



Analisis Determinan yang Memengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar

Cokorda Istri Ratna Apsaridewi^{1*}, Diah Pradnyadewi T²

¹⁻²Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Indonesia

*Penulis Korespondensi: cokratna01@gmail.com

Abstract. *Merchants' income is one of the crucial indicators in measuring economic success in traditional and art shopping centers. The purpose of this study is to analyze the simultaneous and partial effects of e-payment utilization, product assortment, location, and operational hours on merchants' income at Sukawati Art Market, Gianyar Regency. This research was conducted at Sukawati Art Market with a total population of 1,069 merchants and employed a sample of 92 respondents determined using the Slovin formula. Data collection was conducted using a survey approach through observation, structured interviews utilizing questionnaires, and in-depth interviews. The collected data were then analyzed using Descriptive Statistical Analysis and Multiple Linear Regression Analysis (Semilog Model) along with the fulfillment of Classical Assumption Tests. The research results indicate that simultaneously (F-test), e-payment utilization, product assortment, location, and operational hours collectively exert a significant effect on merchants' income. Partially (t-test), the e-payment utilization variable shows a positive and significant effect, demonstrating that merchants adopting digital payment systems tend to earn approximately 4.9 percent higher income. The product assortment variable also has a positive and significant effect, where each additional type of goods increases income by 3.8 percent. The operational hour's variable shows the most dominant positive and significant impact, with every one-hour extension of operational time increasing income by 7.1 percent. Conversely, the location variable shows a negative impact of 0.2 percent but is statistically insignificant toward the merchants' income.*

Keywords: *E-Payment; Location; Merchants' Income; Operational Hours; Product Assortment.*

Abstrak. Pendapatan pedagang merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan ekonomi di kawasan pusat perbelanjaan tradisional dan seni. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-payment*, jenis barang, lokasi, dan jam operasional secara simultan maupun parsial terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar. Penelitian ini dilakukan di Pasar Seni Sukawati dengan populasi seluruh pedagang yang berjumlah 1,069 pedagang dan menggunakan sampel sebanyak 92 responden yang ditentukan melalui rumus Slovin. pengumpulan data dilakukan menggunakan pendekatan survei melalui observasi, wawancara terstruktur dengan kuesioner, serta wawancara mendalam. Data yang dikumpulkan tersebut kemudian dianalisis menggunakan Teknik Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Regresi Linear Berganda (Model Semilog) dengan pemenuhan Uji Asumsi Klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F), penggunaan *e-payment*, jenis barang, lokasi dan jam operasional secara Bersama-sama berpengaruh signifikan dan terhadap pendapatan pedagang. Secara parsial (Uji t), variabel penggunaan *e-payment* memiliki pendapatan sekitar 4,9 persen lebih tinggi. Variabel jenis barang juga berpengaruh positif dan signifikan, dengan setiap penambahan jenis barang meningkatkan pendapatan sebesar 3,8 persen. Variabel jam operasional memiliki pengaruh positif dan signifikan paling dominan, dimana setiap pertambahan satu satuan jam operasional meningkatkan pendapatan sebesar 7,1 persen. Sebaliknya, variabel lokasi berpengaruh negatif sebesar 0,2 persen, namun tidak signifikan secara statistik terhadap pendapatan pedagang.

Kata Kunci: *E-Payment; Jam Operasional; Jenis Barang; Lokasi; Pendapatan Pedagang.*

1. LATAR BELAKANG

Sektor perdagangan merupakan sektor yang memiliki peran sangat penting dalam pembangunan, selain menciptakan lapangan usaha sektor perdagangan juga memiliki peran yang penting dalam pertumbuhan dan pemerataan ekonomi serta menyajikan akses sumber daya dan pasar yang potensial (BPS, 2021). Menurut Permendag Nomor 21 Tahun 2021, Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Pasar memegang peran penting dalam

menggerakkan perekonomian masyarakat melalui perdagangan, selain menjadi tempat transaksi untuk produk-produk rakyat, pasar juga menjadi tempat bekerja yang sangat berarti bagi masyarakat (Bappelitbangda.Purwakarta, 2019).

Dalam perkembangan terkini, efektivitas pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang semakin dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen dan adopsi teknologi transaksi yang digunakan (Vn Dinh, 2024). Oleh karena itu, pemahaman mengenai peran pasar menjadi penting dalam melihat dinamika pendapatan pedagang.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern mendefinisikan pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar menawar. Karakteristik pasar pasar tersebut menjadikan pedagang memiliki fleksibilitas dalam bertransaksi, namun juga meningkatkan kerentanan terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat (Ly, 2024). Karakteristik tersebut sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan ekonomi dan aktivitas masyarakat di sekitarnya, termasuk sektor pariwisata.

Kabupaten Gianyar dikenal sebagai daerah yang memiliki keunggulan di bidang seni dan kerajinan serta menjadi pusat aktivitas seniman dan perajin di Bali. Keberlanjutan seni dan kerajinan di Gianyar tercermin pada setiap kecamatan yang memiliki karakteristik produk unggulan masing-masing, seperti Kecamatan Sukawati yang didominasi oleh kerajinan bahan kayu, tekstil, batu padas, serat dan logam (Remawa et al,2020). Kondisi ini mendorong masyarakat untuk menjadikan aktivitas seni sebagai sumber penghasilan. Produk-produk seni tersebut kemudian dipasarkan melalui pasar seni yang menjadi simpul utama interaksi antara pedagang dan wisatawan.

Pasar Seni Sukawati merupakan pasar seni dengan jumlah pedagang terbanyak dibandingkan pasar seni lainnya di Kecamatan Sukawati. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tersebut memiliki peran yang cukup besar dalam menopang aktivitas ekonomi pedagang serta menjadi pusat interaksi utama antara pedagang dengan wisatawan. Pasar Seni Sukawati merupakan salah satu objek wisata yang terletak di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar yang telah berdiri selama 3 dekade. Pasar Seni Sukawati menjadi tempat wisata favorit bagi wisatawan karena menyediakan beranekaragam Cenderamata khas Bali yang dapat dijadikan

oleh-oleh (Dwi Wahyu et.al, 2023). Pasar Seni Sukawati dikenal oleh banyak wisatawan karena menjual beranekaragam oleh-oleh khas Bali seperti kerajinan tangan, baju kaos, cenderamata, patung hingga lukisan. Hal ini menjadikan Pasar Seni Sukawati sebagai tempat favorit bagi wisatawan domestik maupun internasional untuk mendapatkan oleh-oleh khas pulau dewata (Kuntayuni et al, 2024), ketergantungan yang tinggi terhadap kunjungan wisatawan menyebabkan pendapatan pedagang menjadi sensitif terhadap perubahan kondisi pariwisata (Islomjon & Sari, 2025) tingginya ketergantungan pedagang terhadap kunjungan wisatawan menyebabkan pendapatan pedagang sangat sensitif terhadap perubahan kondisi pasar. Sensitivitas ini semakin terasa ketika terjadi perubahan struktural dalam pengelolaan pasar.

Perubahan jenis barang yang diperbolehkan, penataan ulang lokasi kios serta tuntutan penyesuaian pola aktivitas berdagang pasca revitalisasi tersebut menunjukkan bahwa pendapatan pedagang tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kunjungan wisatawan, tetapi juga sangat terkait dengan karakteristik usaha pedagang itu sendiri, khususnya jenis barang yang dijual. Pasca revitalisasi dan pembatasan jenis barang yang diperbolehkan untuk dijual, pedagang dihadapkan pada kondisi dimana mereka tidak lagi bebas menjual seluruh jenis komoditas yang sebelumnya menopang stabilitas pendapatan. Perubahan ini memunculkan persoalan adaptasi usaha, terutama bagi pedagang yang sebelumnya menjual barang dengan permintaan relatif stabil dan kini harus beralih ke produk seni atau cenderamata yang permintaannya sangat dipengaruhi oleh fluktuasi wisatawan. Ketidaksiapan modal, keterbatasan jaringan pemasok, serta kurangnya pemahaman terhadap preferensi wisatawan menyebabkan tidak semua pedagang mampu melakukan diversifikasi atau spesialisasi produk secara optimal. Safutri (2025) menemukan bahwa perbedaan jenis barang dagangan menyebabkan perbedaan signifikan dalam tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional karena jenis produk menentukan frekuensi pembelian dan nilai transaksi konsumen. Temuan serupa juga ditemukan oleh Hilmy et al. (2024) yang menyatakan bahwa jenis barang dagangan berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang, terutama Ketika produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen di lokasi tersebut. Selain itu, Hjalmarson dan Richards (2020) menjelaskan bahwa pasar yang juga berfungsi sebagai destinasi wisata menghadapi ketegangan antara kebutuhan konsumen lokal dan wisatawan, sehingga komposisi produk menjadi faktor strategis yang menentukan performa ekonomi pedagang, dengan demikian permasalahan nyata yang muncul adalah belum jelasnya sejauh mana jumlah dan ragam jenis barang yang dijual pedagang benar-benar memengaruhi pendapatan mereka setelah terjadinya perubahan struktur pasar. Namun demikian, karakteristik usaha pedagang tidak hanya ditentukan oleh jenis barang yang dijual, melainkan juga oleh faktor spasial berupa lokasi berjualan yang menentukan

tingkat visibilitas, aksesibilitas, serta peluang interaksi dengan konsumen dalam struktur pasar yang telah ditata ulang.

Lokasi berjualan bukan hanya sekedar titik fisik berdagang, melainkan faktor strategis yang menentukan tingkat eksposur terhadap arus pengunjung. Dalam struktur pasar yang telah direvitalisasi dan ditata ulang, distribusi kios tidak lagi sepenuhnya mencerminkan posisi sebelumnya, sehingga Sebagian pedagang mengalami perubahan lokasi yang berpotensi memengaruhi intensitas interaksi dengan konsumen. Permasalahan yang muncul adalah adanya perbedaan aksesibilitas antar pedagang dalam satu pasar yang sama. Pedagang yang berada di dekat pintu masuk, jalur utama sirkulasi, atau titik keramaian memiliki peluang transaksi yang lebih besar dibandingkan pedagang yang berada di bagian dalam atau sudut pasar yang kurang dilalui pengunjung. Penelitian oleh Hilmy et al. (2024) menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang karena berkaitan langsung dengan volume kunjungan konsumen yang melewati titik usaha tersebut. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Suriana & Bagiada (2025) yang menemukan bahwa akses lokasi memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang di kawasan wisata, sementara faktor lain seperti jam operasional tidak selalu signifikan. Selain itu, kajian mengenai *spatial advantage* dalam usaha kecil juga menunjukkan bahwa lokasi dengan lalu lintas tinggi memiliki korelasi langsung terhadap peningkatan peluang transaksi (Ledesma-Chaves et al. 2024). Dengan demikian permasalahan yang muncul adalah adanya kemungkinan perbedaan pendapatan yang dipicu oleh distribusi lokasi berdagang pasca revitalisasi. Selain jenis barang dan lokasi, dimensi waktu operasional juga menjadi faktor penting yang turut menentukan intensitas transaksi, terutama dalam pasar berbasis pariwisata yang memiliki pola kunjungan konsumen yang fluktuatif dan tidak merata sepanjang hari.

Jam operasional merupakan bentuk alokasi waktu kerja pedagang yang secara teoritis berkaitan dengan peluang transaksi. Namun dalam pasar yang berbasis pariwisata, pola kunjungan konsumen tidak selalu merata sepanjang hari. Wisatawan cenderung datang pada jam-jam tertentu yang bertepatan dengan jadwal tur atau waktu kunjungan wisata. Permasalahan yang muncul adalah tidak semua pedagang menyesuaikan jam operasionalnya dengan pola kunjungan tersebut. Sebagian pedagang membuka usaha lebih singkat karena keterbatasan tenaga kerja, faktor usia, atau pertimbangan biaya operasional seperti listrik dan transportasi. Di sisi lain, terdapat pedagang yang memperpanjang jam buka dengan asumsi bahwa semakin lama beroperasi maka semakin besar peluang memperoleh pendapatan. Penelitian Suryani (2022) menunjukkan bahwa lama jam kerja berpengaruh positif terhadap

pendapatan pedagang pasar pasca revitalisasi. Namun temuan tersebut tidak selalu konsisten pada berbagai konteks pasar, karena karakteristik konsumen dan pola permintaan berbeda-beda. Hilmy et al. (2024) bahkan menemukan bahwa dalam beberapa kasus, jam operasional tidak berpengaruh signifikan apabila intensitas kunjungan terkonsentrasi pada periode tertentu saja. Artinya, memperpanjang jam buka tidak otomatis meningkatkan pendapatan jika tidak diiringi dengan peningkatan arus pembeli. Pada Pasar Seni Sukawati yang sangat dipengaruhi oleh fluktuasi kunjungan wisatawan, belum terdapat kepastian empiris apakah perbedaan jam operasional antar pedagang benar-benar menciptakan perbedaan signifikan dalam pendapatan, atau justru hanya meningkatkan biaya operasional tanpa dampak signifikan terhadap hasil penjualan. Dengan demikian, perubahan jenis barang, distribusi lokasi kios, dan variasi jam operasional pasca revitalisasi menunjukkan bahwa pendapatan pedagang dipengaruhi oleh kombinasi karakteristik usaha internal yang belum sepenuhnya teruji secara empiris dalam satu kerangka analisis yang komprehensif.

Selain perubahan fisik dan tata Kelola pasar pasca revitalisasi, pedagang di Pasar Seni Sukawati juga menghadapi transformasi dalam sistem pembayaran melalui penggunaan *e-payment* seperti dompet digital, mobile banking dan sistem QR code. Perkembangan *e-payment* ini menjadi bagian dari integrasi ekonomi lokal dengan sistem keuangan modern yang lebih efisien dan transparan. Dalam konteks UMKM, adopsi penggunaan *e-payment* juga dipandang sebagai bentuk peningkatan kapabilitas teknologi yang dapat memperbaiki kinerja usaha dan daya saing (edu et al, 2024). Selain itu, literatur internasional menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi *e-payment* sangat bergantung pada literasi digital, persepsi kemudahan penggunaan serta persepsi keamanan sistem oleh pelaku usaha (Nguyen et al., 2024). Namun, beberapa penelitian menemukan hasil yang tidak sepenuhnya konsisten. Natalia & Setiawina (2024) menemukan bahwa penggunaan *e-payment* di pasar tradisional Bali berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pedagang karena mempermudah transaksi wisatawan yang tidak selalu membawa uang tunai. Akan tetapi, Usman (2025) menegaskan bahwa penggunaan aktual sistem pembayaran digital sering kali tidak sejalan dengan niat penggunaan akibat keterbatasan operasional, seperti kendala jaringan internet, biaya administrasi, dan kurangnya pemahaman teknis. Temuan ini diperkuat oleh Utari et al., (2023) yang secara spesifik mengkaji pedagang di Pasar Seni Sukawati dan menunjukkan bahwa meskipun tingkat penerimaan terhadap penggunaan *e-payment* cukup baik, intensitas penggunaannya dalam transaksi sehari-hari belum sepenuhnya dominan. Perbedaan hasil penelitian tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan empiris mengenai sejauh mana penggunaan *e-payment* benar-benar berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan pedagang, khususnya dalam pasar

berbasis pariwisata yang memiliki karakteristik konsumen yang berbeda dengan pasar tradisional pada umumnya.

Terdapat beberapa penelitian yang menganalisis pengaruh jenis barang lokasi dan jam operasional terhadap pendapatan pedagang. Penelitian yang dilakukan oleh Pande & Dewi (2020) meneliti mengenai pengaruh jam kerja, jenis dagangan, dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Desa Pakraman Padangsambian. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Pratiwi & Sutrisna (2021) meneliti mengenai pengaruh jenis barang dagangan, jam kerja dan modal usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Agung Peninjoan Kota Denpasar. Terdapat juga penelitian oleh Hilmy et al. (2024) meneliti mengenai jam operasional, lokasi, dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Kota Semarang. Namun penelitian mengenai bagaimana faktor-faktor seperti Penggunaan *e-payment*, jenis barang, lokasi dan jam operasional memengaruhi pendapatan pedagang masih sangat jarang ditemukan, khususnya pada lingkup pasar seni yang memiliki karakteristik tersendiri dalam hal barang yang dijual dan segmen konsumen. Karakteristik barang seni maupun souvenir yang diperjualbelikan di pasar seni berbeda dengan barang kebutuhan pokok, baik dari segi daya tarik produk maupun pada konsumsi konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi pendapatan pedagang di pasar seni. Penelitian ini membawa keterbaruan dengan memasukan variabel Penggunaan *e-payment* sebagai salah satu faktor yang dianalisis, Selain itu, penelitian ini juga mengkaji dampak strategis lokasi pedagang dan perubahan jam operasional pasca revitalisasi yang dapat memengaruhi interaksi pedagang dengan konsumen, terutama dalam konteks pasar seni yang memiliki jam buka berbeda dan lebih banyak melayani wisatawan.

Dengan adanya penjelasan diatas maka diketahui bahwa penelitian terkait dengan faktor-faktor seperti jenis barang, lokasi dan jam operasional yang memengaruhi pendapatan pedagang di pasar seni sudah pernah dilakukan, namun fokus pada variabel penggunaan *e-payment* sebagai faktor yang memengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini membawa keterbaruan dengan memasukan variabel penggunaan *e-payment* sebagai salah satu faktor yang diteliti, yang belum pernah dikaji sebelumnya pada penelitian yang dilakukan di Pasar Seni Sukawati. Melalui identifikasi latar belakang masalah dan *research gap* tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalam dengan judul “Analisis Determinan yang Memengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-payment*, jenis barang, lokasi, dan jam operasional terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar. Lokasi penelitian dipilih karena Pasar Seni Sukawati merupakan pusat perdagangan seni terbesar di Kecamatan Sukawati yang telah mengalami revitalisasi sehingga terjadi perubahan pada jenis barang dagangan, penataan lokasi usaha, serta pola jam operasional pedagang. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pendapatan pedagang, sedangkan variabel independennya meliputi penggunaan *e-payment*, jenis barang, lokasi, dan jam operasional. Pendapatan diukur berdasarkan total penerimaan bulanan pedagang, penggunaan *e-payment* menggunakan variabel *dummy*, jenis barang diukur berdasarkan jumlah kategori produk yang dijual, lokasi diukur melalui skala Likert, dan jam operasional diukur berdasarkan lama waktu berdagang per hari (Sugiyono, 2022).

Populasi penelitian terdiri atas 1.069 pedagang Pasar Seni Sukawati yang tersebar di Blok A, B, dan C. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10 persen sehingga diperoleh 92 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportionate stratified purposive sampling*, dengan distribusi sampel sebanyak 67 pedagang pada Blok A, 3 pedagang pada Blok B, dan 22 pedagang pada Blok C. Data yang digunakan meliputi data kuantitatif dan kualitatif yang bersumber dari data primer berupa kuesioner dan wawancara, serta data sekunder yang diperoleh dari literatur, dokumen pasar, dan data kunjungan wisatawan (Sugiyono, 2022; Nur Fadilah, 2023).

Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda model semi-log dengan persamaan $\ln Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \mu_i$ untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap pendapatan pedagang. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Selanjutnya, pengujian dilakukan melalui uji F, uji t, dan koefisien determinasi (*Adjusted R²*) untuk menilai signifikansi pengaruh variabel penelitian serta kemampuan model dalam menjelaskan variasi pendapatan pedagang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara terstruktur menggunakan kuesioner, dan wawancara mendalam. Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dengan kriteria koefisien korelasi $\geq 0,30$ dan uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan nilai $\geq 0,60$ (Sugiyono, 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Karakteristik Responden Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Responden Pedagang Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar.

No	Karakteristik Responden		Jumlah Responden	
			Orang	Presentase (%)
1	Jenis Kelamin	Perempuan	51	55,43
		Laki-laki	41	44,57
2	Usia	20-30 Tahun	32	34,78
		31-40 Tahun	21	22,83
		41-50 Tahun	20	21,74
		51-60 Tahun	16	17,39
		>60 Tahun	3	3,26
3	Pendidikan Terakhir	Sekolah Dasar (SD)	7	7,61
		Sekolah Menengah Pertama (SMP)	8	8,70
		Sekolah Menengah Atas (SMA)	58	63,04
		DIPLOMA	4	4,35
		SARJANA	15	16,30
4	Lama Usaha	1-10 Tahun	51	55,43
		11-20 Tahun	11	11,96
		21-30 Tahun	15	16,30
		>30 Tahun	15	16,30

Sumber : Data Primer, 2026 (Data Diolah).

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 51 orang (55,43%), sedangkan laki-laki berjumlah 41 orang (44,57%), yang menunjukkan bahwa aktivitas usaha di lokasi penelitian lebih banyak didominasi oleh perempuan. Dari aspek usia, sebagian besar responden berada pada kelompok usia produktif, terutama usia 20–30 tahun (34,78%), sementara dari tingkat pendidikan didominasi oleh lulusan SMA sebanyak 58 orang (63,04%), yang mengindikasikan bahwa responden memiliki modal pendidikan yang cukup untuk menjalankan usahanya. Ditinjau dari lama usaha, mayoritas responden telah menjalankan usaha selama 1–10 tahun (55,43%), disertai keberadaan pelaku usaha yang berpengalaman lebih dari 20 tahun, sehingga mencerminkan keseimbangan antara pelaku usaha baru dan usaha yang telah lama berkembang.

Deskripsi Data Terkait Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 92 pedagang di Pasar Seni Sukawati, sebagian besar responden telah menggunakan e-payment dalam aktivitas usahanya, yaitu sebanyak 55 orang (59,8%), yang menunjukkan adanya adaptasi terhadap digitalisasi transaksi dan perubahan preferensi konsumen menuju pembayaran non-tunai. Dari aspek jenis barang,

mayoritas pedagang menjual satu hingga dua jenis produk (79,3%), seperti pakaian, kerajinan tangan, aksesoris, dan oleh-oleh khas Bali, sebagai strategi untuk mempermudah pengelolaan usaha sekaligus menarik minat wisatawan. Variabel lokasi memperoleh rata-rata skor 3,45 yang mengindikasikan bahwa lokasi usaha responden dinilai cukup strategis, terutama karena dekat dengan pintu masuk pasar dan berada pada area yang ramai pengunjung. Sementara itu, sebagian besar pedagang memiliki jam operasional selama 7 jam per hari (32,6%), yang menunjukkan upaya untuk memaksimalkan peluang transaksi sesuai dengan pola kunjungan konsumen. Dari sisi pendapatan, mayoritas responden berada pada rentang Rp5.000.000–Rp5.499.999 per bulan (36,96%), yang mencerminkan bahwa aktivitas perdagangan di Pasar Seni Sukawati masih memberikan kontribusi ekonomi yang cukup baik, meskipun tingkat pendapatan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti penggunaan e-payment, variasi barang dagangan, jam operasional, jumlah kunjungan wisatawan, dan tingkat persaingan antar pedagang.

Hasil Analisis Terhadap Data Penelitian

Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Instrument penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk mengukur fenomena yang diteliti. Pada penelitian ini instrument yang digunakan adalah kuesioner. Untuk mengetahui kelayakan instrument, maka dilakukan uji validitas dan uji realibilitas.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas.

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,785	0,361	Valid
2	Pernyataan 2	0,766	0,361	Valid
3	Pernyataan 3	0,749	0,361	Valid
4	Pernyataan 4	0,695	0,361	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS 2026.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 2, seluruh butir pernyataan dalam kuesioner penelitian ini memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} (0,361). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan pada kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Realibilitas

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas.

<i>Reliability Statistic</i>	
Cronbach's Alpha	N of items
0,711	4

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan uji realibilitas pada tabel 3, seluruh butir pernyataan dalam kuesioner penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner dinyatakan realibel dan layak digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif.

	Pendapatan	Penggunaan E-Payment	Jenis Barang	Lokasi	Jam Operasional
Mean	4986086.96	.60	1.85	13.46	7.43
Maximum	6000000	1	4	18	9
Minimum	4000000	0	1	9	6
Std.Dev.	488082.043	.493	.797	2.062	1.102
Observations	92	92	92	92	92

Sumber : data primer diolah, 2026.

Berdasarkan tabel 4 dapat dijelaskan jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 92 ($N = 92$), maka interpretasi masing-masing variabel pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

Variabel Pendapatan Pedagang (Y)

Pendapatan pedagang memiliki nilai minimum sebesar Rp4.000.000 dan nilai maksimum sebesar Rp6.000.000, dengan nilai rata-rata sebesar Rp4.986,96 serta standar deviasi sebesar Rp488,082,043. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan pedagang berada pada kisaran hampir Rp5.000.000 per bulan. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa variasi pendapatan antar pedagang relatif rendah, sehingga pendapatan responden cenderung terkonsentrasi di sekitar nilai rata-ratanya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa karakteristik di sekitar nilai rata-ratanya. Kondisi ini mengidentifikasi bahwa karakteristik pendapatan pedagang dalam penelitian relatif homogen.

Variabel Penggunaan e-payment (X_1)

Penggunaan *e-payment* memiliki nilai minimum sebesar 0 dan nilai maksimum sebesar 1, dengan nilai rata-rata sebesar 0,60 serta standar deviasi sebesar 0,493. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah menggunakan *e-payment* dalam kegiatan transaksi usahanya. Nilai standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa penggunaan *e-payment* antar responden cenderung tidak terlalu beragam kondisi ini mengindikasikan bahwa penggunaan *e-payment* mulai banyak diterapkan oleh pedagang dalam mendukung aktivitas jual beli.

Variabel Jenis Barang (X₂)

Jenis barang memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 4, dengan nilai rata-rata sebesar 1,85 serta standar deviasi sebesar 0,797, nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pedagang menjual jenis barang yang berbeda pada kategori mendekati 2. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya variasi jenis barang yang dijual oleh pedagang, sehingga karakteristik usaha responden cukup beragam berdasarkan jenis dagangannya.

Variabel Lokasi (X₃)

Lokasi usaha memiliki nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 18 dengan nilai rata-rata sebesar 13,46 serta standar deviasi sebesar 2,062. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata lokasi usaha responden berada pada kategori yang cukup strategis berdasarkan skor indikator lokasi yang digunakan dalam penelitian. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya perbedaan kondisi lokasi usaha antar responden, namun variasinya tidak terlalu tinggi sehingga karakteristik lokasi usaha pedagang relatif homogen.

Variabel Jam Operasional (X₄)

Jam operasional memiliki nilai minimum sebesar 6 jam dan nilai maksimum sebesar 9 jam, dengan nilai rata-rata sebesar 7,43 jam serta standar deviasi sebesar 1,102. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang menjalankan usahanya selama 7 hingga 8 jam per hari. Nilai standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa jam operasional antar pedagang tidak memiliki perbedaan yang terlalu besar.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (Model Semilog)

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (Model Semilog).

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	14,788	0,043		340,776	<0,001
	Penggunaan E-Payment	0,049	0,012	0,243	4,249	<0,001
	Jenis Barang	0,038	0,007	0,305	5,284	<0,001
	Lokasi	-0,002	0,006	-0,020	-0,351	0,727
	Jam Operasional	0,071	0,005	0,793	13,722	<0,001

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2026.

Hasil olah data yang ditunjukkan pada tabel 5 menunjukkan persamaan regresi yang menggambarkan pengaruh penggunaan *E-Payment* (X₁), Jenis Barang (X₂), Lokasi (X₃) dan Jam Operasional (X₄) terhadap variabel terikat yaitu pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar. Adapun persamaan regresi yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\widehat{\ln(Y)} = 14,788 + 0,049 X_1 + 0,038 X_2 - 0,002 X_3 + 0,071 X_4 \dots\dots\dots (i)$$

Berdasarkan hasil estimasi regresi linear berganda dengan model semi-logaritmik, diperoleh nilai koefisien regresi yang menunjukkan arah dan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar, interpretasi atas koefisien regresi tersebut disampaikan pada uraian berikut :

Konstanta (β_0)

Nilai konstanta sebesar 14,788 menunjukkan bahwa nilai dasar $\ln$ (pendapatan) ketika variabel penggunaan *e-payment*, Jenis Barang, Lokasi dan Jam Operasional dianggap konstan. Nilai konstanta ini tidak diinterpretasikan secara ekonomis secara langsung, tetapi sebagai titik awal dalam pembentukan model regresi.

Penggunaan *E-payment* (X_1)

Koefisien regresi penggunaan *e-payment* sebesar 0,049 dan bertanda positif. Variabel ini diukur menggunakan dummy, di mana nilai 1 menunjukkan pedagang menggunakan *e-payment*. Hasil ini menunjukkan bahwa pedagang yang menggunakan *e-payment* cenderung memiliki pendapatan sekitar 4,9 persen. lebih tinggi dibandingkan pedagang yang tidak menggunakan *E-Payment*, dengan asumsi variabel lain konstan.

Jenis Barang (X_2)

Koefisien regresi jenis barang sebesar 0,038 dan bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variasi atau jenis barang yang dijual, dengan asumsi variabel lain konstan, akan meningkatkan pendapatan pedagang sekitar 3,8 persen. Dengan demikian, semakin banyak jenis barang yang dijual pedagang, maka peluang untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan pendapatan juga semakin besar.

Loksi (X_3)

Koefisien regresi lokasi sebesar -0,002 dan bertanda negatif, variabel lokasi diukur menggunakan skor faktor yang diperoleh dari beberapa indikator persepsi terkait kondisi lokasi usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan skor persepsi lokasi cenderung menurunkan pendapatan pedagang sekitar 0,2 persen, dengn asumsi variabel lain konstan. Namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik sehingga variabel lokasi belum dapat dinyatakan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Dengan demikian, lokasi bukan merupakan faktor dominan yang menentukan tinggi rendahnya pendapatan pedagang dalam penelitian ini.

Jam Operasional (X₄)

Koefisien regresi jam operasional sebesar 0,071 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan jam operasional sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lain konstan, akan meningkatkan pendapatan pedagang sebesar 7,1 persen. Dengan demikian, semakin lama pedagang beroperasi atau berjualan maka semakin besar peluang memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi linear berganda memerlukan pemenuhan beberapa asumsi agar model yang dihasilkan layak digunakan dan dapat diinterpretasikan dengan baik. Suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak melanggar asumsi klasik. Dalam penelitian ini, pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Masing-masing pengujian tersebut dijelaskan sebagai berikut.

Uji Normalitas

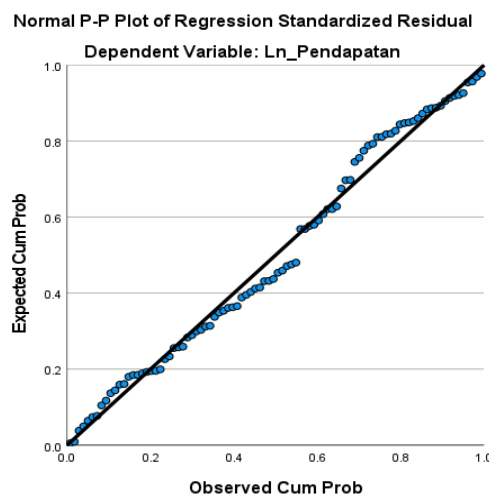
Tabel 6. Hasil Uji Normalitas.

No		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
1	N	92
2	Test Statistic	0,077
3	Asymp.Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* yang disajikan pada tabel 6 diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar daripada tingkat signifikansi 5 persen (0,05), sehingga dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, model penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 1. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.



Sumber : Hasil olah data SPSS, 2026.

Selain pengujian secara statistic, normalitas residual juga diuji secara visual menggunakan grafik *P-P Plot of regression Standardized Residual*. Berdasarkan gambar 1, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Pola sebaran ini menunjukkan bahwa residual berdistribusi mendekati normal serta tidak terdapat penyimpangan yang berarti dari garis diagonal. Dengan demikian, hasil uji visual memperkuat hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* bahwa asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas.

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Penggunaan <i>E-payment</i> (X_1)	0,957	1,045	Bebas Multikolinearitas
2	Jenis Barang (X_2)	0,943	1,060	Bebas Multikolinearitas
3	Lokasi (X_3)	0,997	1,003	Bebas Multikolinearitas
4	Jam Operasional (X_4)	0,941	1,063	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan tabel 7, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam model regresi memiliki nilai *tolerance* di atas 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) di bawah 10. Variabel penggunaan *e-payment* (X_1) memiliki nilai *tolerance* 0,957 dengan VIF sebesar 1,045. Variabel jenis barang (X_2) memiliki nilai *tolerance* 0,943 dengan nilai VIF sebesar 1,060. Variabel lokasi (X_3) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,997 dan nilai VIF sebesar 1,003. Variabel jam kerja (X_4) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,941 dan nilai VIF sebesar 1,063. Berdasarkan hasil tersebut, seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami masalah multikolinearitas. Dengan demikian, hubungan antar variabel independen tidak saling memengaruhi secara kuat dan model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

No	Variabel	Sig.	Keterangan
1	Penggunaan <i>E-payment</i> (X_1)	0,699	Bebas Heteroskedastisitas
2	Jenis Barang (X_2)	0,526	Bebas Heteroskedastisitas
3	Lokasi (X_3)	0,528	Bebas Heteroskedastisitas
4	Jam Operasional (X_4)	0,758	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil uji olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan tabel 8, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Variabel penggunaan *e-payment* (X_1) memiliki nilai signifikansi 0,699, jenis barang (X_2) sebesar 0,526, Lokasi (X_3) sebesar 0,528 dan jam operasional (X_4) sebesar 0,758. Oleh karena seluruh nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan

bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi yang digunakan memenuhi salah satu asumsi klasik dan layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Hasil Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Tabel 9. Hasil Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F).

	Model	Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	0,651	4	0,163	57,849	<0,001
	Residual	0,245	87	0,003		
	Total	0,895	91			

Sumber ; Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil uji signifikansi regresi secara simultan (Uji F) yang disajikan pada tabel 9, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 57,849, sementara itu, nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5 persen ditentukan dengan rumus $F_{(k : n-k-1)}$, sehingga diperoleh $F_{(4)(87)}$ dengan nilai F_{tabel} sebesar 2,48. Hasil pengujian menunjukkan bahwa F_{hitung} (57,849) lebih besar daripada F_{tabel} (2,48) atau nilai signifikansi sebesar <0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-payment* (X_1), jenis barang (X_2), Lokasi (X_3), dan jam operasional (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang (Y) Di Pasar Seni Sukawati. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan baik.

Hasil Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Tabel 10. Hasil Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).

No	Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.
1	Penggunaan E-Payment	0,049	4,249	<0,001
2	Jenis Barang	0,038	5,284	<0,001
3	Lokasi	-0,002	-0,351	0,727
4	Jam Operasional	0,071	13,722	<0,001

Sumber ; Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian signifikansi koefisien regresi secara parsial (Uji t) yang telah dilakukan sebagaimana disajikan pada tabel 10, interpretasi hasil pengujian dapat diuraikan sebagai berikut.

Pengaruh Penggunaan *E-Payment* (X_1) terhadap Pendapatan Pedagang (Y) di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar.

Variabel penggunaan *e-payment* (X_1) memperoleh t_{hitung} sebesar 4,249. Jika diketahui nilai t_{tabel} untuk $t_{\alpha(n-k-1)} = t_{0,05(87)} = 1,987$ maka t_{hitung} (4,249) > t_{tabel} (1,987). Nilai signifikansi penggunaan *e-payment* sebesar <0,001 lebih kecil dari α (0,05), sehingga H_0 ditolak, hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan *E-Payment* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar. Koefisien regresi variabel penggunaan *e-payment* sebesar 0,049 menunjukkan bahwa pedagang yang menggunakan *e-*

payment rata-rata memiliki pendapatan sekitar 4,9 persen lebih tinggi dibandingkan pedagang yang tidak menggunakan *e-payment*, dengan asumsi variabel lain konstan.

Pengaruh Jenis Barang (X_2) terhadap Pendapatan Pedagang (Y) di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar

Variabel Jenis Barang (X_2) memperoleh t_{hitung} sebesar 5,284. Jika diketahui nilai t_{tabel} untuk $t_{\alpha(n-k-1)} = t_{0,05(87)} = 1,987$ maka $t_{hitung} (5,284) > t_{tabel} (1,987)$. Nilai signifikansi variabel jenis barang sebesar $<0,001$ lebih kecil dari $\alpha (0,05)$, sehingga H_0 ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa jenis barang (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar. Koefisien regresi variabel jenis barang sebesar 0,038 menunjukkan bahwa setiap penambahan satu jenis barang dagangan diperkirakan meningkatkan rata-rata pendapatan pedagang sekitar 3,8 persen, dengan asumsi variabel lain konstan.

Pengaruh Lokasi (X_3) terhadap Pendapatan Pedagang (Y) di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar

Variabel lokasi (X_3) memperoleh t_{hitung} sebesar -0,351. Jika diketahui nilai t_{tabel} untuk $t_{\alpha(n-k-1)} = t_{0,05(87)} = 1,987$ maka $t_{hitung} (-0,351) < t_{tabel} (1,987)$. Nilai signifikansi variabel lokasi sebesar 0,727 lebih besar dari $\alpha (0,05)$, sehingga H_0 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa lokasi (X_3) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar. Koefisien regresi variabel lokasi sebesar -0,002 menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi berdagang menurunkan pendapatan pedagang sebesar 0,2 persen, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik dengan asumsi variabel lain konstan.

Pengaruh Jam Operasional (X_4) terhadap Pendapatan Pedagang (Y) di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar.

Variabel jam operasional (X_4) memperoleh t_{hitung} sebesar 13,722. Jika diketahui nilai t_{tabel} untuk $t_{\alpha(n-k-1)} = t_{0,05(87)} = 1,987$ maka $t_{hitung} (13,722) > t_{tabel} (1,987)$. Nilai signifikansi variabel jam operasional sebesar $<0,001$ lebih kecil dari $\alpha (0,05)$, sehingga H_0 ditolak, hasil ini menunjukkan bahwa jam operasional (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar. Koefisien regresi variabel jam operasional sebesar 0,071 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 jam operasional pedagang, akan meningkatkan pendapatan rata-rata sekitar 7,1 persen, dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil Koefisien Regresi (R^2)**Tabel 11.** Hasil Koefisien Regresi (R^2).

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,852	0,727	0,714	0,05303

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi yang disajikan pada tabel 11, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,714. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 71,4 persen variabel pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan *e-payment*, jenis barang, lokasi dan jam operasional. Sementara itu, sisanya sebesar 28,6 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model regresi yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti modal usaha, kualitas pelayanan, pengalaman usaha, strategi promosi, loyalitas pelanggan, maupun tingkat kunjungan wisatawan.

Pembahasan Hasil Penelitian**Pengaruh Penggunaan *E-payment* (X1) terhadap Pendapatan Pedagang (Y) di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan *e-payment* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,249 lebih besar dibandingkan t_{tabel} sebesar 1,987 dengan nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati, Koefisien regresi sebesar 0,049 menunjukkan bahwa pedagang yang menggunakan *E-payment* rata-rata memiliki pendapatan sekitar 4,9 persen lebih tinggi dibandingkan pedagang yang tidak menggunakan E-Payment.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori utilitas yang dikemukakan oleh Varian (2014:112) yang menyatakan bahwa kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi dapat meningkatkan utilitas atau kepuasan konsumen dalam proses pembayaran. Penggunaan *e-payment* memberikan kemudahan transaksi sehingga meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian. Ketika utilitas konsumen meningkat, maka cenderung melakukan transaksi juga meningkat, yang akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan pedagang. Selain itu penelitian ini juga relevan dengan konsep Digitalisasi Ekonomi yang menjelaskan bahwa penggunaan *e-payment* mampu meningkatkan efisiensi kegiatan ekonomi dan mempercepat proses transaksi di pasar (Ningrum et al.,2024:30-32). Penggunaan *e-payment* memungkinkan transaksi dilakukan secara lebih praktis dan fleksibel sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pedagang (Zais et al., 2025:22-23).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Elzani et al., 2025) yang menyatakan bahwa *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar tradisional. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa penggunaan *e-payment* membantu pedagang menjangkau konsumen yang terbiasa menggunakan transaksi non-tunai sehingga peluang pembelian meningkat. Selain itu, penggunaan *e-payment* juga membuat proses transaksi menjadi lebih cepat dan mengurangi hambatan pembayaran akibat keterbatasan uang tunai yang dimiliki konsumen. penelitian yang dilakukan oleh (Jiang, 2022) juga menemukan bahwa konsumen cenderung melakukan pengeluaran lebih besar Ketika menggunakan *e-payment* dibandingkan pembayaran tunai. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa penggunaan *e-payment* mengurangi “pain of paying” atau beban psikologis saat mengeluarkan uang sehingga konsumen lebih mudah melakukan pembelian impulsif dan meningkatkan nilai transaksi.

Pada penelitian ini, penggunaan *e-payment* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati. Koefisien regresi sebesar 0,049 menunjukkan bahwa pedagang yang menggunakan *e-payment* memiliki pendapatan sekitar 4,9 persen lebih tinggi dibandingkan pedagang yang tidak menggunakan *e-payment*. Meskipun besarnya pengaruh tersebut lebih kecil dibandingkan variabel jam operasional yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,071, hasil ini tetap menunjukkan bahwa *e-payment* berperan dalam meningkatkan pendapatan pedagang melalui kemudahan dan efisiensi transaksi. Dengan demikian, *e-payment* dapat dipandang sebagai faktor pendukung peningkatan pendapatan pedagang namun bukan merupakan faktor yang paling dominan dalam penelitian ini. Dalam aktivitas perdagangan di Pasar Seni Sukawati, keputusan konsumen untuk melakukan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan metode pembayaran, tetapi lebih banyak dipengaruhi oleh daya tarik produk, kemampuan pedagang dalam menawarkan barang, serta proses negosiasi harga yang terjadi antara pedagang dan pembeli. Kondisi tersebut diperkuat oleh hasil wawancara mendalam dengan salah satu pedagang di Blok C Pasar Seni Sukawati yang menyatakan bahwa

“pembayaran lewat transfer itu hanya untuk mempermudah transaksi, kalau untuk jadi beli atau tidaknya kan kembali lagi ke bagaimana kita negosiasi harga sama tamu. Kalo kita pinter narik tamu pasti tamunya ingin beli, kalo engga ya tamu pasti akan keliling ke kios dan los lain untuk membandingkan harga, atau motif barangnya”.

Wawancara mendalam tersebut menunjukkan bahwa proses negosiasi masih menjadi bagian penting dalam aktivitas perdagangan di Pasar Seni Sukawati. Konsumen umumnya mempertimbangkan harga, kualitas barang, variasi produk, serta kemampuan pedagang dalam memberikan pelayanan sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Temuan ini tidak bertentangan dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang. Sebaliknya, hasil wawancara mengindikasikan bahwa *e-payment* berperan sebagai sarana yang mendukung kelancaran transaksi setelah keputusan pembelian terbentuk. Dengan adanya *e-payment*, transaksi dapat dilakukan dengan lebih mudah, cepat dan fleksibel sehingga mampu meningkatkan kenyamanan konsumen dan mendukung peningkatan pendapatan pedagang. Namun, dibandingkan dengan variabel jam operasional yang memiliki koefisien regresi lebih besar, pengaruh *e-payment* terhadap pendapatan pedagang masih relatif lebih rendah. Oleh karena itu, peningkatan pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati tidak hanya dipengaruhi oleh penggunaan *e-payment*, tetapi juga oleh kemampuan pedagang dalam menawarkan produk, melakukan negosiasi, memberikan pelayanan yang baik, serta memanfaatkan waktu operasional secara optimal.

Pengaruh Jenis Barang (X₂) Terhadap Pendapatan Pedagang (Y) di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jenis barang memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,284 lebih besar dibandingkan t_{tabel} sebesar 1,987 dengan nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan variabel jenis barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati, Koefisien regresi sebesar 0,038 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 jenis barang dagangan diperkirakan meningkatkan rata-rata pendapatan pedagang sekitar 3,8 persen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori utilitas yang menjelaskan bahwa konsumen akan memilih kombinasi barang yang mampu memberikan kepuasan maksimal sesuai preferensi mereka (Varian, 2014). Semakin beragam jenis barang yang tersedia, maka semakin besar peluang kebutuhan dan selera konsumen dapat terpenuhi sehingga utilitas konsumen meningkat dan mendorong peningkatan pembelian. Selain itu penelitian ini juga mendukung konsep jenis barang menurut Varley (2013:5-10) yang menjelaskan bahwa *product assortment* atau variasi jenis barang merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya Tarik usaha. Pedagang yang menyediakan lebih banyak variasi barang memiliki peluang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam sehingga meningkatkan kemungkinan transaksi dan volume penjualan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Anisa, 2024) yang menemukan bahwa jenis barang dagangan berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin banyak jenis barang yang dijual, maka semakin luas segmen konsumen yang dapat dijangkau oleh pedagang. Konsumen memiliki lebih banyak pilihan barang sehingga peluang pembelian meningkat dan berdampak pada kenaikan pendapatan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi & Sutrisna, 2021) juga menjelaskan bahwa pedagang yang memiliki variasi barang lebih lengkap cenderung memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan pedagang dengan jenis barang terbatas. Keberagaman barang dagangan membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan sehingga meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian.

Pada Pasar Seni Sukawati, jenis barang memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap pendapatan pedagang yaitu sebesar 3,8 persen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberagaman jenis barang memang dapat meningkatkan peluang pendapatan pedagang, tetapi bukan menjadi faktor utama yang secara dominan menentukan besar kecilnya pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati. Dalam aktivitas perdagangan di Pasar Seni Sukawati, keputusan konsumen untuk melakukan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya jenis barang yang tersedia, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor seperti harga dan kemampuan pedagang dalam menawarkan produk. Pada Pasar Seni Sukawati, sebagian besar pedagang menjual produk yang relatif sama seperti pakaian, kain, kerajinan tangan, dan souvenir khas Bali lainnya. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat diferensiasi produk antar pedagang menjadi relatif rendah sehingga tambahan jenis barang yang dijual belum tentu memberikan peningkatan pendapatan yang besar. Dengan keadaan pasar yang memiliki banyak alternatif pilihan produk banyaknya jenis barang hanya menjadi salah satu faktor pendukung dalam menarik minat konsumen. Selain itu, tingginya persaingan antar pedagang juga menyebabkan pedagang harus lebih fleksibel dalam menentukan harga agar konsumen tidak berpindah ke kios atau los lain yang menjual barang serupa. Dengan demikian, meskipun keberagaman jenis barang dapat meningkatkan peluang transaksi, pengaruhnya terhadap pendapatan pedagang relatif terbatas karena aktivitas perdagangan di Pasar Seni Sukawati masih sangat dipengaruhi oleh persaingan harga, perilaku konsumen dan kemampuan pedagang dalam melakukan negosiasi.

Pengaruh lokasi (X3) terhadap Pendapatan Pedagang (Y) di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi usaha (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang (Y) di Pasar Seni Sukawati. Hipotesis yang menyatakan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang dalam penelitian ditolak. Hal ini berarti bahwa pendapatan pedagang tidak secara langsung dipengaruhi oleh perbedaan lokasi usaha. Dengan demikian, semakin strategis lokasi berdagang hanya menurunkan pendapatan pedagang sekitar 0,2 persen, dengan asumsi variabel lain konstan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa baik pedagang yang berada pada lokasi strategis maupun yang berada pada lokasi kurang strategis tetap memiliki peluang yang relatif sama dalam memperoleh pendapatan. Kondisi tersebut dapat dijelaskan karena karakteristik Pasar Seni Sukawati sebagai pasar wisata memiliki pola perilaku konsumen yang berbeda dibandingkan pasar tradisional pada umumnya. Konsumen atau wisatawan yang datang ke Pasar Seni Sukawati cenderung tidak hanya berbelanja pada kios yang berada di bagian depan atau lokasi utama pasar, tetapi juga berkeliling ke berbagai area pasar untuk mencari variasi barang, membandingkan harga, serta memperoleh produk yang dianggap paling sesuai dengan preferensi mereka. Akibatnya, perbedaan lokasi kios tidak terlalu menentukan keputusan pembelian konsumen. Selain itu, sebagian besar pedagang di Pasar Seni Sukawati menjual produk yang relatif serupa seperti pakaian, kerajinan, aksesoris, dan oleh-oleh khas Bali lainnya. Kondisi ini menyebabkan konsumen lebih mempertimbangkan faktor lain seperti variasi barang, kualitas produk, harga, kemampuan pedagang dalam menawarkan barang, serta kenyamanan saat bertransaksi dibandingkan hanya mempertimbangkan lokasi kios atau los. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi usaha tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati. Temuan ini mengindikasikan bahwa perbedaan lokasi kios dan los belum mampu menjelaskan perbedaan pendapatan pedagang secara statistik.

Dalam perspektif teori utilitas, perilaku konsumen sebagai individu rasional akan memilih barang atau tempat berbelanja yang mampu memberikan utilitas atau kepuasan terbesar sesuai preferensinya (Varian, 2014:63). Konsumen akan memilih barang atau tempat belanja yang memberikan utilitas terbesar berdasarkan manfaat yang diperoleh, bukan semata-mata berdasarkan posisi lokasi kios atau los. Pada Pasar Seni Sukawati, utilitas konsumen kemungkinan lebih dipengaruhi oleh keberagaman produk, harga yang kompetitif, kualitas barang, dan pengalaman berbelanja dibandingkan kemudahan akses lokasi kios dan los. Selain itu, pada Pasar Seni Sukawati, wisatawan atau konsumen rela berpindah dari satu kios ke kios

lainnya untuk memperoleh produk yang dianggap lebih sesuai dengan preferensi mereka, baik dari segi harga, kualitas, maupun keunikan barang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tambahan biaya waktu dan tenaga untuk berkeliling pasar relatif kecil dibandingkan manfaat atau kepuasan yang diperoleh konsumen dari menemukan produk yang diinginkan. Akibatnya kios dan los yang berada pada lokasi kurang strategis tetap memiliki peluang memperoleh pendapatan apabila mampu menawarkan produk yang menarik, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang baik. Oleh karena itu, lokasi usaha tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang.

Kondisi tersebut diperkuat oleh hasil wawancara mendalam dengan salah satu pedagang di Blok A, Pasar Seni Sukawati yang menyatakan bahwa :

“kalau disini sebagian besar pedagang menjual barang yang hampir sama, jadi tamu biasanya tidak langsung belanja di satu tempat saja. Tamu yang datang rombongan biasanya berkeliling terlebih dahulu sampai ke lantai atas atau ke blok lainnya untuk membandingkan barang dan harga. Jadi sekarang kita harus pintar dalam menawarkan barang dan melakukan negosiasi harga. Biasanya kami sudah menentukan harga jual tertentu, tetapi pembeli, biasanya wisatawan lokal, sering menawar dengan selisih yang cukup jauh, kalau kita terlalu kaku sewaktu negosiasi, pembeli biasanya batal membeli dan memilih berkeliling ke kios lain. Tapi kalau harga negosiasinya diterima, keuntungan yang diperoleh menjadi lebih sedikit. Misalnya, keuntungan yang seharusnya sekitar Rp10.000 per barang kadang hanya menjadi sekitar Rp5.000 sampai Rp7.000”

Hasil wawancara mendalam tersebut menjelaskan bahwa pengaruh negatif lokasi dapat disebabkan oleh tingginya tingkat persaingan pada area yang dianggap strategis. Kios dan los yang berada pada jalur utama atau area yang ramai pengunjung umumnya memiliki jumlah pedagang yang lebih banyak sehingga tingkat persaingan menjadi lebih tinggi dibandingkan area lainnya. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak pilihan untuk membandingkan produk dan harga secara langsung pada area yang sama. Akibatnya, pedagang pada lokasi strategis sering kali harus menurunkan harga atau lebih fleksibel dalam negosiasi untuk mempertahankan konsumen, sehingga peningkatan jumlah pengunjung tidak selalu diikuti dengan peningkatan pendapatan yang signifikan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Aprilio (2022) yang menemukan bahwa lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang, penelitian tersebut menjelaskan bahwa wisatawan cenderung mendatangi tempat usaha tertentu berdasarkan kebutuhan produk dan daya Tarik barang, bukan semata-mata berdasarkan posisi

lokasi usaha. Selain itu, wisatawan di kawasan wisata memiliki kecenderungan untuk berkeliling dan mengeksplorasi area wisata sehingga lokasi strategis maupun tidak strategis tidak terlalu menentukan tingkat pendapatan pedagang. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hilmi & Mulyana, 2020) yang menunjukkan bahwa motivasi utama pengunjung bergerak ke suatu area didorong oleh faktor-faktor non-geografis yang lebih kuat, seperti kualitas pelayanan nyata yang diterima oleh konsumen. Ketika daya Tarik komoditas yang ditawarkan lebih tinggi, para pelancong secara aktif akan melakukan mobilisasi penjelajahan demi memuaskan kebutuhan rekreasinya, karakteristik penjelajahan ini menyebabkan letak atau hambatan posisi fisik dari tempat usaha kehilangan pengaruh dominannya karena konsumen tetap bersedia mendatangi lokasi tersebut terlepas dari strategis atau tidaknya posisi lapak pedagang tersebut.

Pengaruh Jam Operasional (X4) terhadap Pendapatan Pedagang (Y) di Pasar Seni Sukawati, Kabupaten Gianyar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jam operasional memiliki thitung sebesar 13,722 lebih besar dibandingkan ttabel sebesar 1,987 dengan nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa jam operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati. Koefisien regresi sebesar 0,071 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 jam operasional pedagang, diperkirakan meningkatkan pendapatan pedagang rata-rata sebesar 7,1 persen .

Hasil penelitian ini sesuai dengan konsep jam operasional yang menjelaskan bahwa jam operasional berkaitan langsung dengan kesempatan pedagang dalam melayani konsumen dan melakukan transaksi (Murti et al., 2025 : 114-115). Semakin lama pedagang membuka usahanya, maka semakin besar peluang memperoleh konsumen dan meningkatkan penjualan. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori utilitas yang menjelaskan bahwa semakin luas waktu pelayanan yang tersedia, maka semakin besar kesempatan konsumen untuk melakukan pembelian sesuai preferensinya sehingga utilitas konsumen meningkat (Varian, 2014:121). Konsumen memiliki fleksibilitas waktu lebih besar untuk berbelanja sehingga peluang transaksi juga meningkat.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Pego & Dewi, 2024) yang menemukan bahwa jam operasional berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin lama waktu berdagang, maka semakin tinggi kesempatan pedagang memperoleh pembeli dan melakukan transaksi penjualan. Penelitian oleh (Oktaviani et al., 2021) juga menjelaskan bahwa intensitas aktivitas usaha dan waktu operasional memengaruhi tingkat pendapatan pedagang. Penelitian tersebut menekankan bahwa pedagang

dengan waktu operasional lebih Panjang cenderung memiliki peluang transaksi lebih besar dibandingkan pedagang yang membuka usaha dalam waktu lebih singkat.

Pada Pasar Seni Sukawati, pengaruh jam operasional sebesar 7,1 persen menunjukkan bahwa faktor jam operasional memiliki peran yang cukup penting dalam aktivitas perdagangan di Pasar Seni Sukawati, terutama karena pola kunjungan wisatawan yang tidak berlangsung secara merata pada satu waktu tertentu. Sebagian wisatawan datang pada pagi hari sebelum mengunjungi destinasi wisata lain, sedangkan sebagian lainnya datang pada siang hingga sore hari untuk melakukan aktivitas wisata belanja. Kondisi tersebut menyebabkan pedagang yang membuka kios dan los lebih lama memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau berbagai kelompok wisatawan dibandingkan pedagang yang memiliki jam operasional lebih pendek. Wisatawan yang datang ke Pasar Seni Sukawati umumnya tidak langsung melakukan pembelian setelah melihat suatu produk, tetapi terlebih dahulu berkeliling ke berbagai kios untuk membandingkan barang dan harga sebelum memutuskan membeli produk tertentu. Kondisi tersebut menyebabkan pedagang yang memiliki jam operasional lebih Panjang cenderung memiliki peluang lebih besar untuk bertemu Kembali dengan konsumen yang sebelumnya hanya melakukan survei harga atau membandingkan produk antar kios. Dengan kata lain, semakin lama pedagang membuka usahanya, maka semakin besar peluang pedagang untuk menangkap potensi transaksi dari wisatawan yang masih mempertimbangkan keputusan pembelian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel penggunaan *e-payment*, jenis barang, lokasi usaha, dan jam operasional berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama memiliki kontribusi terhadap perubahan pendapatan yang diperoleh pedagang.

Secara parsial, penggunaan *e-payment*, jenis barang, dan jam operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati. Sementara itu, variabel lokasi usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seni Sukawati.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Gede Rai Remawa, D. I. (2019). *Buku branding world craft city*. Gianyar: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar.
- Affandi, A., Setyadi, D., & Purwanto, A. (2024). Digital adoption and performance of small and medium enterprises: Evidence from developing economies. *World Development*, 176, 106512. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2024.106512>
- Agus Darma Yoga Pratama, K. N. (2024). Pemberdayaan kelompok seni lukis di Pasar Seni Sukawati, Gianyar, Bali. *Linguistic Community Service Journal*, 1–9.
- Alexander Hery, S. M. (2022). *Pengantar bisnis*. Bandung: Penerbit Yrama Widya.
- Alifiyah, P. D., & Purwanti, L. (2024). Pengaruh penggunaan marketplace dan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 3(3), 836–851. <https://doi.org/10.21776/jki.2024.03.3.19>
- Andri Wakita Aji, S. P. (2021). Pengaruh modal usaha, lokasi usaha, dan teknologi informasi terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*, 87–102. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JIAI/article/view/5067/3162>
- Sutari, T. (2016). *Service is nothing: It's about friendship*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo. https://www.google.co.id/books/edition/Service_is_Nothing/iwdGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Suyanto, & Anggreani, M. P. (2024). Pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang eceran Pasar Sederhana Teluk Dalam Kota Banjarmasin. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1), 9183–9190.
- Tsanyatul Khofifah, R. L. (2023). Pengaruh jenis barang dagangan, modal usaha dan religiusitas terhadap peningkatan pendapatan pedagang Muslim Pasar Talang Banjar Kota Jambi dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Usman, B. (2025). Digital payment adoption revisited using Theory of Planned Behavior among the young generation. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(1), 100319. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2025.100319>
- Utami, E. Y., Mu'min, H., & Zulfikri, A. (2024). Bibliometric analysis of mobile payment technology innovation. *World Science and Innovation Studies (WSIS)*, 2(04), 795. <https://doi.org/10.58812/wsis.v2i04.795>
- Utari, I. D. A. R., Utami, N. W., & Putri, I. G. A. P. D. (2023). Analisis intention of use dalam implementasi pembayaran QRIS pada pelaku usaha di Pasar Seni Sukawati. *SNESTIK: Seminar Nasional Teknik Elektro, Sistem Informasi, dan Teknik Informatika*, 1(1), 406–411. <https://doi.org/10.31284/p.snestik.2023.4085>
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate microeconomics: A modern approach* (9th ed.). W. W. Norton & Company.
- Welda, F. Y., & Marselina, A. (2023). Pengaruh modal, lokasi dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang pada Pasar Borong Kabupaten Manggarai Timur. *JRIA: Jurnal Riset Ilmu Akuntansi*, 4(2), 183–184. <https://doi.org/10.37478/jria.v4i2.3914>

Wibowo, T. S. (2022). *Mark a think*. Jejak Pustaka.

Zainul, M. (2022). *Buku manajemen operasional*. Jejak Pustaka.

Zais, M., dkk. (2025). *Ekonomi digital: Transformasi dan inovasi di era teknologi*. Bandung: PT Nawala Gama Education.