

**PENGARUH PASAR ONLINE TERHADAP PENDAPATAN MASYARAKAT
KECAMATAN SUKAMAJU KABUPATEN LUWU UTARA**

*(The Effect of Online Market on Society's Income
in Sukamaju District, North Luwu Regency)*

SUSIAH

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Muhammadiyah Palopo, Jl. Jend Sudirman Km 03, Binturu, Wara Selatan, Kota Palopo,
Sulawesi Selatan, 91992
Kode Pos 92957. Email: susiah189@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pasar online terhadap pendapatan masyarakat Kecamatan Sukamaju. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada penjual online di Kecamatan Sukamaju yang berjumlah 96 responden. Data primer dikumpulkan dari jawaban kuesioner oleh responden kemudian dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pasar online berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat. Hal ini di buktikan dengan hasil perhitungan uji t hitung sebesar 9,336, sedangkan pada t tabel adalah 1,98552 pada taraf signifikansi 5% yang berarti bahwa H_0 di terima dan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Selain itu juga di peroleh persamaan regresi $Y = 6.607 + 0,776X$. Jadi dapat di simpulkan bahwa pasar online berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan masyarakat.

Kata kunci : pasar online, pendapatan masyarakat

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of online market on society income in Sukamaju District. This research was conducted in Sukamaju District, North Luwu Regency. The research was conducted by distributing questionnaires to online marketers in Sukamaju District, amounting to 96 respondents. Primary data were collected from answers to questionnaires by respondents then analyzed using a simple linear regression analysis method using the help of the SPSS version 20 program.

The results showed that the variable of online market had an effect on society income. This is evidenced by the results of the t-test calculation of 9.336, while the t table is 1,98552 at the 5% significance level, which means that H_0 is accepted and the significance of 0,000 is less than 0.05. In addition, the regression equation $Y = 6.607 + 0,776X$ is also obtained. So it can be concluded that the online market has a significant effect on society income.

Keywords: online market, society income

Pendahuluan

Perkembangan zaman membawa banyak perubahan pada pola kehidupan masyarakat. Perkembangan pesat pada bidang teknologi membuat berbagai bidang kehidupan mengalami digitalisasi mulai dari bidang informasi dan komunikasi, perbankan, hingga pendidikan. Perkembangan ini menciptakan perbedaan besar antara ekonomi konvensional dan modern. Pada ekonomi konvensional orang cenderung bertindak untuk menyelesaikan masalah. Sedangkan pada ekonomi modern orang berlomba untuk menciptakan peluang. Inovasi memainkan peran penting dalam hal ini. Pasar sebagai inti dari aktivitas ekonomi juga tak lepas dari proses digitalisasi yang terjadi. Hal ini ditandai dengan makin maraknya pasar *online* di masyarakat.

Perhatian pemerintah terhadap digitalisasi pasar memang baru terlihat belakangan ini. Namun, kemunculan *e-commerce* di Indonesia bukanlah sesuatu yang baru. Kemunculan pasar *online* dalam bentuk *e-commerce* di Indonesia dapat diketahui telah mulai sejak tahun 1996 ketika Dyviacom Intrabumi menawarkan layanan berupa *mall online*. Seiring perkembangannya, *e-commerce* semakin terlihat di tengah masyarakat sejak populernya kasus digunakan oleh pengguna internet. Pesatnya perkembangan *e-commerce* didukung oleh besarnya keuntungan yang ditawarkan seperti harga yang lebih kompetitif, sasaran penjualan tidak terbatas pada wilayah tertentu, efisiensi dalam melakukan promosi, dan kelangkaan barang bisa diatasi.

Respon positif terhadap pasar *online* menciptakan peningkatan penggunaan jasa jual beli *online*. Saat ini ada banyak situs yang menyediakan layanan jual beli *online* seperti Tokopedia, Lazada, Shopee, Bukalapak, dan sebagainya. Selain situs internet, masyarakat juga mulai memanfaatkan media sosial untuk

melakukan penjualan seperti Facebook dan Instagram. Berbagai fitur yang tersedia juga memudahkan masyarakat untuk memperkenalkan produk yang dijual. Sebut saja fitur marketplace, siaran langsung, dan layanan iklan berbayar di Facebook dan Instagram yang banyak digunakan oleh para pedagang *online*.

Dilansir dari Dewaweb.com, sebuah survey menyatakan bahwa rata-rata pertumbuhan *e-commerce* setiap tahun berkisar sekitar 25 persen. Usaha berskala kecil yang memiliki bisnis *online* sebanyak 81 persen mendapatkan pelanggan baru. Ini memicu peningkatan penjualan dan profil para pengusaha kecil. Sebanyak 30 persen usaha kecil yang menjalankan usahanya melalui website dan memiliki kurang dari 20 pegawai memperoleh peningkatan pendapatan lebih dari 25 persen.

Untuk *e-commerce*, pada tahun 2019 nilai kapitalisasi pasar di Indonesia mencapai 21 miliar dollar atau sekitar Rp 294 triliun. Berdasarkan laporan McKinsey, industri *e-commerce* di Indonesia diprediksi akan mencapai nilai 40 miliar dollar pada tahun 2022. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia. Salah satu faktor terbesarnya adalah pertumbuhan kelas menengah di Indonesia yang cukup pesat, yakni sebesar 21% dari total populasi atau sebanyak 57,3 juta orang pada tahun 2019. Hal ini juga terlihat dengan meningkatnya jumlah pengeluaran masyarakat untuk belanja barang konsumen secara *online* sebesar 23% pada tahun 2018 dibanding dengan tahun 2017.

Selain dari meningkatnya kelas menengah, faktor lain yang juga mendukung perkembangan *e-commerce* adalah tingkat penetrasi internet dan pengguna perangkat *mobile* yang terus meningkat. Hal ini memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses berbagai platform belanja *online*, mulai dari website toko *online*, aplikasi marketplace, media sosial, dan banyak lagi.

Faktor lain yang juga ikut berpengaruh adalah semakin banyaknya jumlah perusahaan teknologi finansial sehingga memungkinkan metode pembayaran yang beragam. Menurut data Google, pada Juli 2018 sekitar 66% masyarakat Indonesia tidak memiliki rekening bank. Dengan munculnya berbagai aplikasi dan fitur pembayaran serta dompet *online* melalui *smartphone*, masyarakat semakin dimudahkan untuk melakukan transaksi *online*. Ditambah lagi, banyak investor asing yang tertarik untuk berinvestasi di perusahaan teknologi *e-commerce*. Tokopedia misalnya, menerima investasi senilai USD 1,1 miliar dari Alibaba pada tahun 2017 yang akhirnya membuat Tokopedia menjadi perusahaan *unicorn*.

Pesatnya pertumbuhan ini membuat tiap bisnis dan *brand* berlomba-lomba untuk meningkatkan *online presence* dan mendorong penjualan mereka dengan masuk ke berbagai platform penjualan *online*. Untuk bisa bersaing dengan *brand* lainnya, pebisnis harus bisa memahami *trend* dan perilaku pasar. Hal ini dapat membantu pebisnis mengelola bisnis, mengembangkan produk, serta memaksimalkan penjualan mereka.

Apabila dilihat dari platform penjualannya, 5 *marketplace* terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah pengunjung bulanannya di kuartal kedua tahun 2020 adalah Shopee (93,4 juta), Tokopedia (86,1 juta), Bukalapak (35,2 juta), Lazada (22 juta), dan Blibli (18,3 juta). Namun, tiap *marketplace* ini sebenarnya juga memiliki pasarnya sendiri. Shopee misalnya, dikenal sebagai *marketplace* untuk produk *fashion* dan kecantikan.

Dilihat dari industrinya, produk *fashion* masih mendominasi pasar *e-commerce* dimana penjualan produknya merupakan yang paling signifikan, diikuti dengan produk elektronik, ibu & bayi, dan kesehatan & kecantikan. Dari industri *fashion* sendiri, produk *fashion* muslim merupakan industri

yang akan terus berkembang mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama muslim.

Trend perkembangan pasar *online* juga semakin meningkat di masa pandemi. Transaksi *e-commerce* terhitung naik sebesar 26 persen selama pandemi. Tidak hanya itu, peningkatan transaksi harian juga meningkat hingga 4,8 juta dan persentase konsumen baru hingga 51 persen selama masa pandemi.

Pertumbuhan *e-commerce* naik pesat disebabkan oleh perubahan perilaku konsumen yang memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan berbelanja *online* terutama di masa PSBB. Selain itu, peningkatan ini juga didorong oleh pelaku UMKM yang berlomba-lomba untuk beralih ke pasar *online* dengan bergabung di *marketplace* atau membangun toko *online*-nya sendiri. Perubahan ini dibuktikan dengan data survei yang dikutip dari *Sea Insights* yang menemukan bahwa 45 persen pelaku usaha bisnis lebih aktif berjualan di *e-commerce* pada saat pandemi.

Berdasarkan data tersebut, perusahaan penyedia layanan *hosting Exabytes* Indonesia juga menyatakan peningkatan jumlah pelanggan *e-commerce* di 7 bulan pertama tahun 2020 (Januari-Juli) sebesar 38,3 persen dibandingkan dengan tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku bisnis yang mulai bergerak untuk *go digital* dengan membangun platform *online* sendiri.

Pesatnya perkembangan pasar *online* menjamur ke seluruh pelosok dan tidak hanya terpusat di daerah perkotaan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pedagang dari daerah yang mampu mendistribusikan barangnya ke seluruh Indonesia berkat layanan *online*. Hal ini juga terjadi di Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Dengan jumlah penduduk mencapai 45 ribu jiwa, pedagang *online* yang didominasi oleh perempuan muda ini menjamur dengan berbagai jenis dagangan mulai dari makanan dan minuman,

pakaian, kosmetik, hingga peralatan rumah.

Fenomena berjamurnya pedagang *online* ini tentunya memberikan dampak bagi perekonomian suatu wilayah. Dengan adanya fasilitas internet yang bisa dikelola sendiri, masyarakat tidak perlu bergantung lagi pada pemerintah atau pemilik modal besar untuk mendapatkan penghasilan sendiri. Kemandirian inilah yang menjadi salah satu faktor pendorong tumbuhnya perekonomian suatu negara.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis bermaksud untuk membuat penelitian dengan judul “**Pengaruh Pasar Online Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara**”.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Penelitian akan dilakukan selama dua bulan dimulai sejak terbitnya surat izin penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang bersumber dari kuesioner dan hasil wawancara dengan pedagang *online* di Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Data Sekunder adalah data yang bersumber dari observasi media sosial untuk melacak pedagang *online* di Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

Metode Pengambilan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Teknik ini digunakan karena tidak diketahui secara pasti jumlah populasi penjual online di Kecamatan

Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Karena jumlah pasti populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshow, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(1-p)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416(0,5)(1-0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1,9208(0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 = 96 \text{ orang.}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi linier sederhana. Regresi linear (*linear regression*) adalah teknik yang digunakan untuk memperoleh model hubungan antara 1 variabel dependen dengan 1 atau lebih variabel independen. Jika hanya digunakan 1 variabel independen dalam model, maka teknik ini disebut sebagai regresi linear sederhana (Harlan, 2018). Metode ini digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan formula sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

Y = Pendapatan Masyarakat

X = Pasar Online

a = konstanta

b = koefisien regresi

e = error

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Kecamatan Sukamaju

Kecamatan Sukamaju adalah daerah dengan beragam suku dan agama. Masyarakatnya telah lama hidup berdampingan dengan harmonis. Pada mulanya wilayah Kecamatan Sukamaju dihuni oleh masyarakat asli Luwu dan Bugis. Namun, pada era pemerintahan Presiden Soeharto dilakukan program transmigrasi besar-besaran sehingga banyak penduduk suku Jawa dan Bali.

Kecamatan Sukamaju terdiri dari 14 desa yang semuanya berstatus definitif. Desa Tambokke dengan luas wilayah meliputi 63,11 Km² merupakan desa terluas di Kecamatan Sukamaju. Sedangkan desa yang paling jauh dari ibu kota kecamatan adalah Desa Minanga Tallu, berjarak sekitar 15 km dari Desa Sukamaju.

Kecamatan Sukamaju secara geografis terletak pada 20 25' 40" – 20 45' 40" Lintang Selatan dan 120 23' 45" – 120 33' 23" Bujur Timur dengan batas - batas sebagai berikut :

- Selatan : Kecamatan Sukamaju Selatan
- Timur : Kecamatan Bone-Bone
- Barat : Kecamatan Mappedeceng
- Utara : Kabupaten Luwu Timur

Kecamatan Sukamaju dipimpin oleh camat yang bernama Muhammad Pajar, SP. Dalam pemerintahannya, camat dibantu oleh aparat pemerintahan kecamatan dari beberapa unit kerja, yakni sekretaris camat, kepala urusan keuangan, kepala urusan umum, kepala urusan pembangunan dan staf sekretariat.

Sampai dengan semester pertama tahun 2021, tingkat kepadatan penduduk di Kecamatan Sukamaju masih tergolong rendah. Dengan luas wilayah 208,21 Km² dan jumlah penduduk sebanyak 28.366 Jiwa, dimana jumlah penduduk laki-laki sebanyak 14.299 Jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 14.067

Jiwa serta jumlah kepala keluarga sebanyak 8.285 KK.

Penduduk Kecamatan Sukamaju tergolong sangat beragam dilihat dari aspek suku dan agama. Terdapat 4 suku yang dominan yaitu penduduk asli Luwu, Bugis, Jawa, dan Bali. Agama mayoritas yang dianut adalah Islam, Kristen, dan Hindu. Untuk menunjang kehidupan beragama di Kecamatan Sukamaju terdapat fasilitas tempat ibadah berupa masjid dan musollah (78 buah), gereja protestan (12 buah), gereja katolik (3 buah) dan Pura sebanyak 16 buah.

Ditunjang oleh kondisi alamnya yang subur, Kecamatan Sukamaju mempunyai potensi yang besar di bidang pertanian. Pengelolaan sektor pertanian secara optimal diharapkan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah Sukamaju. Pada tahun 2018, produksi padi sawah di kecamatan ini mencapai 33.638,64 ton yang dihasilkan dari lahan seluas 6.006,90 Ha. Selain itu produksi jagung, ubi kayu dan ubi jalar berturut-turut adalah 3.085,46 ton, 265,41 ton dan 111,02 ton. Sementara produksi tanaman perkebunan, yaitu kelapa dalam adalah 245,18 ton, kelapa sawit 63,721.89 ton, dan kakao 1.896,08 ton.

Dalam aspek perekonomian Kecamatan Sukamaju bisa dikatakan sedang berkembang. Hal ini didukung oleh kegiatan wiraswasta di berbagai bidang dan lintas usia. Kegiatan perekonomian juga mulai dibantu oleh keinginan anak muda untuk terjun ke dunia wirausaha. Hal ini terlihat jelas dengan banyaknya bermunculan kedai kopi, jajanan, dan pasar online.

Karakteristik Responden

Data karakteristik responden merupakan data yang diperoleh dari responden yang dikumpulkan untuk mengetahui dan menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat kecamatan Sukamaju.

Karakteristik responden yang diteliti kemudian dikelompokkan menurut usia, jenis kelamin dan aplikasi penjualan online yang mereka gunakan. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka akan disajikan dalam bentuk tabel mengenai data responden seperti yang dijelaskan berikut ini:

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam sebuah organisasi, jenis kelamin secara umum dapat menjadi pembeda aktivitas yang dilakukan oleh individu. Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan kepada masyarakat kecamatan Sukamaju yang berjumlah 96 orang, ternyata 52 responden perempuan dan 44 responden laki-laki.

Tabel 3 Jenis Kelamin Reponden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prestase (%)
Laki-laki	44	46
Perempuan	52	54
Total	96	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3 di atas, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu 52 orang atau 54,16% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 44 orang atau 45,83%. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan menempati proporsi terbanyak sebagai proporsi yang lebih dibandingkan responden laki-laki.

Karakteristik Berdasarkan Usia

Umur dalam karakteristiknya sebagai gambaran akan pengalaman dan tanggung jawab individu. Tabulasi umur responden dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4 Usia Reponden

Usia	Frekuensi	Prestase (%)
20-30	35	36,46
31-40	33	34,38
41-50	24	25,00
>50	4	4,17
Total	96	100

Sumber : Data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas, usia responden yang paling dominan berada

pada usia 20-30 tahun sebanyak 35 atau 36,46%, sedangkan responden dengan usia 31-40 sebanyak 33 atau 34,38%, responden dengan usia 41-50 sebanyak 24 atau 25,00%, dan responden dengan usia >50 sebanyak 4 atau 4.17%. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini tergolong usia dewasa.

Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut adalah karakteristik responden Berdasarkan pendidikan terakhir. Jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	Frekuensi	Prestase (%)
SMP	5	5.21
SMA	49	51.04
D3	12	12.50
S1	30	31.25
Total	96	100

Sumber : Data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas, responden berpendidikan terakhir SMP sebanyak 5 orang atau sekitar 5,21%, responden berpendidikan SMA sebanyak 49 orang atau sekitar 51,04%, responden yang berpendidikan D3 sebanyak 12 orang atau sekitar 12,50% dan responden berpendidikan S1 sebanyak 30 orang atau sekitar 31,25%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden pada penelitian ini berpendidikan terakhir SMA.

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Uji Validitas

Pengujian validitas instrument dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Nilai validitas dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Uji signifikan ini di lakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada angka kritik (r hitung > r tabel) maka instrument tersebut dikatakan valid dan jika (r hitung < r tabel) maka instrument tersebut dikatakan tidak valid. Berikut hasil dari uji validitas yang

disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Instrumen

r Hitung	r Tabel	KETERANGAN
0,703	0,2617	Valid
0,659	0,2617	Valid
0,611	0,2617	Valid
0,622	0,2617	Valid
0,704	0,2617	Valid
0,559	0,2617	Valid
0,412	0,2617	Valid
0,641	0,2617	Valid
0,542	0,2617	Valid
0,726	0,2617	Valid
0,682	0,2617	Valid
0,563	0,2617	Valid
0,578	0,2617	Valid
0,799	0,2617	Valid
0,816	0,2617	Valid
0,670	0,2617	Valid
0,695	0,2617	Valid
0,565	0,2617	Valid
0,511	0,2617	Valid
0,614	0,2617	Valid

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan hasil output diatas menunjukkan pasar online (X), dan pendapatan masyarakat (Y) diatas dapat di simpulkan bahwa setiap item pernyataan untuk masing-masing variabel dinyatakan valid untuk digunakan sebagai instrument penelitian. Hal ini di lihat dari r hitung, dimana $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka pernyataan dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab setiap poin pernyataan dalam kuesioner yang diberikan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.5 . Berikut hasil dari uji reliabilitas yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Alpha	Keterangan
Pasar Online (x)	0,809	Reliabel
Pendapatan Masyarakat (y)	0,840	Reliabel

Sumber : data primer yang 2021

Berdasarkan hasil output diatas menunjukkan *Cronbach Alpha* untuk semua variabel ini lebih besar dari 0.5 sehingga dapat disimpulkan bahwa pasar online (X) dan Pendapatan Masyarakat (Y) dinyatakan reliabel atau konsisten dan layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan sebuah gambaran mengenai tanggapan responden terhadap penelitian ini. Adapun hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 8 Analisis Descriptive Statistik

Variabel	Mean	Std.Deviation	N
Pasar Online (x)	39,49	4.162	96
Pendapatan Masyarakat (Y)	37,25	4.657	96

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan hasil output diatas di ketahui bahwa semua variabel Pasar online memiliki nilai rata-rata 39,49 dengan standar deviasi 4.162 dan variabel pendapatan masyarakat dengan nilai 37,25 dengan standar deviasi 4.657.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh pasar online terhadap pendapatan masyarakat Kecamatan Sukamaju. Oleh karena itu penelitian ini perlu uji hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana.

Uji regresi sederhana untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara simultan dapat dihitung melalui

Tabel 9 Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	6.607	3.300		2.002	.048
Online	.776	.083	.694	9.336	.000

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan hasil output SPSS 21, maka diperoleh data sebagai berikut :

$$Y = 6.607 + 0.776X + e$$

Persamaan hasil perhitungan koefisien regresi sederhana di atas memperlihatkan hubungan antara variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial dari persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Nilai konstanta pada persamaan regresi berdasarkan perhitungan statistik diatas adalah sebesar 6.607. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel independent pasar online adalah nilainya konstan ($X=0$),

persamaan regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang diajukan maka data yang dihasilkan pada analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut.

maka pendapatan masyarakat (Y) sebesar 6.607 satuan.

b. Koefisien X (Pasar Online) sebesar 0,776 menunjukkan bahwa pengaruh pasar online adalah positif atau searah, artinya jika pasar online mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka nilai pendapatan masyarakat akan meningkat sebesar 0,776 satuan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 10 Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.694	.481	.476	3.372

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,694 yang berarti terdapat korelasi/hubungan antara pasar online terhadap pendapatan masyarakat yaitu sebesar 69,4%. Sedangkan koefisien Adjusted R Square sebesar 0,476 yang berarti bahwa variasi atau perubahan variabel Pendapatan Masyarakat (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variasi variabel pasar online (X) sebesar 47,6% sedangkan sisanya ($100\% - 47,6\% =$

52,4%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t

Uji t di gunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh secara parsial variabel independent terhadap variabel dependent. Signifikansi yang digunakan adalah 0,05.

Tabel 11 Hasil Analisis Uji t (= 0,05)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	6.607	3.300		2.002	.048
Online	.776	.083	.694	9.336	.000

Sumber : data primer yang diolah , 2021

Berdasarkan tabel diatas dasar pengambilan keputusan untuk uji t adalah nilai signifikansi harus lebih kecil dari 0.05 dan t hitung harus lebih besar dari t tabel maka hipotesis diterima. Dari hasil perhitungan nilai signifikansi (0,00) lebih < (0,05) sedangkan nilai t hitung lebih > (9.336) dibandingkn dengan t tabel yaitu

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menguji pengaruh pasar online terhadap peningkatan pendapatan masyarakat di Kecamatan Sukamaju kabupaten Luwu Utara dengan Hipotesis : Diduga pasar online Berpengaruh Terhadap Pendapatan Masyarakat di kecamatan Sukamaju.

Dari uji t di ketahui bahwa pasar online (X) berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat (Y) hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t hitung sebesar 9.336, sedangkan pada t tabel adalah 1.98552 pada taraf signikan 5% yang berarti bahwa H_a di terima. Selain itu juga di peroleh persamaan regresi $Y = 6.607 + 0,776X$, dimana Y merupakan lambang dari variabel terikat, a konstanta, b koefisien regresi untuk variabel X sehingga dapat di simpulkan berdasarkan hasil dari Uji t, terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, dengan kata lain H_a di terima yaitu: Pasar Online berpengaruh terhadap Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

Proses penjualan di pasar online sesuai dengan yang dikatakan oleh Wibowo (2016) bahwa *e-commerce* akan mengubah semua kegiatan marketing dan

(1.98552) sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Sehingga dari hasil pengujian hipotesis terbukti bahwa terdapat pengaruh pasar online terhadap Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan perdagangan. Rata-rata pedagang online juga setuju bahwa mereka lebih mudah menemukan pembeli melalui pasar online. Metode transaksi pun berkembang tidak hanya melalui ATM dan *mobile banking* tapi juga berbagai aplikasi yang memungkinkan untuk melakukan pembayaran dan pemesanan makanan secara online.

Proses yang ada dalam pasar online juga sesuai dengan yang dijabarkan oleh Wibowo. Pertama, presentase elektronik untuk produk dan layanan dilakukan di media sosial. Untuk pedagang online di Kecamatan Sukamaju sebagian besar menggunakan Facebook sebagai sarana promosi. Hal ini didukung oleh fitur-fitur yang ada pada Facebook seperti marketplace dan live. Ada satu hal yang menarik dalam proses penjualan online terutama yang dilakukan oleh anak muda yang tidak memiliki modal besar. Mereka melakukan promosi online meskipun tidak menyediakan barang. Biasanya mereka menjual barang milik orang lain dengan menaikkan harga. Kemudahan ini adalah salah satu poin yang mendorong peningkatan pendapatan dimana orang bisa

menjual hanya dengan modal kuota *online* dan kemampuan untuk mempromosikan barang.

Beberapa kelebihan pasar online yang dijabarkan oleh Riyadi (2015) juga mendukung alasan mengapa orang banyak beralih untuk menjual dan membeli di pasar online. Produk yang bisa dijual dipasar online sangat bervariasi. Jadi seorang pedagang online dengan satu akun media sosial dapat menjual berbagai jenis barang sekaligus.

Ma'arif (2013) mengemukakan 3 faktor yang mempengaruhi pendapat, yaitu kondisi dan kemampuan pedagang, kondisi pasar, dan modal. Jenis pasar dalam hal ini pasar online bisa dikategorikan sebagai kondisi pasar dalam poin tersebut. Berdasarkan penelitian ini, pasar online berpengaruh sebesar 47,6% terhadap peningkatan pendapatan masyarakat Kecamatan Sukamaju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Penelitian terdahulu menunjukkan bagaimana pasar online berpengaruh signifikan terhadap volume produksi, lapangan pekerjaan, penjualan, dan laba badan usaha. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat pernyataan bahwa pasar online berpengaruh signifikan terhadap pendapatan masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa Pasar Online berpengaruh positif terhadap Pendapatan masyarakat Kecamatan Sukamaju.

1. Pasar Online berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat sehingga hipotesis diterima. Dengan nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* diperoleh angka 0,476. Hal ini menunjukkan bahwa 47,6% variasi dari tinggi rendahnya pendapatan masyarakat sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

2. Berdasarkan dari hasil uji t diketahui bahwa Pasar Online berpengaruh positif terhadap pendapatan masyarakat, hal ini di buktikan dengan hasil perhitungan uji t hitung sebesar 9.336, sedangkan pada t tabel adalah 1.98552 pada taraf signifikan 5% yang berarti bahwa H_0 di terima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang di ajukan penulis adalah :

1. Bagi pemerintah setempat agar lebih menstimulus perkembangan bisnis online di Kecamatan Sukamaju. Ini bisa dilakukan dengan melakukan pelatihan secara intens terkait dengan cara melakukan bisnis online.
2. Bagi masyarakat agar mampu melihat peluang bisnis dan terus belajar untuk mengikuti perkembangan pasar online karena bisa menjadi wadah untuk meningkatkan pendapatan.

DAFTAR RUJUKAN

- Achjari, D. (2000). Potensi Manfaat Dan Problem Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15(3), 388–395. Diambil Dari [Http://Www.Amazon.Com](http://www.amazon.com)
- Aliyah, I. (2017). Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan. *Cakra Wisata*, 18(Ekonomi), 16.
- Amin, A. R. (2015). Analisis Keterlibatan Konsumen Dalam Pembelian Rumah Di Perumahan Araya-Malang. *Metode Penelitian Ilmiah*, 84, 487–492. Diambil Dari [Http://Ir.Obihiro.Ac.Jp/Dspace/Handle/10322/3933](http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933)
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas Dan Reabilitas Penelitian. In *Binus*. Diambil Dari [Www.Mitrawacanamedia.Com](http://www.mitrawacanamedia.com)
- Gulo, W. (2015). *Metodologi Penelitian*. 1–27.
- Harlan, J. (2018). Analisis Regresi Linear.

- In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 53).
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/Jebi.V3i2.182>
- Ma'arif, S. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang (Vol. 2). <https://doi.org/10.15294/Edaj.V2i2.1657>
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Mithaswari, I. A. D., & Wenagama, I. W. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Pendahuluan Sejalan Dengan Pelaksanaan Otonomi Daerah , Pemerintah Daerah Mempunyai Kewenangan Yang Lebih Luas D. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7 No.2, 294–323.
- Nasution, H. F. (2018). Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif. *Journal Of Materials Processing Technology*, 1(1), 1–8. Diambil Dari <http://dx.doi.org/10.1016/J.Cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/J.Powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/J.Ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/J.Matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/J.Matlet.2019.127252><http://dx.doi.org/10.1016/J.Matlet.2019.127252>
- Pertiwi, P. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Tenaga Kerja Di Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Priyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Situmeang, R. R. (2018). Dampak Bisnis Online Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab Di Kota Medan) Pergerakan Ilmu Pengetahuan Sangat Menentukan Berubah Atau Tidaknya Peradaban Manusia , Dimana Manusi. *AJIE-Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 03(September), 319–335.
- Sudarman, A. (2011). Teori Ekonomi Mikro 1. *Pasar Bebas*, 1(Fungsi Pasar Bebas), 1–29.
- Wibowo, E. A. (2016). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *Equilibria*, 1(1), 95–108. Diambil Dari <http://journal.unri.ac.id/index.php/Equi/Article/View/222>
- Wulandari, I. (2015). Metode Penelitian. *Penelitian*, 34–45