



# Mengupas Peran Daya Beli Masyarakat dan Teknologi Dalam Kebertahanan Pedagang Pasar Atjeh Shopping Center di Era Digital

Zenitha Maulida<sup>1</sup>, Nurbismi<sup>2</sup>, Ainul Ridha<sup>\*3</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang (STIES) Banda Aceh, Aceh, Indonesia

\*Corresponding author

E-mail addresses: [aynul.ridha@gmail.com](mailto:aynul.ridha@gmail.com)

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received May 31, 2025

Revised June 02, 2025

Accepted June 11, 2025

Available online June 19, 2025

### Kata Kunci:

Pedagang; Pasar; Teknologi; Daya Beli ; Kebertahanan.

### Keywords:

Traders; Market; Technology; Purchasing Power; Viability.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Sagita Akademia Maju..

## ABSTRAK

Pasar Atjeh Shopping Centre Banda Aceh adalah pasar modern yang sudah direaktualisasi sejak tahun 2013 silam. Setelah tsunami, pemerintah pusat melalui Kementerian Perdagangan memberikan bantuan dana untuk perkembangan pasar ini. Dengan anggaran mencapai milyaran rupiah, kini pasar Atjeh Shopping centre merupakan pusat perbelanjaan di Kota Banda Aceh. Hal ini tentunya memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan perekonomian masyarakat, khususnya Kota Banda Aceh. Namun ditengah gencarnya persaingan dari segi digitalisasi, pasar Atjeh yang notabene melakukan penjualan secara *offline* kini mulai meredup. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah faktor teknologi dan daya beli masyarakat mempengaruhi bertahannya pedagang Pasar Atjeh Shopping Centre Banda Aceh di era ekonomi digital. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang pedagang di Pasar Atjeh Shopping Centre. Berdasarkan hasil analisis, faktor teknologi dan daya beli masyarakat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kebertahanan para pedagang Pasar Atjeh

Shopping Centre Banda Aceh.

## ABSTRACT

Pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh is a modern market that has been re-actualized since 2013. After the tsunami disaster, the central government through the Ministry of Trade provided financial assistance for the development of this market. With a budget reaching billions of rupiah, now Pasar Atjeh Shopping Center is a shopping center in Banda Aceh City. This certainly has a positive influence on improving the economy of the community, especially Banda Aceh City. However, amidst the intense competition in terms of digitalization, Pasar Atjeh, which is known for selling *offline*, is now starting to fade. Therefore, this study was conducted to determine whether technological factors and people's purchasing power affect the survival of Pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh traders in the digital economy era. The sample in this study was 100 traders at Pasar Atjeh Shopping Center. Based on the results of the analysis, technological factors and people's purchasing power have a significant influence on the survival of Pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh traders.

## 1. PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi kondisi sosial ekonomi masyarakat terus mengalami pertumbuhan dan perubahan, baik dari pola kebutuhan, keinginan dan permintaan masyarakat. Pola perubahan tersebut dimulai dari perubahan kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Salah satu cara memenuhi kebutuhan primer, sekunder dan tersier tersebut adalah dengan tersedianya pasar sebagai tempat dan sarana pemenuhan kebutuhan tersebut.

Pasar Atjeh Shopping center merupakan pasar yang terletak di tengah kota Banda Aceh yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat. Perkembangan pasar ini cukup pesat, setelah hancur di terjang tsunami 21 tahun silam pasar ini mengalami revitalisasi infrastruktur. Hal ini diwujudkan dengan membangun Pasar Aceh lama menjadi Pasar Atjeh baru dengan dua tahap. Tahap pertama dibangun dengan sumber dana bantuan JICS, Jepang senilai 43 Miliar dan tahap kedua dibangun melalui tiga sumber pembiayaan yaitu APBN senilai Rp. 71,9 Miliar, pinjaman dari Bank Dunia 4 Miliar dan sumber APBD sebesar Rp 2,3 Miliar sehingga totalnya menjadi Rp. 120,2 Miliar (Maulida, dkk, 2023).

Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat pasar tradisional harus siap tempur dalam gempuran pasar online di era ekonomi digital, karena pola berbelanja masyarakat sudah mulai bergeser, dari yang sebelumnya berkunjung langsung pasar, kini dengan adanya kemajuan teknologi, pasar dapat dijangkau dengan hanya menggunakan alat seperti laptop atau telepon genggam. Oleh karena itu Pasar Atjeh Shopping Centre perlu mengupayakan peningkatan berbagai fasilitas dari berbagai sisi untuk dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan konsumen saat berbelanja. Bila memang diperlukan, para pedagang harus mampu beralih dari tipe pasar “offline” menjadi pasar “online”

Ditengah gempuran usaha online yang sedang merebak di era digital seperti sekarang ini, ternyata masih banyak usaha-usaha yang ada didalamnya berkembang sangat pesat, bahkan jika telah tiba hari-hari besar tertentu seperti hari raya lebaran dan akhir tahun tercatat mencapai ribuan pengunjung yang berbelanja di pasar tersebut. Namun, tak lepas dari itu banyak juga pedagang yang gulung tikar dan terpaksa menutup usahanya karena tak mampu bertahan dikala musim sepi pengunjung pasar. Identifikasi awal menyebutkan terdapat 285 dari 500 toko yang terpaksa tutup akibat lesunya perdagangan dan minimnya pembeli (sumber : M.Luthfi, Direktur Kadin Banda Aceh). Lebih lanjut lagi, kondisi perekonomian pasar sangat memprihatinkan, baik dari segi fisik bangunan maupun aktivitas perdagangan. Kadin mencatat terjadi pergeseran pola jual beli dari konvensional ke platform digital seperti tiktok live. Namun masih banyak UMKM yang belum siap bertransformasi. Hal inilah yang menjadi pokok permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini apakah daya beli masyarakat dan teknologi mempengaruhi bertahannya pedagang Pasar Atjeh Shopping Centre Banda Aceh di era ekonomi digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel daya beli masyarakat dan variabel teknologi terhadap keberlanjutan pedagang pasar Atjeh Shopping centre Banda Aceh.

## **2. METODE**

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden yang kesemuanya adalah pedagang pasar Atjeh Shopping Centre Banda Aceh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk pengambilan data dilakukan dengan *non probability sampling* menggunakan teknik *accidental sampling* dimana peneliti berusaha menarik anggota populasi berdasarkan kemudahan ditemui atau ketersediaan anggota populasi (Sugiyono, 2019:81). Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan mengalikan 5-10 dengan jumlah indikator dalam sebuah penelitian (Hair dkk 2019). Oleh karena penelitian ini memiliki 14 indikator dan

untuk memenuhi jumlah minimum teknik sampel, maka target sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah diantara 70 hingga 140 sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, melalui penyebaran kuisioner kepada pedagang pasar Atjeh Shopping Centre Banda Aceh. Operasional variabel dalam penelitian ini adalah variabel dependent adalah keberterahan pedagang (Y), variabel independent terdiri dari Daya beli masyarakat (X1), dan Teknologi (X2). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS, dan pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t (uji parsial) dan uji F (uji simultan).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Analisis

Dalam pengujian pengaruh daya beli masyarakat dan teknologi terhadap keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Centre Banda Aceh dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 1.** Analisis Data

Model	B	Std error	t	F	Sig.
Konstanta	2.683	2.760	1.393		.000
Daya Beli Masyarakat (X1)	0.331	0.143	1.679	3.930	.003
Teknologi (X2)	-0.235	0.114	1.795		.007

Berdasarkan hasil pada tabel 1 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu  $Y = 2.683 + 0,331X_1 - 0,235X_2 + e$

Dalam penelitian ini nilai konstanta sebesar 2.683 artinya bila mana daya beli masyarakat (X<sub>1</sub>) dan teknologi (X<sub>2</sub>) dianggap konstan, maka keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Centre adalah sebesar 2,683 pada satuan skala likert. Hal ini berarti keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Centre Banda Aceh cukup rendah. Artinya banyak pedagang yang tidak mampu bertahan di pasar Atjeh Shopping center Banda Aceh.

Koefesien regresi variabel daya beli masyarakat (X<sub>1</sub>) sebesar 0,331 artinya setiap 100% perubahan dalam variabel daya beli masyarakat secara relatif akan meningkatkan keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh 33,1%.

Koefesien regresi variabel teknologi (X<sub>2</sub>) sebesar -0,235 artinya setiap 100% perubahan dalam variabel teknologi akan cenderung menurunkan keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh sebesar -23,5%.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa dari kedua variabel independen yang diteliti, hanya variabel daya beli masyarakat yang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan, sedangkan variabel teknologi mempunyai pengaruh yang negatif.

Dalam penelitian ini, untuk membuktikan hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t (uji parsial) dan uji F (uji simultan).

Untuk menguji pengaruh variabel daya beli masyarakat dan teknologi secara parsial digunakan uji statistik t (uji t). Apabila nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebaliknya apabila nilai  $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$ , maka  $H_0$

diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel 1. dapat diketahui besarnya nilai  $t_{hitung}$  dari setiap variabel independen dalam penelitian ini. Nilai  $t_{hitung}$  dari setiap variabel independen akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  dengan menggunakan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil pengujian, Pengaruh variabel daya beli masyarakat ( $X_1$ ) terhadap variabel keberterahan Pedagang (Y) secara parsial didapati hasil  $t_{hitung}$  sebesar  $1,679 >$  dari  $t_{tabel}$   $1,661$ , maka keputusannya  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak. Artinya variabel daya beli masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh. Untuk pengujian hipotesis kedua yaitu Pengaruh variabel teknologi ( $X_2$ ) terhadap variabel Keberterahan Pedagang (Y) secara parsial nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,795 >$  dari  $t_{tabel}$   $1,661$ , maka keputusannya  $H_{a2}$  ditolak dan  $H_{o2}$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel teknologi berpengaruh secara signifikan terhadap keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh.

Untuk menguji pengaruh variabel daya beli masyarakat dan teknologi secara bersama-sama terhadap keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh digunakan uji F (uji simultan). Apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sebaliknya apabila nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_o$  diterima  $H_a$  ditolak. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $3,930$  dengan signifikan  $0,000$ , sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau  $\alpha = 0,05$  adalah  $3,09$ . Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , maka  $F_{hitung}$   $3,930 > F_{tabel}$   $3,09$ . Keputusannya adalah  $H_{o3}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima artinya secara serempak variabel daya beli masyarakat ( $X_1$ ), teknologi ( $X_2$ ) berpengaruh sangat nyata (*high significant*) terhadap keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh.

## **Diskusi**

Pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh merupakan pasar modern yang telah reaktualisasi sejak tahun 2013 silam. Setelah 21 tahun pasca tsunami, pemerintah pusat melalui Kementerian Perdagangan memberikan bantuan dana untuk perkembangan pasar yang luluh lantak di terjang tsunami. Dengan anggaran milyaran rupiah, kini pasar Atjeh Shopping center menjadi pusat perbelanjaan di tengah pusat kota yang menjadi target konsumen untuk membeli berbagai keperluan. Hal ini tentunya memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Aceh khususnya masyarakat Kota Banda Aceh. Ditengah gencarnya persaingan dari berbagai sisi terutama digitalisasi, hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa daya beli masyarakat tergolong masih sangat rendah yang mempunyai dampak yang cukup signifikan terhadap keberterahan para pedagang. Variabel teknologi didapati hasil bahwa mempunyai pengaruh negatif, artinya setiap perubahan yang terjadi pada variabel teknologi akan menurunkan faktor keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh artinya variabel teknologi yang cukup punya andil di era digital saat ini ternyata menjadikan pedagang tidak mampu bertahan untuk tetap berdagang di Pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh. Faktor digitalisasi saat ini menjadi faktor penentu, karena mekanisme penjualan tidak lagi *offline* namun sudah beralih ke mekanisme *online*. Para pedagang harus mampu menyesuaikan diri dengan kondisi kemajuan teknologi seperti saat ini misalnya melakukan penjualan *live* di aplikasi

atau platform *online* agar terus mampu bertahan untuk berdagang di pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh.

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dalam penelitian ini menerangkan bahwa variabel daya beli masyarakat dan teknologi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberterahan pedagang pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh baik secara parsial maupun simultan.

Saran-saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah Seyogyanya Keberadaan pedagang di Pasar Atjeh Shopping Center hendaknya di dukung dengan kebijakan pemerintah daerah khususnya Pemerintah Kota Banda Aceh baik di sektor penyediaan modal, peningkatan sarana dan prasarana, retribusi yang tidak memberatkan, bantuan promosi yang gencar serta pelatihan digitalisasi yang cukup.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Maulida, Zenitha, Dewi Rosa Indah, Ferdi Nazirun Sejabat. (2015). Analysis On The Impact of The Development of Lamphuuk Beach As a Tourism Location In Aceh Against Business Doers' Welfare and Society Around The Beach After 10 Years of the Tsunami. *JASR*, 5 (7), 349-356. <https://doi.org/10.18488/journal.2/2015.5.7/2.7.349.356>
- Maulida, Zenitha, Dewi Rosa Indah, T.Andi Roza. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberterahan Pedagang Pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh di Era Ekonomi Digital. *Jurnal SiMen*, 5 (7). <https://jurnal.stiesabang.ac.id>
- Maulida, Zenitha, Dewi Rosa Indah. (2018). Analysis of Factors Influencing The Existence of Culinary Vendors on The Beach Area After 13 Years of Tsunami (Study case : Lampuuk Beach, Aceh), *Economic and Accounting Journal*, Unpam, 1(2), 129-137. <https://doi.org/10.32493/eaj.v1i2.y2018.p129-137>
- Mustika, Made Dwi Setyadhi dan Apriliani, Putu Desy, (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberterahan Pedagang Kuliner Tradisional di Kabupaten Klungkung. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 6(2), 119-127. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/744>
- Sugiyono.(2019), *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.