomi. Dari ayat tersebut dijelaskan bahwa perdagangan adalah suatu cara untuk mengembangkan ekonomi dan merupakan salah satu pekerjaan yang telah disetujui oleh Allah, dengan ketentuan semua kegiatan yang dilakukan harus didasari oleh niat yang tulus dan perjanjian yang transparan serta terhindar dari unsur riba.[27]

Dalam berbagai kegiatan yang kita lakukan, penghasilan memiliki dampak besar pada bagaimana sebuah usaha berjalan. Penghasilan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan atau pertumbuhan usaha tersebut. Terdapat beberapa jenis penghasilan, antara lain:

---

[26] M. Umer Chapra, Islam and The Economic Challenge(Islam dan Tantangan Ekonomi), (penerjemah Nur Hadi Ihsan, Rifki Amar), cet Ke-1, 1999, hal 361

[27] Haris Faulidi Asnawi, E-Comerce Perspektif Islam, (Jakarta: Magistra Insania, 2004), hal 76

1) Pendapatan dalam bentuk uang adalah semua penghasilan yang bersifat rutin dan umumnya diterima sebagai imbalan dari suatu jasa atau pertukaran.
2) Pendapatan dalam bentuk barang meliputi semua penerimaan yang bersifat konsisten dan umum, namun selalu berupa imbalan yang diterima dalam bentuk barang dan pelayanan.
3) Pendapatan yang tidak dikategorikan sebagai pendapatan meliputi semua penerimaan yang bersifat transfer-distributif dan umumnya menyebabkan perubahan dalam keadaan finansial suatu rumah tangga.

Tingkat penghasilan keluarga adalah pendapatan atau hasil yang diperoleh oleh sebuah keluarga, yang dapat dikelompokkan ke dalam kategori rendah, menengah, dan tinggi. Setiap keluarga memiliki tingkat penghasilan yang bervariasi. Variasi ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk jenis pekerjaan yang dilakukan dan jumlah individu dalam keluarga yang berkontribusi secara finansial.

Menurut Faisal H. Basri, penghasilan dapat dikelompokkan ke dalam empat kategori, yaitu:

1) Penghasilan dari gaji dan upah. Ini berarti kompensasi yang diterima dari posisi sebagai pekerja.
2) Penghasilan dari kegiatan usaha. Ini berarti kompensasi yang diterima dari posisi sebagai pengusaha.
3) Penghasilan dari transfer dari rumah tangga lain yang meliputi uang kiriman, warisan, sumbangan, hadiah, hibah, dan bantuan.
4) Penghasilan dari kategori lain yang mencakup pendapatan dari sewa, bunga, dividen, pensiun, beasiswa, dan lainnya.[28]

[28] Faisal H. Basri, Perekonomian Indonesia Menjelang Abad XXI, (Jakarta: Erlangga, 1995), hal 186

Menurut Boediono, elemen-elemen yang berpengaruh terhadap pendapatan meliputi:

1) Kuantitas sumber daya produksi yang dimiliki yang berasal dari hasil tabungan tahun ini serta warisan atau hadiah.
2) Tarif per unit dari setiap sumber daya produksi, yang ditentukan oleh dinamika penawaran dan permintaan dalam pasar sumber daya produksi.
3) Hasil dari aktivitas yang dilakukan oleh anggota keluarga sebagai pekerjaan tambahan.[29]

Teori pendapatan relatif (Relative Income Hypothesis, RIH) yang diperkenalkan oleh James Duessenberry menjelaskan bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pola konsumsi. Teori ini lebih fokus pada sisi psikologis keluarga saat menghadapi perubahan dalam pendapatan. Pengaruh dari fluktuasi pendapatan disposabel dalam jangka pendek akan berbeda dibandingkan dengan jangka panjang. Perbedaan ini juga dipengaruhi oleh jenis variasi pendapatan yang diterima. Oleh karena itu, keluarga memiliki dua preferensi atau fungsi konsumsi yang dikenal dengan fungsi konsumsi jangka pendek dan fungsi konsumsi jangka panjang.

Menurut Duessenberry, konsep ini mengandalkan dua premis, yaitu:

1. Preferensi suatu keluarga terhadap barang konsumsi bersifat saling bergantung. Ini berarti belanja konsumsi suatu keluarga dipengaruhi oleh belanja yang dilakukan oleh orang-orang di sekitarnya.
2. Belanja konsumsi bersifat tidak dapat dibalik. Ini menunjukkan bahwa cara pengeluaran seseorang saat pendapatan meningkat berbeda dari cara pengeluaran saat pendapatan menurun.

[29] Boediono, Pengantar Ekonomi, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal 150

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Dusenberry tentang pendapatan relatif, terdapat kemungkinan suatu situasi yang demikian, di mana jika seseorang mengalami peningkatan pendapatan, dalam waktu singkat, pengeluaran untuk konsumsi tidak serta-merta meningkat secara proporsional dengan kenaikan pendapatan tersebut. Namun, peningkatan pengeluaran konsumsi tersebut terjadi secara bertahap karena individu lebih cenderung memilih untuk meningkatkan jumlah tabungan. Sebaliknya, ketika pendapatan menurun, orang tidak langsung terperangkap dalam tingginya pengeluaran konsumsi[30].

Menurut perspektif Islam, semakin besar penghasilan seorang konsumen, semakin meningkat pula kemampuan belinya, yang pada gilirannya akan mendorong permintaan terhadap barang.[31] Dalam ekonomi Islam, kita diharuskan untuk menjalani berbagai jenis usaha yang mendukung kehidupan di dunia melalui aktivitas bekerja, dan setelah menyelesaikan satu kegiatan, kita diperintahkan untuk melanjutkan dengan kegiatan lainnya.

Pada intinya, manusia diharuskan untuk melakukan usaha demi mendapatkan hasil yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam pandangan Islam, aktivitas bekerja dan berusaha menjadi sebuah kewajiban bagi setiap individu. Muhammad bin Hasan Al-Syibani dalam bukunya Al-iktisab fi il-rizq al-mustathab, seperti yang dinyatakan oleh Adiwarman Azwar Karim, mengungkapkan bahwa aktivitas bekerja dan berusaha merupakan elemen fundamental. Produksi memegang peranan yang sangat signifikan dalam hidup, karena mendukung pelaksanaan ibadah

[30] Anggia Ramadhan, Radiyan Rahim, Nurul Nabila Utami, "Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)", (Medan: Penerbit Tahta Media Group, 2023), hal 3-4

[31] Akhmad Mujahidin, Ekonomi Islam 2, (Pekanbaru: AL-MUJTAHADAH PRESS, 2014), hal 5

kepada Allah SWT, sehingga status hukum bekerja dan berusaha adalah wajib.[32] Jadi, berdasarkan penjelasan sebelumnya, kita diharuskan untuk berupaya dengan cara apapun dalam hal yang diperbolehkan untuk memenuhi kebutuhan hidup ini.

Allah SWT menginstruksikan umat manusia untuk berusaha di setiap sudut bumi guna mengambil manfaat dari sebagian rezeki yang diberikan oleh-Nya di dunia ini. Rezeki yang diciptakan oleh Allah SWT di muka bumi jauh lebih luas daripada apa yang kita bayangkan mengenai istilah rezeki itu sendiri. Karena rezeki tidak hanya terbatas pada kekayaan yang dimiliki seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, tetapi juga mencakup segala hal yang dipercayakan Allah SWT di bumi ini dalam bentuk jalan dan isi dari rezeki tersebut.

Pada intinya, Allah SWT telah berjanji untuk menyediakan rezeki bagi semua makhluk yang menghuni bumi ini, tetapi untuk meraihnya, kita perlu berusaha dan bekerja keras. Dalam perjalanan hidupnya, manusia diharuskan untuk berupaya menghasilkan sesuatu demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Upaya yang dilakukan dapat berupa berbagai tindakan untuk mendapatkan serta menggunakan sumber daya yang memiliki nilai ekonomis, demi memenuhi kebutuhan dasar atau syarat minimum yang penting untuk kelangsungan hidup, di mana kebutuhan dasar tersebut mencakup kebutuhan biologis dan aspek sosial budaya yang harus dipenuhi untuk menjaga kelangsungan hidup individu.[33]

Hal ini sejalan dengan sasaran perekonomian yang memiliki aspek individu dan sosial. Ekonomi individu bertujuan untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarga, sedangkan ekonomi sosial ditujukan untuk mengatasi kemiskinan masyarakat,

---

[32] Adiwarman Azwar Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, (Jakarta: Raja Grafindo, 2004), Hal 235

[33] Imran Manan, Dasar-dasar Sosial Budaya Pendidikan, (Jakarta: Depdikbud, 1989), hal 12

menghilangkan kelaparan, serta mencegah kemelaratan.[34] Individu-individu harus menggunakan kekuatan dan keterampilan sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidup sebagai tugas pengabdian kepada Allah SWT. Kewirausahaan, kerja keras, siap mengambil resiko, manajemen yang tepat merupakan watak yang melekat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.[35]

C. Pasar

1. Pasar Digital

Pemasaran Digital atau Digital Marketing mencakup semua jenis kegiatan promosi barang atau layanan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan platform digital atau internet[36].

Pasar digital di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun kebelakangan ini, berkat penggunaan internet yang meluas dan kemajuan dalam teknologi. Pasar digital menawarkan banyak kesempatan baru dalam sektor perdagangan dan pembangunan, khususnya untuk perusahaan kecil dan para pengusaha di negara berkembang yang kini mendapatkan akses yang lebih mudah ke pasar global.

Di Indonesia, peralihan dari ekonomi konvensional menuju ekonomi digital ditandai dengan cepatnya perkembangan perdagangan elektronik. Berdasarkan UNCTAD (2019), perdagangan elektronik meliputi transaksi barang dan jasa secara daring, termasuk layanan yang berbasis platform seperti aplikasi pemesanan transportasi dan tempat tinggal.

---

[34] Mawardi, Ekonomi Islam, (Jakarta : Alaf Riau Graha Unri Press, 2007), hal 6

[35] Muh Said, Pengantar Ekonomi Islam, Dasar-dasar dan Pengembangan , (Pekanbaru : Suska Press, 2008), hal 8

[36] Yuliana Hidayati, Mukhlis Kaspul Anwar, Lola Malihah, "Pengaruh Pasar Digital Terhadap Omset Penjualan Pakaian Di Pasar Batuah Martapura", (DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.16 No.1 Maret 202), hal 41

Kemajuan ini mencerminkan betapa pentingnya digitalisasi sebagai elemen fundamental dalam ekonomi masa kini. E-commerce menawarkan manfaat bagi pembeli dengan memberikan beragam pilihan dan harga yang lebih kompetitif. Tingkat adopsi e-commerce di kalangan ekonomi rendah jauh lebih minim. Ini menandakan bahwa akses seseorang terhadap internet mempengaruhi cara mereka berbelanja.

Perbedaan antara aspek konvensional dan digital dalam hal aksesibilitas dan kesiapan untuk mendapatkan keuntungan dari ekonomi digital masih menjadi isu di banyak negara yang sedang berkembang.

Sebagai kesimpulan, pasar digital telah membuka banyak peluang yang sebelumnya tidak dapat diakses melalui pasar konvensional. Salah satu keuntungan utamanya adalah kemampuan perusahaan untuk menjangkau pelanggan dari berbagai lokasi dengan biaya yang lebih efisien, sehingga strategi pemasaran menjadi lebih efektif[37].

Adapun macam-macam pasar digital yaitu, terbagi 3 kategori. Kategori pertama berdasarkan model transaksi, yang pertama Business to Business, adalah transaksi pembelian dan penjualan barang atau jasa antar perusahaan. Misalnya: Platform direktori grosir seperti Alibaba. Yang kedua Business to Consumer, yaitu transaksi yang dilakukan oleh perusahaan atau penghasil secara langsung kepada konsumen. Misalnya: Tokopedia, Shopee, atau Zalora. Yang ketiga Consumer to Consumer, yaitu transaksi perdagangan di antara pengguna atau orang perorangan.

[37] Arum Indiharwati, "Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Digital", (Gresik:Penerbit Thalibul Ilmi Publishing & Education, 2025), hal 6-8

Sering kali didukung oleh entitas ketiga (platform). Misalnya: OLX atau fitur seperti Facebook Marketplace. Yang keempat Consumer to Business, yaitu model di mana pengguna menawarkan barang atau jasa kepada perusahaan. Contohnya: Freelancer yang memberikan jasanya di Fiverr atau Sribu.

Adapun kategori kedua berdasarkan produk dijual, yang pertama pasar barang fisik, yaitu platform online yang dimanfaatkan untuk pertukaran barang fisik.

Penjual memanfaatkan jasa pengiriman atau logistik untuk mengantarkan produk kepada pembeli. Yang kedua pasar produk digital, yaitu platform yang dikhususkan untuk memperdagangkan produk yang tidak berbentuk fisik dan disampaikan melalui cara elektronik. Misalnya: Software & Aplikasi: Google Play Store atau Apple App Store. E-book & Kelas: Platform seperti Google Play Books atau Udemy. Aset Kreatif: Template design bentuk atau musik yang diperdagangkan di platform seperti Envato Element

Adapun kategori terakhir adalah, yang pertama Platform on Demand, yaitu platform digital yang menghubungkan penyedia jasa dengan pengguna jasa dalam waktu nyata (sesuai dengan permintaan). Contohnya: Gojek atau Grab. Yang kedua Software as a service, yaitu pasar online yang didasarkan pada model langganan untuk software. Misalnya: Microsoft 365 atau Adobe.

2. Pasar Offline

Pasar offline adalah aktivitas transaksi tradisional yang melibatkan interaksi secara langsung antara penjual dan konsumen di tempat fisik. Model ini memberikan pengalaman berbelanja di mana pembeli dapat melihat,

mencoba, dan merasakan barang sebelum melakukan pembelian, yang sering kali meningkatkan rasa percaya[38].

Pasar offline terbagi menjadi dua yaitu:

a) Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah lokasi di mana penjual dan pembeli bertemu dan berinteraksi, yang kemudian memungkinkan terjadinya transaksi langsung antara mereka. Biasanya, dalam pasar ini terdapat kegiatan tawar-menawar. Pasar tersebut diorganisir dan dikelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, BUMD, serta pihak swasta, dengan berbagai jenis usaha yang berupa kios, toko, tenda, dan los, yang dikelola atau dimiliki oleh pedagang kecil, menengah, koperasi, dan masyarakat dengan cara jual beli yang dilakukan melalui tawar-menawar.

b) Pasar Modern

Pasar modern memiliki kemiripan dengan pasar tradisional, di mana dalam tempat ini terdapat penjual dan pembeli yang berdagang secara langsung, serta ada juga transaksi yang dilakukan secara tidak langsung. Dalam hal ini, pembeli dapat melihat informasi harga yang tertera pada barang (barcode) dan kemudian melakukan pembayaran di kasir atau melalui alat elektronik lainnya. Lokasi pasarnya berada dalam gedung yang terorganisir dengan baik dan menarik, sementara pelayanannya

[38] Levina Yulianti Arischa, Sri Hindah Pudjihastuti, "Penerapan Digital Marketing dan Offline Marketing Guna Meningkatkan Penjualan Di Era New Normal pada PT. Musawa Jaya Perkasa", (JURNAL ILMIAH SULTAN AGUNG Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 15 Maret 2023), hal 763

bisa dilakukan secara mandiri (swalayan) atau melalui layanan dari petugas.

D. Digitalisasi

Digitalisasi adalah fase penerapan atau penggunaan sistem digital. Digitalisasi merupakan istilah dengan beragam makna dan interpretasi dalam bidang sosiologi. Seperti yang diungkapkan oleh Manuel Castells, digitalisasi berkaitan erat dengan gagasan "masyarakat jaringan". Perubahan masyarakat yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi dalam hal komunikasi dan informasi. Digambarkan bahwa digitalisasi berfungsi sebagai proses di mana teknologi informasi dan komunikasi membentuk struktur sosial, interaksi, dan kehidupan sehari-hari masyarakat. Proses digitalisasi semakin diterapkan untuk memodernisasi cara produksi dan dianggap efektif dalam mencapai kustomisasi produk, meningkatkan efisiensi proses, serta mendorong kinerja. Tiga faktor utama yang perlu diperhatikan dalam organisasi adalah strategi diferensiasi, kemampuan untuk menyerap, serta cara produksi yang ramping[39].

Oleh sebab itu, menggunakan sumber daya manusia secara optimal dengan cara yang memungkinkan setiap orang untuk memaksimalkan potensi mereka adalah salah satu metode paling efektif untuk mendukung individu dalam mencapai kesejahteraan fisik dan mental, serta mengembangkan bakat, kreativitas, dan keaslian. Ketika tingkat pengangguran masih tinggi, hal ini menjadi sangat sulit untuk diwujudkan.

Digitalisasi memberikan keuntungan signifikan bagi UMKM, memfasilitasi mereka untuk bersaing di arena global melalui penggunaan platform e-commerce dan jaringan sosial, yang pada gilirannya memperluas jangkauan serta meningkatkan

[39] Amilia Lestari, *"Digitalisasi Sebagai Kebudayaan Baru Terhadap Pembangunan Pedesaan"*, (Socio Religia, Vol. 04, No. 01, Oktober 2023), hal 4

daya saing. Inisiatif seperti Gerakan UMKM Go Online yang didukung oleh Kementerian Koperasi dan UKM telah membantu banyak usaha kecil terjun ke dunia digital. Sebagai contoh, seorang pengusaha batik dari Pekalongan berhasil menjual produknya ke luar negeri melalui marketplace lokal. Dengan optimalisasi media sosial, ia juga berhasil membangun identitas merek yang kokoh dan memperluas variasi produknya[40].

E. UMKM

Pengertian UMKM berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 menjelaskan bahwa UMKM adalah suatu usaha yang bersifat produktif, dimiliki oleh individu atau entitas usaha yang berdiri sendiri dan memenuhi syarat yang telah ditetapkan oleh hukum.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 4 dijelaskan bahwa sasaran UMKM adalah merangsang serta memperluas bisnisnya untuk memperkuat ekonomi negara yang berlandaskan pada prinsip-prinsip ekonomi yang adil. Dari penjelasan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa UMKM berfungsi sebagai sarana untuk berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi nasional dengan melibatkan sebanyak mungkin pengusaha yang mengandalkan kemampuan yang mereka miliki.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki fungsi dan lokasi yang penting dalam ekonomi di Indonesia. UMKM berkontribusi dalam menyediakan lapangan kerja dan mendorong aktivitas ekonomi Indonesia serta menyebarkan hasil-hasil dari pembangunan ekonomi. UMKM termasuk salah satu kategori usaha yang mampu bertahan terhadap tekanan dan keadaan krisis. Hal ini terbukti antara tahun 1997 sampai 1999 ketika Indonesia menghadapi krisis moneter, tetapi UMKM tetap

[40] Arum Indiharwati, "Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Digital", (Gresik:Penerbit Thalibul Ilmi Publishing & Education, 2025), hal 9

bertahan dan bahkan berkembang. Kegiatan sehari-hari masyarakat Indonesia selalu terhubung dengan beragam layanan dan produk yang dihasilkan oleh UMKM. Biasanya, aktivitas pagi kita dimulai dengan mencari sarapan atau cemilan yang akan dibawa ke kantor atau tempat aktivitas, yang banyak ditawarkan oleh UMKM. Berbagai barang kebutuhan dasar rumah tangga dapat ditemukan di warung-warung sekitar hingga produk-produk kerajinan tangan atau barang kreatif lainnya yang dijual di tempat wisata, toko, hingga di platform digital lainnya

Adapun jenis-jenis bidang usaha UMKM yaitu:

1) Usaha Mikro

   Usaha yang dimiliki oleh individu atau badan usaha dengan aset paling banyak Rp50 juta dan pendapatan tahunan tidak lebih dari Rp300 juta.

2) Usaha Kecil

   Usaha ekonomi yang menghasilkan dengan modal antara Rp50 juta sampai Rp500 juta, serta pendapatan tahunan antara Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar.

3) Usaha Menengah

   Perusahaan dengan nilai aset antara Rp500 juta sampai Rp10 miliar, serta pendapatan tahunan berkisar antara Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar.[41].

[41] Tiris Sudrartono, Hari Nugroho, Irwanto, I Gusti Ayu Ari Agustini, Helin G Yudawisastra, Lu'lu Ul Maknunah, Hanik Amaria, Ferdinandus Lidang Witi, Nuryanti, Acai Sudirman, "Kewirausahaan UMKM Di Era Digital", (Bandung: Widina Bakti Persada, 2022), hal 20

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan jenis penelitian Kualitatif studi kasus, Sugiyono menguraikan bahwa studi kasus merupakan Metode riset yang teliti terhadap satu studi kasus tertentu, seperti orang, komunitas, badan, atau kejadian. Penelitian ini ditujukan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena dalam konteks yang spesifik.[42].

Untuk lebih spesifik penelitian kualitatif yang akan digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan penelitian yang menyajikan suatu fenomena melalui penjelasan dalam format kalimat dan kata-kata yang memanfaatkan metode ilmiah. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif ini, diharapkan bisa mendapatkan informasi yang mendalam mengenai penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti.[43]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan penulis adalah di Pasar Atas Kota Bukittingi. Dan penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Januari 2026 sampai Mei 2026

C. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang dipakai oleh penulis adalah jenis data primer melalui wawancara dan data sekunder Dan sumber data yang digunakan oleh penulis adalah data primer, data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian[44]. Adapaun data tersebut

---

[42] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Penerbit Alfabeta, 2003), hal 169-170

[43] Adisantoso & Julio 2021. Peluang dan Tantangan Pembelajaran Digital Era Industri 4.0 Menuju Era 5.0. (Jakarta : Trapenes)

[44] Hasan, M Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Statistika 1(Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), hal 82

diperoleh dari wawancara kepada Pedagang Pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi

Adapun data sekunder yaitu jenis data yang bisa dijadikan sebagai penunjang data utama atau sumber informasi yang mampu memberikan data tambahan yang dapat memperkuat informasi inti/utama

D. Informan penelitian

Informan merupakan individu yang memiliki pemahaman mendalam tentang suatu isu atau masalah tertentu, dari mana kita bisa mendapatkan informasi yang jelas, tepat, dan dapat dipercaya dalam bentuk pertanyaan, penjelasan, atau data yang bisa mendukung pemahaman terkait isu atau masalah tersebut. Adapun informan penelitian yang diambil untuk wawancara adalah Pedagang Pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi.

E. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya[45].

Dalam penelitian, populasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu populasi secara umum dan populasi target. Adapun populasi target adalah kelompok orang yang menjadi sasaran penelitian atau kegiatan tertentu yang menjadi fokus dari hasil penelitian kita[46].

Menurut Sugiyono, sampel merupakan segmen dari totalitas serta sifat yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi perlu mewakili keseluruhan. Dalam konteks populasi ini, penetapan sampel yang mewakili dalam penelitian ini dilaksanakan dengan metode non-probability

[45] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Penerbit Alfabeta, 2013), hal 80

[46] Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hal 90

sampling menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik semua sampling jenuh adalah cara pemilihan sampel di mana semua anggota populasi dijadikan sampel, ini dilakukan apabila jumlah populasi kecil di bawah 30 orang[47].

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan, adapun populasi dari penelitian ini adalah semua Pedagang Pakaian Pasar Atas, sedangkan sampelnya adalah semua populasi dijadikan sampel karena jumlahnya kurang dari 100 .

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Interview (Wawancara)

   Wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang haris diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau self report.

   Wawancara dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

2. Dokumentasi

   Adalah cara untuk mengumpulkan data yang melibatkan, mengumpulkan, dan menganalisis dokumen,

[47] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Penerbit Alfabeta, 2008), hal 85

gambar dan rekaman yang berhubungan dengan topik penelitian. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang berasal dari berbagai sumber yang sudah ada, seperti dokumen tertulis, gambar, peta, foto, dan rekaman video digital lainnya[48].

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner sebagai data utama, dan wawancara sebagai data pendukung.

F. Metode Analisis Data

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dicatat dalam format laporan atau informasi yang mendetail. Mereduksi data berarti menyusun ringkasan, memilih poin-poin utama, dan memusatkan perhatian pada aspek-aspek penting yang dicari dalam tema. Dengan mereduksi data, peneliti akan mendapatkan gambaran yang jelas dan ini akan memudahkan proses pengumpulan data berikutnya.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan data yang terorganisir yang memungkinkan diambilnya kesimpulan. Ini dilakukan karena data yang dikumpulkan selama penelitian kualitatif seringkali dalam bentuk narasi, sehingga perlu disederhanakan tanpa menghilangkan maknanya. Penyampaian informasi dilakukan agar dapat memperoleh gambaran secara menyeluruh. Data yang sudah dikumpulkan dikelompokkan berdasarkan isu yang ada dan diatur dalam format matriks, yang memungkinkan

[48] Masayu Rosyidah & Rafiqa Fijra, *Metode Penelitian,* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hal 87

peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola interaksi antar data.

3. Penarikan Kesimpulan

   Langkah akhir dalam analisis data ini adalah menyusun kesimpulan. Kesimpulan diambil dengan membandingkan kesesuaian jawaban responden dengan fakta yang ada. Ini harus didasarkan pada data yang telah dikumpulkan selama penelitian di lapangan. Pada tahap ini, peneliti tidak hanya mencocokkan sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam teori, tetapi juga mengintegrasikan dengan temuan yang benar-benar muncul di lapangan, sehingga menghasilkan kesimpulan yang relevan antara teori dan kenyataan yang ada.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah dan Profil Pasar Atas Kota Bukittinggi

Pasar Atas merupakan destinasi wisata yang berada di pusat Kota Bukittinggi di Sumatera Barat. Letaknya sangat strategis dan dapat dijangkau dengan mudah dari berbagai tempat menarik lainnya di Kota Bukittinggi, seperti Jam Gadang, Kebun Binatang Bukittinggi, dan Benteng Fort de Kock. Di Pasar Atas, pengunjung dapat menemukan berbagai souvenir serta kuliner khas Sumatera Barat dengan harga yang cukup terjangkau. Selain sebagai tempat wisata, Pasar Atas Bukittinggi juga berfungsi sebagai sentra perdagangan. Dikenal sebelumnya dengan nama pasar Loih Galuang, pasar ini dimulai dari pengembangan sebuah bangunan gudang ke arah timur oleh pemerintahan Hindia-Belanda di tahun 1900, dan terletak di daerah lereng bukit dekat dengan saluran air di kaki bukit.

Bangunan pasar ini sebelumnya dibangun dengan desain arsitektur Eropa yang menggabungkan elemen budaya Minangkabau. Atap-atapnya memiliki bentuk gonjong yang mirip dengan rumah gadang, memberikan ciri khas yang kuat pada pasar ini. Selain berfungsi sebagai lokasi transaksi perdagangan, Pasar Atas juga berperan sebagai pusat interaksi sosial komunitas, tempat berkumpulnya pedagang, konsumen, dan pengunjung. Setelah meraih kemerdekaan, Pasar Atas tetap menjadi lokasi perdagangan yang sangat ramai. Beraneka ragam barang tersedia, mulai dari kain, pakaian adat seperti songket dan tenun, hingga perhiasan emas dan perak yang menjadi identitas perdagangan di Sumatera Barat. Penduduk lokal dan pelancong dari berbagai wilayah menjadikan Pasar Atas sebagai tempat utama untuk membeli oleh-oleh khas Minangkabau. Pada dekade 1970-an, pemerintah setempat melakukan sejumlah renovasi untuk memperbesar kapasitas pasar dan memperbaiki sarana yang ada. Infrastruktur ditingkatkan agar lebih nyaman bagi para pengunjung

maupun pedagang. Perubahan ini juga menggambarkan pertumbuhan sektor pariwisata di Bukittinggi, dengan Pasar Atas sebagai salah satu atraksi utamanya.

Pasar ini berdiri di atas lokasi yang disebut Bukik Kubangan Kabau. Mengingat lokasi pasar yang miring, masyarakat setempat menyebutnya Pasar Teleng atau Pasar Lereng. Luas Pasar Atas mencapai 2,1 Ha, dan terdapat sekitar 1.861 pedagang yang terdiri dari berbagai jenis pedagang, seperti toko, grosir, kios, serta pedagang bulanan dan harian. Selanjutnya, beberapa pasar lain muncul di sekitar area ini, seperti Pasar Bawah dan Pasar Banto. Pasar tradisional di area sekitar Jam Gadang tersebut kemudian tumbuh menjadi tempat untuk menjual kerajinan tangan dan cendera mata khas dari Minangkabau. Dalam penataan pasar, pemerintah Hindia-Belanda juga membuat akses antar pasar dengan janjang, dan salah satu janjang yang terkenal adalah Janjang 40. Sebagai destinasi belanja liburan, Pasar Atas Bukittinggi menyajikan barang-barang khas dari Sumatera Barat, termasuk kerajinan songket, barang-barang dari kayu, souvenir, serta hasil anyaman. Selain itu, salah satu komoditas unggulan dari Pasar Atas adalah bordir kerancang. Rakyat Minangkabau seolah memiliki kemampuan bordir yang tidak bisa disaingi oleh daerah lain.

Pasar Atas menghadapi bencana besar pada tahun 2017 ketika kebakaran besar melanda sebagian besar gedung di pasar tersebut. Ratusan gerai terbakar dan banyak pedagang kehilangan pekerjaan mereka dalam sekejap. Insiden ini menjadi beban berat bagi ekonomi Bukittinggi. Pemerintah segera mengambil tindakan dengan melaksanakan rehabilitasi besar untuk membangun kembali Pasar Atas. Dengan rancangan yang modern namun tetap menjaga elemen budaya Minangkabau, pasar ini kembali dijalankan dan berfungsi lebih baik daripada sebelumnya. Fasilitas yang lebih modern, area dagang yang lebih terorganisir, serta sistem keamanan yang lebih baik diterapkan untuk mencegah terjadinya kejadian yang serupa di masa mendatang.

Pasar Atas terletak di pusat Kota Bukittinggi, berdekatan dengan Taman Jam Gadang. Untuk mencapai Pasar Atas dari batas Kota Bukittinggi, pengunjung bisa menempuh jarak sekitar 2 km dari Birugo melalui Jalan Sudirman, yang langsung menuju Taman Jam Gadang yang berada di samping Pasar Atas. Di sekitar Pasar Atas, para pengunjung akan menemukan banyak pilihan untuk berbelanja dan menikmati kuliner, serta berbagai fasilitas umum lainnya.

Saat ini, Pasar Atas Bukittinggi tidak hanya berfungsi sebagai pusat jual beli lokal tetapi juga menjadi tujuan belanja wisata bagi pengunjung baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Aneka produk khas Minangkabau dapat ditemukan di sini, mulai dari kain bordir, songket, tas kulit, hingga makanan tradisional seperti rendang, keripik sanjai, dan kopi kawa daun yang sangat diminati oleh wisatawan. Selain itu, keberadaan pasar yang berdekatan dengan Jam Gadang dan objek wisata lainnya seperti Ngarai Sianok dan Benteng Fort de Kock membuatnya semakin strategis dan menarik bagi para pengunjung. Pasar Atas tidak sekadar tumbuh sebagai tempat penjualan, melainkan juga sebagai pusat budaya yang merefleksikan kehidupan masyarakat Minangkabau yang penuh warna.

2. Kondisi Geografis dan Topografi

Kota Bukittinggi berada di jalur Bukit Barisan yang melintang di pulau Sumatra, dikelilingi oleh dua gunung berapi, yaitu Gunung Singgalang dan Gunung Marapi. Kota ini terletak di ketinggian antara 909 hingga 941 meter di atas permukaan laut, dengan iklim yang sejuk dan suhu antara 16,1 hingga 24,9 derajat Celsius. Saat ini, dari luas wilayah Kota Bukittinggi yang mencapai 25,24 km², 82,8% dialokasikan untuk area pertanian, sementara sisa lahan merupakan kawasan hutan terlindungi. Area kota ini memiliki bentang alam yang berbukit dan lembah, dengan beberapa bukit yang terdapat dalam wilayah perkotaan seperti Bukit Ambacang, Bukit Tambun Tulang, Bukit Mandiangin, Bukit Campago, Bukit Kubangankabau, Bukit Pinang NanSabatang, Bukit

Canggang, Bukit Paninjauan, dan lainnya. Di samping itu, terdapat lembah yang dikenal sebagai Ngarai Sianok dengan kedalaman yang bervariasi antara 75 hingga 110 meter, di mana mengalir sungai yang disebut Batang Masang di dasarnya.

Pasar Atas Bukittinggi terletak di daerah perbukitan yang berombak dengan ketinggian berkisar antara 909–941 meter di atas level laut. Kontur wilayahnya tidak datar dan cenderung memiliki banyak tingkat, dikelilingi oleh daerah vulkanik yang kaya akan kesuburan.

B. Hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk mengetahui kesejahteraan rumah tangga Pedagang Pakaian Pasar Atas di era Digitalisasi dengan cara mewawancarai 10 Pedagang Pakaian Pasar Atas Kota Bukittinggi.

1. Kondisi Usaha Pedagang Pakaian Sebelum Adanya Pasar Digital

Pendapatan para pedagang pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi yang sangat signifikan sebelum munculnya pasar digital. Pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh dari layanan atau pekerjaan yang telah dilakukan, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pendapatan juga dapat berfungsi sebagai indikator untuk menentukan status sosial seseorang. Pendapatan dari pedagang pakaian adalah uang yang diterima dari penjualan pakaian yang dibeli oleh pelanggan setiap harinya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Jefri yang berusia 38 tahun, seorang pedagang pakaian selama sembilan tahun terakhir, ia menyatakan bahwa *"ia selalu berjualan di Pasar Atas Kota Bukittinggi tanpa berpindah tempat. Profesi sebagai pedagang pakaian menjadi satu-satunya sumber penghasilan yang dijalani oleh informan untuk menyokong kebutuhan keluarganya, sehingga ia harus bekerja lebih keras agar semua kebutuhan rumah tangga bisa terpenuhi"*. Bapak Jefri mengungkapkan bahwa *"sebelum munculnya pasar digital,*

penghasilannya cukup memadai, biasanya mencapai sekitar Rp. 500.000,00 per hari"[49].

Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan Bu Ani (39 tahun), seorang penjual pakaian di Pasar Atas Bukittinggi yang telah berjualan selama lima tahun. Menjual pakaian bukanlah satu-satunya pekerjaan yang dilakoni oleh informan, tetapi tetap saja, aktivitas ini menjadi sumber penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. *"Saya mengetahui tentang toko online; keberadaan pasar digital sangat mempengaruhi selera belanja masyarakat. Dulu mereka sangat suka datang ke pasar"*[50].

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Alex (35 tahun), seorang pedagang pakaian yang beroperasi di Pasar Atas Kota Bukittinggi, dia telah menjalani profesi ini selama 12 tahun. Usahanya hanya terfokus pada penjualan pakaian di pasar. *"Dia sangat merasakan dampak negatif dari munculnya toko online, karena berjualan pakaian adalah penghidupannya sehari-hari dan pasar digital sangat berpengaruh pada pelanggan. Biasanya, dia dapat menjangkau 5 hingga 6 pembeli, yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya"*[51].

Berdasarkan wawancara yang telah saya lakukan dengan Bapak Jufriman, seorang pedagang pakaian berusia 60 tahun di Pasar Atas Kota Bukittinggi, dia telah menjalani usaha ini selama sekitar 15 tahun. Menurut pandangannya, *"penjualan pakaian sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan pakaian masing-masing orang. Saya telah mendengar tentang keberadaan pasar digital, dan menurut saya, kehadirannya sangat merugikan pendapatan saya. Banyak orang lebih memilih berbelanja secara daring dibandingkan dengan datang ke pasar.*

---

[49] Jefri, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 29 Mei 2026. Pukul 14.20 WIB).

[50] Ani, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 29 Mei 2026. Pukul 15.20 WIB).

[51] Alex, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 29 Mei 2026. Pukul 16.20 WIB).

Di samping itu, harga barang di pasar digital jauh lebih terjangkau dibandingkan di pasar. Saya merasakan penurunan pendapatan yang signifikan, dengan pengaruh sebesar 50% terhadap pendapatan harian saya. Untuk tetap bersaing, saya berusaha menjaga kualitas produk dan memperhatikan tren model agar barang yang dijual tetap laku"[52].

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada Ibu Mira, seorang pedagang pakaian yang meneruskan usaha keluarganya yang sudah ada sejak tahun 2010, dia menjelaskan *"bahwa keberadaan pasar digital saat ini sangat berpengaruh terhadap penjualan serta pendapatan para pedagang pakaian sebelum munculnya pasar digital pendapatan beliau mencapai Rp. 500.000,00".*[53]

Dari penelitian yang dilakukan, sebelum munculnya pasar digital, para pedagang masih merasakan penjualan yang sangat banyak, dimana banyak sekali penjual yang membeli barang dagangan mereka secara langsung ke pasar, sehingga pendapatan mereka sangat cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan-kebutuhan lainnya.

2. Kondisi Usaha Pedagang Pakaian Setelah Munculnya Pasar Digital

Dampak dari pasar digital turut berdampak pada penjualan para pedagang pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi akibat banyaknya konsumen yang berpindah ke belanja daring. Pembeli adalah individu yang terus menerus membeli produk berbentuk pakaian seperti kaos, celana, hijab, rok, mukena, sarung, dan sejenisnya.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Bu Anis (41 tahun), beliau adalah seorang penjual pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi selama enam tahun. Menurut Bu Anis, *"pakaian adalah kebutuhan dasar yang sangat dibutuhkan masyarakat. Setelah mengetahui keberadaan pasar digital, ia merasa bahwa keberadaannya mengganggu aktivitas pedagang pakaian di pasar, yang berdampak pada pendapatan*

[52] Jufriman, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 30 Mei 2026. Pukul 14.30 WIB).

[53] Mira, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 30 Mei 2026. Pukul 15.20 WIB).

para penjual. Ia merasakan pengaruh toko online itu sebesar 40% pada pendapatannya, sehingga membuat pendapatannya berkurang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sementara itu, masyarakat cenderung lebih memilih dan mempercayai berbelanja secara online, yang dianggap lebih mudah dan praktis. Meski demikian, ia tetap melanjutkan usaha menjual pakaian dengan harga yang wajar, tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu murah, serta terus mengikuti tren pakaian terbaru"[54].

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Aris (40 tahun), seorang pedagang pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi, menunjukkan pandangannya tentang perkembangan perdagangan. Dia telah berkecimpung dalam dunia perdagangan pakaian selama 17 tahun. *"Meskipun dia tidak menentang keberadaan pasar digital, dia mendorong pemerintah untuk menerapkan regulasi yang membatasi pasar digital di Kota Bukittinggi. Terutama jika banyak orang yang memiliki smartphone di Bukittinggi tertarik untuk berjualan secara online, sehingga berpotensi mengurangi jumlah pembeli di Pasar Atas Kota Bukittinggi. Hal ini menjadi perhatian karena pasar digital masih dalam tahap awal untuk diterapkan oleh pemerintah, dan sebagai pedagang pakaian, dia juga perlu mencukupi kebutuhan keluarganya"*[55].

Pasar Digital juga memberikan pengaruh yang sangat jelas di dunia perdagangan yang semakin kompetitif, khususnya bagi para penjual pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi dan para pedagang yang beroperasi secara online. Eksistensi pasar digital yang menawarkan layanan yang lebih baik, lebih praktis, dan lebih mudah dibandingkan harus berbelanja di pasar tradisional, ditambah dengan biaya layanan yang menguntungkan serta berbagai promosi, membuat masyarakat cenderung memilih bertransaksi melalui pasar digital. Para penjual pakaian merasa tertekan

[54] Anis, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 29 Mei 2026. Pukul 14.50 WIB).

[55] Aris, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 30 Mei 2026. Pukul 10.50 WIB).

dan merasakan dampak terhadap penghasilan mereka setiap hari akibat kehadiran pasar digital.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Ujang (47 tahun), seorang pedagang pakaian yang beroperasi di Pasar Atas Kota Bukittinggi, ia telah menjalani profesi ini selama 10 tahun. Beliau menjelaskan *"bahwa setelah adanya pasar digital, minat konsumen untuk berbelanja pakaian di pasar sudah jauh berkurang, karena pasar digital lebih menarik perhatian dan masyarakat turut berpartisipasi dalam fenomena ini. Akibatnya, saya sebagai pedagang pakaian di pasar merasakan dampak yang sangat merugikan sehingga pendapatan saya mengalami penurunan drastis. Barang dagangan saya sangat kalah saing dengan pasar digital yang sedang populer dan menjadi tren di kalangan remaja hingga ibu-ibu rumah tangga. Meskipun demikian, saya terus berjualan walaupun dengan margin keuntungan yang lebih kecil demi mempertahankan usaha saya"*.[56]

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Idris, seorang pedagang pakaian berusia 34 tahun yang beroperasi di Pasar Atas Bukittinggi, ia telah menjalani profesi ini selama 5 tahun. *"Dengan munculnya pasar digital, minat konsumen untuk berkunjung ke pasar menurun karena daya tarik dan keuntungan yang ditawarkan oleh teknologi internet pada pasar digital. Akibatnya, keinginan masyarakat untuk berbelanja di pasar berkurang, yang membuat pendapatan saya mengalami penurunan yang signifikan"*[57].

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan Ibu Era, seorang penjual pakaian di Pasar Atas Bukittinggi yang telah melanjutkan bisnis keluarganya selama tujuh tahun terakhir, ia menyatakan *"bahwa tingginya penggunaan pasar digital saat ini berdampak signifikan terhadap penurunan pendapatan pedagang pakaian,*

[56] Ujang, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 30 Mei 2026. Pukul 11.40 WIB).

[57] Idris, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 30 Mei 2026. Pukul 13.40 WIB).

terutama setelah munculnya pandemi covid-19. Bu Era tidak membantah adanya pasar digital, karena baginya itu adalah perubahan zaman yang tak mungkin dihindari, meskipun telah banyak dipakai oleh seluruh lapisan masyarakat. Para pedagang yang beroperasi di Pasar Atas Bukittinggi juga merasakan efek dari situasi ini, khususnya dalam hal pendapatan yang menurun signifikan, yang merupakan salah satu tantangan yang dialami setelah berkembangnya pasar digital. Untuk penjualan, Bu Era hanya berjualan secara langsung dan tidak melaksanakan penjualan secara online karena kendala dalam pengetahuan dan usia. Salah satu strategi yang diadopsi Bu Era untuk menarik pelanggan adalah dengan memberikan layanan yang ramah dan memberikan diskon langsung kepada pelanggan setia. Selain itu, barang yang ditawarkannya selalu mengikuti tren yang sedang viral di media sosial, dan Bu Era tidak memiliki rencana khusus untuk mengembangkan bisnisnya lebih lanjut"[58].

Dari hasil wawancara peneliti dengan Bapak Jefri terkait kondisi usaha nya setelah adanya pasar digital, *"setelah pasar digital ada, pendapatannya menurun menjadi Rp. 200.000,00 per hari, karena banyak pelanggan yang berpikir bahwa berbelanja di pasar sudah kuno. Ia merasa terdampak oleh keberadaan pasar digital yang berdampak pada penurunan pendapatannya setiap hari. Agar masih bisa bertahan berjualan di pasar, para informan harus menjual barang dengan margin keuntungan tipis dan selalu berusaha untuk mendapatkan barang terbaru untuk dijual kembali".*[59]

Dari hasil wawancara bersama Bu Ani, *"setelah adanya pasar digital, perilaku para pembeli kini banyak yang malas, karena belanja di pasar digital memungkinkan mereka menghemat waktu hanya dengan berada di rumah. Namun, kehadiran pasar digital telah mengurangi*

[58] Era, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 30 Mei 2026. Pukul 16.30 WIB).

[59] Jefri, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 29 Mei 2026. Pukul 14.30 WIB).

pendapatan saya secara signifikan, sehingga banyak barang dagangan yang tidak terjual dan terpisah dari tren. Dampak dari pasar digital ini cukup besar karena berdampak langsung pada pendapatan saya. Namun, bisnis ini masih mampu memenuhi kebutuhan saya karena berdagang bukanlah pekerjaan saya yang utama. Untuk menghadapi situasi ini, saya perlu mulai mengikuti tren yang ada di media sosial agar usaha dagang saya semakin berkembang dan tetap relevan"[60].

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Alex, *saat ini, sulit untuk mendapatkan dua sampai tiga pelanggan dalam sehari , sehingga tidak mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Meski demikian, untuk menjaga kelangsungan hidupnya, dia terus melanjutkan usaha berjualannya seperti biasanya"*[61].

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bu Mira, *"pendapatan beliau setelah munculnya pasar digital kini hanya berkisar di angka Rp. 200.000,00 atau lebih. Agar bisa menarik lebih banyak pelanggan, kami menyediakan diskon untuk pembeli secara langsung, yang nantinya bisa dipromosikan oleh pelanggan melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Selain itu, ada juga pelanggan tetap yang sudah berlangganan sejak lama. Mengenai strategi, kami tidak pernah melakukan penjualan online sebelumnya, meskipun hanya bertahan sebentar karena tidak bisa melanjutkannya. Saat ini, penjualan hanya dilakukan secara offline"*[62].

Berdasarkan wawancara dengan Bu Era, "*tingginya penggunaan pasar digital saat ini berdampak signifikan terhadap penurunan pendapatan pedagang pakaian, terutama setelah munculnya pandemi covid-19"*[63].

---

[60] Ani, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 29 Mei 2026. Pukul 15.30 WIB).

[61] Alex, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 29 Mei 2026. Pukul 16.40 WIB).

[62] Mira, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 30 Mei 2026. Pukul 15.45 WIB).

[63] Mira, Pedagang Pakaian, wawancara, (Pasar Atas Kota Bukittinggi, 30 Mei 2026. Pukul 16.50 WIB).

Dari penelitian yang dilakukan, hadirnya pasar digital di Bukittinggi berdampak negatif pada pendapatan para penjual pakaian. Penjual pakaian mengalami pengurangan jumlah pembeli dan sepi pelanggan karena adanya persaingan dari dunia perdagangan yang kini populer di kalangan masyarakat, yaitu pasar digital. Sebelum kemunculan toko online, para penjual pakaian memiliki penghasilan lebih dari Rp. 500.000,00 setiap hari, yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, setelah pasar digital muncul, pendapatan rata-rata tukang becak menurun menjadi antara Rp. 300.000 hingga Rp. 100.000 per harinya. Akibatnya, banyak penjual pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi mengeluhkan penurunan pendapatan mereka, bahkan beberapa di antara mereka terancam bangkrut karena seringkali tidak ada satu pun barang yang terjual dalam sehari. Kurangnya pemahaman tentang teknologi di kalangan penjual pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi menjadi penyebab mereka tertinggal jauh dibandingkan pasar digital.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pendapatan

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh peneliti, kemunculan pasar digital di Pasar Atas Kota Bukittinggi telah memberikan efek negatif terhadap penghasilan pedagang pakaian. Para pedagang mengalami penurunan dalam pendapatan dan kehilangan pelanggan karena adanya pesaing yang lebih modern dan tengah populer di kalangan masyarakat melalui ponsel pintar. Sebelum kehadiran pasar digital, para pedagang mampu menghasilkan Rp. 500.000,00 setiap harinya, yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, setelah adanya pasar digital, pendapatan pedagang menurun antara Rp. 100.000,00 hingga Rp. 300.000,00 setiap harinya.

Hasil penyelidikan ini diperkuat oleh penelitian Ananda Putra Ia, yang mengungkapkan dalam temuannya bahwa pendapatan tukang becak mengalami penurunan pesanan sewa, sehingga pemasukan mereka yang sebelumnya memadai kini berkurang karena sebagian dari masyarakat

lebih memilih menggunakan layanan Go-jek. Penemuan ini juga diperkuat oleh studi Wardah Nst, yang menyatakan bahwa pasar digital berpengaruh pada tingkat penghasilan pedagang di Pasar Petisan Medan. Selain itu, penelitian Dian Sukma Dewi mendukung pernyataan tersebut, yang mengemukakan bahwa penghasilan yang diterima oleh pedagang pasar tradisional menurun akibat hadirnya pasar modern, di mana pendapatan pedagang pakaian sebelum adanya pasar digital adalah Rp. 110.000 dan setelah kemunculan pasar digital menurun menjadi Rp. 35.000

2. Jumlah Pembeli

Kehadiran pasar digital turut memberikan efek buruk terhadap jumlah konsumen pedagang pakaian, karena banyak orang cenderung memilih berbelanja di pasar digital yang menawarkan kemudahan, harga lebih terjangkau, kecepatan, serta kesempatan kerja baru. Sebelum keberadaan pasar digital, rata-rata pelanggan pedagang berkisar antara 5 hingga 6 orang, sedangkan setelahnya turun menjadi sekitar 1 hingga 2 orang. Selain itu, muncul persaingan antara pasar digital dan pedagang pakaian yang memunculkan konflik, khususnya dalam hal masalah tarif bagi pembeli.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil adalah kehadiran pasar digital memberikan efek negatif pada pendapatan pedagang pakaian. Mereka mengalami penurunan pendapatan yang signifikan, di mana penghasilan yang sebelumnya memadai kini berkurang setiap harinya setelah munculnya pasar digital. Rata-rata pendapatan yang diperoleh oleh pedagang pakaian dari setiap pembeli sehari sebelum pasar digital hadir adalah sekitar Rp. 500.000,00, sedangkan setelah kehadiran pasar digital, jumlah tersebut menurun menjadi Rp. 200.000,00.

Kehadiran pasar digital turut membawa efek negatif bagi jumlah pelanggan penjual pakaian, karena pedagang pakaian Pasar Atas Kota Bukitinggi memilih tidak menjual barang dagangannya di pasar digital, dan disisi lain penurunan jumlah pelanggan disebabkan karena mayoritas pembeli lebih cenderung memilih pasar digital yang lebih praktis, hemat dan cepat, serta memberikan peluang kerja baru. Sebelum adanya pasar digital, rata-rata konsumen penjual pakaian berkisar antara 5 hingga 6 orang, namun setelah munculnya pasar digital, jumlah tersebut turun menjadi hanya 1 hingga 2 orang, bahkan sering kali tidak ada pembeli sama sekali. Persaingan juga muncul antara penjual pasar digital dan penjual pakaian yang berada di Pasar Atas Kota Bukitinggi, yang menyebabkan konflik, terutama terkait masalah tarif untuk pembeli.

B. Saran

Dari hasil observasi dan kajian, peneliti mencatat beberapa aspek yang harus diperhatikan. Rekomendasi ini bisa menjadi masukan yang baik bagi seluruh pedagang baju di Pasar Atas Kota Bukittinggi, termasuk masyarakat, pasar digital, dan instansi pemerintah. Berikut adalah saran-saran tersebut:

1. Untuk pedagang pakaian yang belum memanfaatkan teknologi canggih, disarankan untuk selalu berpikir positif dalam mencari penghasilan,

menjaga kerukunan di antara sesama, dan meningkatkan pengetahuan serta wawasan demi meningkatkan mutu produk yang mereka tawarkan.

2. Untuk pasar digital, disarankan untuk mematuhi peraturan yang ada dari pemerintah berkaitan dengan tatacara dan diharapkan agar mereka tetap bisa mempertahankan standar kualitas serta menjaga kepercayaan konsumen yang berbelanja melalui platform online.
3. Untuk pemerintah, perlu ada kejelasan lebih lanjut mengenai peraturan yang telah ditetapkan, misalnya mengenai keabsahan pasar digital yang sudah resmi diperbolehkan beroperasi.
4. Untuk peneliti di masa mendatang, diharapkan agar dilakukan studi lanjutan untuk melengkapi penelitian ini, serta menambah variabel baru dan referensi agar penelitian yang akan datang lebih berkualitas dan memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

Amir Machmud. 2016, *Perekonomian Indonesia Pasca Reformasi*, Penerbit Erlangga. Jakarta

Arnold dkk. 2022, *Dampak E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen dan Strategi Bisnis*, Politeknik Binama Dani, Bekasi

Komarudin, 2001, *Ensiklopedia Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta

Peter Salim dan Yenni Salim, 2002, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Modern English Press, Jakarta

Departemen Pendidikan Nasional, 2005, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta

Ikhwan Abidin Asri, 2005, *Islam dan Pembangunan Ekonomi*, Gema Insani Press, Jakarta

Ellyana Kusumawardhani, 2014, *Pelaksanaan PNPM Mandiri dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Sidomukti Kecamatan Margoyoso*, Jurnal Ilmiah PPKN Ikip Veteran Semarang, Vol 2. No. 1, Pati

Luthfi J. Kurniawan, dkk, *2015, Negara Kesejahteraan dan Pelayanan Sosial*, Intrans Publishing, Malang

Haviland, W.A, 2003, *Anthropology*, Wadsworth: Belmont, CA.

Sullivan, Arthur, 2003, *Economics: Principles in action, Upper Saddle Rive"*, Pearson Prentice Hall, New Jersey

Nurul Oktima, Eko Sujatmiko, 2012, *Kamus Ekonomi*, Aksara Sinergi Media, Surakarta

Mustafa Edwin Nasution dkk, 2007, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Kencana, Jakarta

Suwarmi, Kristina Sedyastuti, dan A. Haidar Mirza, 2019 *Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital*, Ikraith Ekonomika Vol 2 No 2

Sugiono, 2003, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung

Kuncoro, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit Erlangga, Jakarta

Hasan, M Iqbal, 2003, *Pokok-Pokok Materi Statistika 1(Statistik Deskriptif)*, PT. Bumi Aksara, Jakarta

Sugiono, 2013 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung

Nana Syaodih Sukmadinata, 2017, *Metode Penelitian Pendidikan*, Remaja Rosdakarya, Bandung

Sugiono, 2008 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung

Sugiono, 2010 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung

Suharsimi Arikunto, 2010, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta

Masayu Rosyidah & Rafiqa Fijra, 2021, *Metode Penelitian*, Deepublish, Yogyakarta

Oman Sukmana, *Konsep dan Desain Negara Kesejahteraan (Welfare State)*, Jurnal Sospol, Vol 2 No.1 (2016)

Undang-Undang Dasar Republik 1945

E. Robert Goodin, *The Real Worlds of Welfare Capitalism, dalam: H. Satria Azizy, Mendudukkan Kembali Makna Kesejahteraan Dalam Islam*, (Ponorogo: Centre for Islamic and Occidental Studies (CIOS), 2015)

Darmawan Tribowo dan Sugeng Bahagijo, *Mimpi Negara Kesejahteraan*, (Jakarta: Pustaka LP3ES, 2006)

John J. Donohue & Esposito, John. L. *Islam Pembaharuan:Ensiklopedi Masalah-Masalah, Cet. 2, Diterjemahkan Dari Islam In Transition: Muslim Perspective*, Oleh Machnun Husein, Yogyakarta (Jakarta: Cv. Rajawali, 1989)

Bambang Widjajanta, Aristanti Widyaningsih, Heraeni Tanuatmodjo, *Mengasah Kemampuan Ekonomi*, (Bandung:Citra Praya, 2007)

Yuliana Hidayati, Mukhlis Kaspul Anwar, Lola Malihah, *Pengaruh Pasar Digital Terhadap Omset Penjualan Pakaian Di Pasar Batuah Martapura*, (DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.16 No.1 Maret 202)

Levina Yulianti Arischa, Sri Hindah Pudjihastuti, *Penerapan Digital Marketing dan Offline Marketing Guna Meningkatkan Penjualan Di Era New Normal pada PT. Musawa Jaya Perkasa*, (Jurnal Ilmiah Sultan Agung Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 15 Maret 2023)

Amilia Lestari, *Digitalisasi Sebagai Kebudayaan Baru Terhadap Pembangunan Pedesaan*, (Socio Religia, Vol. 04, No. 01, Oktober 2023)

Suci Wulan Dari, *Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019)

Anggia Ramadhan, Radiyan Rahim, Nurul Nabila Utami, *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*, (Medan: Penerbit Tahta Media Group, 2023)

Arum Indiharwati, *Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Digital*, (Gresik:Penerbit Thalibul Ilmi Publishing & Education, 2025)

Tiris Sudrartono, Hari Nugroho, Irwanto, I Gusti Ayu Ari Agustini, Helin G Yudawisastra, Lu'lu Ul Maknunah, Hanik Amaria, Ferdinandus Lidang Witi, Nuryanti, Acai Sudirman, *Kewirausahaan UMKM Di Era Digital*, (Bandung: Widina Bakti Persada, 2022)

Todaro, Michael P, "Pembangunan Ekonomi", (Jakarta: Erlangga, 2003)

Agus Achir Yaumil C, "Pembangunan Keluarga Sejahtera Sebagai Wahana Pembangunan Bangsa" (Jakarta: LP3ES, 1994)

John J. Donohue & Esposito, John. L. *"Islam Pembaharuan:Ensiklopedi Masalah-Masalah, Cet. 2, Diterjemahkan Dari Islam In Transition: Muslim Perspective"*, Oleh Machnun Husein, Yogyakarta (Jakarta: Cv. Rajawali, 1989)

Suci Wulan Dari, "Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019)

Bambang Widjajanta, Aristanti Widyaningsih, Heraeni Tanuatmodjo, *"Mengasah Kemampuan Ekonomi"*, (Bandung:Citra Praya, 2007)

Mardiasmo, Perpajakan, (Yogyakarta : Andi, 2003)

M. Umer Chapra, Islam and The Economic Challenge (Islam dan Tantangan Ekonomi), (penerjemah Nur Hadi Ihsan, Rifki Amar), cet Ke-1, 1999

Haris Faulidi Asnawi, E-Comerce Perspektif Islam, (Jakarta: Magistra Insania, 2004)

Faisal H. Basri, Perekonomian Indonesia Menjelang Abad XXI, (Jakarta: Erlangga, 1995)

Boediono, Pengantar Ekonomi, (Jakarta: Erlangga, 2002)

Akhmad Mujahidin, Ekonomi Islam 2, (Pekanbaru: AL-MUJTAHADAH PRESS, 2014)

Adiwarman Azwar Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, (Jakarta: Raja Grafindo, 2004)

Imran Manan, Dasar-dasar Sosial Budaya Pendidikan, (Jakarta: Depdikbud, 1989)

Mawardi, Ekonomi Islam, (Jakarta : Alaf Riau Graha Unri Press, 2007)