



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 6 Tahun 2024 Page 1088-1096

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Toko Pakaian Di Kecamatan Wawotobi

Radiasi Alam Kendek Membaka^{1✉}, Liswatin², Fitria³

Universitas Lakidende

Email : Radiasialam.unilaki@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang toko pakaian di Kecamatan Wawotobi. Dalam jangka panjang, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika ekonomi pedagang pakaian di wilayah tersebut dan memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang dan perkembangan sektor perdagangan lokal. Tujuan Jangka Panjang penelitian ini antara lain: Menemukan faktor-faktor utama yang secara signifikan mempengaruhi pendapatan pedagang toko pakaian. Memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pedagang toko pakaian di Kecamatan Wawotobi. Memberikan dasar empiris bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung sektor perdagangan pakaian. Target Khusus penelitian ini antara lain: Meneliti bagaimana lokasi toko pakaian mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang. Menganalisis pengaruh modal awal dan investasi berkelanjutan terhadap keberhasilan usaha. Mengidentifikasi efektivitas strategi pemasaran dan kualitas pelayanan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Mengevaluasi dampak kondisi ekonomi lokal dan kebijakan pemerintah terhadap pendapatan pedagang. Menilai tingkat persaingan di sektor perdagangan pakaian dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang. Penelitian ini akan menggunakan metode campuran (mixed methods) yang melibatkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh dan mendalam. Survei Kuantitatif dilakukan kepada sejumlah pedagang toko pakaian di Kecamatan Wawotobi untuk mengumpulkan data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan mereka. Kuesioner akan digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Wawancara Kualitatif dilakukan mendalam dengan beberapa pedagang terpilih untuk memahami secara lebih detail pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi dalam usaha mereka. Analisis Data Sekunder dengan Mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai sumber seperti laporan ekonomi lokal, data perdagangan, dan kebijakan pemerintah terkait untuk

melengkapi hasil survei dan wawancara. Rencana Kegiatan Persiapan dan Perumusan Instrumen Penelitian dimulai dengan menyusun kuesioner dan panduan wawancara serta mendapatkan izin penelitian dari pihak terkait. Selanjutnya Menganalisis data yang telah dikumpulkan menggunakan teknik statistik untuk data kuantitatif dan analisis tematik untuk data kualitatif. Penyusunan Laporan Penelitian mencakup temuan, analisis, dan rekomendasi. Diseminasi. Penelitian ini telah mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang mempengaruhi pendapatan pedagang pakaian di Kecamatan Wawotobi. Strategi pemasaran, kondisi ekonomi, dan penggunaan teknologi digital adalah faktor utama yang berkontribusi terhadap kesuksesan atau tantangan yang dihadapi oleh pedagang. Meskipun ada beberapa tantangan dalam akses pembiayaan dan adaptasi teknologi, peluang untuk meningkatkan kinerja usaha melalui inovasi pemasaran dan dukungan yang lebih baik tetap terbuka lebar. Penelitian lebih lanjut dan tindakan praktis yang ditargetkan dapat membantu memperkuat sektor perdagangan pakaian di wilayah Wawotobi.

Kata Kunci: *Analisis Pendapatan, Pedagang, Toko Pakaian*

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence the income of clothing store traders in Wawotobi District. In the long term, this study is expected to provide a comprehensive understanding of the economic dynamics of clothing traders in the region and provide strategic recommendations to improve the welfare of traders and the development of the local trade sector. The long-term objectives of this study include: Finding the main factors that significantly affect the income of clothing store traders. Providing recommendations that can be implemented to increase the income and welfare of clothing store traders in Wawotobi District. Providing an empirical basis for local governments in formulating policies that support the clothing trade sector. The specific targets of this study include: Examining how the location of clothing stores affects the level of trader income. Analyzing the effect of initial capital and ongoing investment on business success. Identifying the effectiveness of marketing strategies and service quality in attracting and retaining customers. Evaluating the impact of local economic conditions and government policies on trader income. Assessing the level of competition in the clothing trade sector and its impact on trader income. This study will use mixed methods involving quantitative and qualitative approaches to obtain a comprehensive and in-depth picture. Quantitative Survey was conducted on a number of clothing store traders in Wawotobi District to collect data on factors that influence their income. Questionnaires will be used as data collection instruments. Qualitative Interviews were conducted in depth with several selected traders to understand in more detail the experiences and challenges they face in their businesses. Secondary Data Analysis by Collecting and analyzing data from various sources such as local economic reports, trade data, and related government policies to complement the results of the survey and interviews. The Research Instrument Preparation and Formulation Activity Plan begins with compiling a questionnaire and interview guide and obtaining research permits from related parties. Furthermore, analyzing the data that has been collected using statistical techniques for quantitative data

and thematic analysis for qualitative data. Preparation of the Research Report includes findings, analysis, and recommendations. Dissemination. This study has identified several key factors that influence the income of clothing traders in Wawotobi District. Marketing strategies, economic conditions, and the use of digital technology are the main factors that contribute to the success or challenges faced by traders. Although there are some challenges in access to financing and technology adaptation, opportunities to improve business performance through marketing innovation and better support remain wide open. Further research and targeted practical actions can help strengthen the clothing trade sector in the Wawotobi area.

Keywords: *Income Analysis, Traders, Clothing Stores*

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor perdagangan, khususnya toko pakaian, di Kecamatan Wawotobi menarik perhatian peneliti karena kontribusinya yang signifikan terhadap perekonomian lokal. Kecamatan Wawotobi, sebagai bagian dari Kabupaten Konawe di Sulawesi Tenggara, telah lama dikenal sebagai pusat perdagangan yang vital. Namun, pendapatan pedagang toko pakaian di wilayah ini menunjukkan variasi yang cukup signifikan, yang mengindikasikan adanya faktor-faktor berbeda yang mempengaruhi keberhasilan mereka.

Peneliti tertarik untuk mengkaji tema ini karena adanya dugaan bahwa faktor-faktor seperti lokasi usaha, modal awal, kualitas pelayanan, strategi pemasaran, harga barang, serta loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam menentukan pendapatan pedagang. Keingintahuan ini didasari oleh bukti empiris bahwa setiap faktor tersebut, baik secara individu maupun kolektif, dapat mempengaruhi keberhasilan usaha perdagangan. Dalam konteks ekonomi mikro, berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa lokasi usaha adalah salah satu determinan utama dalam keberhasilan bisnis ritel. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan aksesibilitas pelanggan dan visibilitas toko, yang pada akhirnya berpengaruh pada tingkat pendapatan.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang toko pakaian di Wawotobi. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan dasar empiris bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung sektor perdagangan. Dalam perkembangan terkini, digitalisasi dan perubahan perilaku konsumen akibat pandemi COVID-19 juga mempengaruhi sektor perdagangan. Banyak pedagang yang harus beradaptasi dengan penggunaan platform online dan e-

commerce. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana adaptasi terhadap digitalisasi mempengaruhi pendapatan pedagang toko pakaian di Wawotobi.

Berbagai faktor seperti lokasi usaha, modal awal, kualitas pelayanan, strategi pemasaran, harga barang, kondisi ekonomi lokal, kebijakan pemerintah, tingkat persaingan, dan adaptasi terhadap teknologi digital dan tren fashion memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang toko pakaian. Penelitian ini akan menggunakan temuan-temuan tersebut sebagai landasan dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Kecamatan Wawotobi.

METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

1) Survei Kuantitatif

Kuesioner: Kuesioner disusun berdasarkan variabel-variabel yang telah diidentifikasi. Kuesioner ini dibagikan kepada sejumlah pedagang toko pakaian di Kecamatan Wawotobi untuk mengumpulkan data kuantitatif.

2) Wawancara Kuantitatif

Panduan Wawancara: Wawancara mendalam dilakukan dengan beberapa pedagang terpilih untuk mendapatkan data kualitatif. Panduan wawancara disusun untuk memastikan bahwa semua aspek penting dibahas.

3) Observasi Lapangan

Catatan Observasi: Observasi lapangan dilakukan untuk mengamati kondisi nyata di lapangan dan mencatat hal-hal yang relevan dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

1) Analisis Kuantitatif

- Regresi Linier Berganda: Teknik ini digunakan untuk menganalisis data kuantitatif dan mengidentifikasi pengaruh berbagai faktor terhadap pendapatan pedagang. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS atau Stata.
- Deskriptif Statistik: Data kuantitatif juga dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan variabel penelitian.

2) Analisis Kualitatif

- Pendekatan Tematik: Data dari wawancara dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul. Data kualitatif ini kemudian dikoding dan dianalisis untuk menemukan pola-pola yang relevan.
- Triangulasi Data: Menggunakan berbagai sumber data untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Interpretasi Temuan Kuantitatif

1) Efektivitas Strategi Pemasaran

Hasil regresi menunjukkan bahwa efektivitas strategi pemasaran adalah variabel yang signifikan dan memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap pendapatan pedagang (P-value = 0.0243249, koefisien = 0.815489).

Hal ini menunjukkan pedagang yang mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi. Strategi pemasaran yang efektif mungkin termasuk penggunaan media sosial, promosi yang menarik, serta layanan pelanggan yang baik. Tingginya adaptasi terhadap teknologi digital oleh pedagang mendukung temuan ini, di mana media sosial dan e-commerce digunakan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

2) Kondisi Ekonomi

Kondisi ekonomi lokal memiliki pengaruh signifikan namun negatif terhadap pendapatan pedagang (P-value = 0.0427245, koefisien = -0.10648).

Hal ini menunjukkan Persepsi terhadap kondisi ekonomi yang kurang baik cenderung menurunkan pendapatan. Ini menunjukkan bahwa ketika pedagang merasa kondisi ekonomi tidak mendukung, mereka mungkin lebih berhati-hati dalam berinvestasi atau melakukan ekspansi usaha, yang pada gilirannya mempengaruhi pendapatan mereka. Hal ini juga dapat dikaitkan dengan daya beli masyarakat yang mungkin menurun ketika ekonomi sedang lesu.

3) Variabel Non-Signifikan

Beberapa variabel seperti lokasi toko dan kualitas pelayanan tidak menunjukkan signifikansi statistik yang kuat dalam model regresi.

Interpretasi: Meskipun penting secara operasional, hasil ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut mungkin tidak memiliki dampak langsung yang besar terhadap

pendapatan dalam konteks ini, atau bahwa dampaknya lebih sulit untuk diukur dengan cara yang sama seperti strategi pemasaran atau persepsi ekonomi.

Interpretasi Temuan Kualitatif

1) Adaptasi terhadap Teknologi Digital

Sebagian besar pedagang melaporkan bahwa penggunaan teknologi digital telah membantu mereka dalam memasarkan produk dan menjangkau pelanggan baru.

Adaptasi terhadap teknologi ini sangat penting di tengah persaingan yang ketat, di mana pedagang yang lebih cepat beradaptasi dengan teknologi cenderung lebih berhasil dalam menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Ini mendukung temuan kuantitatif yang menyoroti pentingnya strategi pemasaran yang efektif.

2) Tantangan dalam Akses Pembiayaan

Meskipun akses pembiayaan dinilai cukup baik, beberapa pedagang masih mengalami kesulitan dalam mendapatkan modal tambahan untuk ekspansi.

Tantangan ini dapat membatasi kemampuan pedagang untuk berinvestasi dalam strategi pemasaran atau teknologi baru, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi pertumbuhan pendapatan. Ini sejalan dengan hasil kuantitatif yang menunjukkan bahwa modal awal dan akses pembiayaan memiliki pengaruh, meskipun tidak signifikan secara statistik dalam model regresi.

Implikasi Praktis

1) Fokus pada Strategi Pemasaran

Pedagang harus terus berinvestasi dalam strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan platform digital lainnya untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Pelatihan dan dukungan dalam bidang ini akan sangat membantu pedagang yang mungkin masih kesulitan memanfaatkan teknologi secara maksimal.

2) Perbaiki Akses Pembiayaan

Meskipun akses pembiayaan cukup baik, ada kebutuhan untuk memperbaiki prosedur dan memperluas dukungan finansial, terutama bagi usaha mikro yang mungkin kesulitan dalam mendapatkan modal tambahan. Program pemerintah atau inisiatif lokal untuk meningkatkan akses pembiayaan dapat membantu mengatasi hambatan ini.

3) Pemahaman Konteks Ekonomi

Pedagang harus lebih waspada terhadap kondisi ekonomi lokal dan bagaimana hal itu dapat mempengaruhi bisnis mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika ekonomi, mereka dapat membuat keputusan yang lebih bijak terkait investasi dan strategi usaha.

Pembahasan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif dan persepsi terhadap kondisi ekonomi adalah faktor kunci yang mempengaruhi pendapatan pedagang pakaian di Kecamatan Wawotobi. Sementara beberapa variabel lain seperti lokasi toko dan kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan, penting untuk mempertimbangkan konteks lokal dalam analisis ini. Temuan ini memberikan panduan praktis bagi pedagang untuk fokus pada area-area yang paling mungkin meningkatkan kinerja usaha mereka.

SIMPULAN

1) Efektivitas Strategi Pemasaran :

Strategi pemasaran terbukti menjadi faktor yang paling signifikan dalam meningkatkan pendapatan pedagang. Penggunaan teknologi digital, khususnya media sosial dan e-commerce, memainkan peran kunci dalam keberhasilan strategi pemasaran ini. Pedagang yang mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi.

2) Pengaruh Kondisi Ekonomi :

Kondisi ekonomi lokal memiliki pengaruh yang signifikan namun negatif terhadap pendapatan pedagang. Persepsi terhadap ekonomi yang buruk cenderung mengurangi pendapatan, mungkin karena penurunan daya beli masyarakat atau kehati-hatian dalam investasi usaha.

3) Penggunaan Teknologi Digital :

Tingkat adopsi teknologi digital di kalangan pedagang sangat tinggi, dan ini mendukung keberhasilan usaha mereka. Namun, adaptasi teknologi lebih cepat terjadi di kalangan pedagang muda, sementara yang lebih tua mungkin membutuhkan lebih banyak dukungan.

4) Akses Pembiayaan :

Meskipun akses pembiayaan cukup baik, beberapa pedagang masih menghadapi tantangan dalam mendapatkan modal tambahan untuk pengembangan usaha. Hal ini dapat menjadi penghambat dalam ekspansi usaha dan penerapan strategi pemasaran yang lebih agresif.

5) Variabel Non-Signifikan :

Faktor-faktor seperti lokasi toko dan kualitas pelayanan, meskipun penting dalam operasi sehari-hari, tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pendapatan dalam analisis regresi ini. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks Kecamatan Wawotobi, faktor-

faktor ini mungkin kurang berpengaruh dibandingkan strategi pemasaran dan kondisi ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, M., Mao, J., & Liu, R. (2017). Competition and innovation in the retail industry. *Journal of Retailing*, 93(3), 233-245.
- Ghosh, A., & McLafferty, S. L. (1987). *Location Strategies for Retail and Service Firms*. Lexington Books.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Kalyanaram, G., & Winer, R. S. (2016). Empirical generalizations from reference price research. *Marketing Science*, 24(3), 319-329.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2018). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Mazzarol, T., Clark, D., & Reboud, S. (2019). *The Role of Government in Supporting Small Business: The Australian Experience*. Springer.
- McKinsey & Company. (2018). *The State of Fashion*. McKinsey & Company.
- Monroe, K. B. (2010). *Pricing: Making Profitable Decisions*. McGraw-Hill.
- Nguyen, T. T., Le, T. A., & Tran, N. D. (2020). Financial constraints and firm performance: Empirical evidence from Vietnam. *Finance Research Letters*, 32, 101-108.
- Porter, M. E. (2018). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Rosmadi, M., Maulina, S., & Wijaya, T. (2018). The influence of location and product diversity on sales turnover in micro retail businesses. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(3), 185-194.
- Schmalensee, R. (1989). Inter-industry studies of structure and performance. In R. Schmalensee & R. Willig (Eds.), *Handbook of Industrial Organization* (Vol. 2). North-Holland.
- Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2004). *Consumer Behavior in Fashion*. Prentice Hall.
- Tan, Y., Pan, Y., & Lu, Y. (2019). Effects of location and agglomeration on the success of retail stores. *Journal of Business Research*, 98, 157-168.

- Wang, S., Wang, H., & Wang, L. (2017). The impact of access to finance on SME performance in China: A study of private manufacturing firms. *Journal of Small Business Management*, 55(4), 712-729.
- Weill, P., & Woerner, S. L. (2015). Thriving in an increasingly digital ecosystem. *MIT Sloan Management Review*, 56(4).