Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan (JUMBIKU)
Volume. 5 Nomor. 1 April 2025
e-ISSN: 2827-8666; p-ISSN: 2827-8682, Hal. 161-175
DOI: https://doi.org/10.55606/jumbiku.v5i1.5255
Available online at: https://journalshub.org/index.php/JUMBIKU

Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Digital dan Keputusan Pembelian terhadap Pendapatan Pelaku Usaha di Kota Bukittinggi
(Studi Kasus: Pedagang kaki Lima di Lapangan Wirabraja Kota Bukittinggi)

Nadia Ali Putri[1], Andis Febrian[2]
[1,2] Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia
[1]*E-mail: nadiaaliputri20@gmail.com* , [2]*E-mail: andisfebrian@uinbukittinggi.ac.id*

Alamat: Jl. Gurun Aua, Kubang Putiah, Kec. Banuhampu, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26181
Korespondensi penulis: nadiaaliputri20@gmail.com

Abstract*. The goal of this research is to find out how much money the street sellers at Wirabraja Field make from people's choices to utilise digital apps while making purchases. This research surveyed thirty street sellers from Wirabraja Field in Bukittingii City. The researchers in this study used a method called complete sampling to choose their samples from the whole population. This study's data analysis method relied on multiple regression analysis, executed using the SPSS 25 statistical programme. Research and hypothesis testing have shown that business actors at street vendors in Wirabraja Square, Bukittinggi City, see a favourable and statistically significant increase in their revenue when they utilise digital apps. In Wirabraja Square, Bukittinggi City, the revenue of street sellers is positively and significantly impacted by consumer purchasing choices. The revenue of business players in Wirabraja Square, Bukittinggi City, is positively and significantly impacted by the usage of digital apps and purchase choices. Business actor income (Y) is reliant on two independent variables, use of digital applications (X1) and purchasing decisions (X2), which together account for 0.416, or 41.6% of the total. Entrepreneurial literacy, financial literacy, and other factors not included in this research account for the remaining 0.584, or 58.4%.*

Keywords*: business income, digital applications, purchasing decisions*

Abstrak. Tujuan dari kajian ini ialah guna mengetahui berapa banyak uang yang dihasilkan oleh pedagang kaki lima di Lapangan Wirabraja dari pilihan masyarakat guna memanfaatkan aplikasi digital saat melakukan pembelian. Kajian ini mensurvei tiga puluh pedagang kaki lima di Lapangan Wirabraja di Kota Bukittinggi. Para peneliti dalam kajian ini menggunakan metode yang disebut dengan complete sampling guna memilih sampel dari keseluruhan populasi. Metode analisis data kajian ini mengandalkan analisis berganda, yang dijalankan menggunakan program statistik SPSS 25. Hasil kajian dan pengujian hipotesis mengindikasikan kalau para pelaku usaha di pedagang kaki lima di Alun-alun Wirabraja, Kota Bukittinggi, mengalami peningkatan yang baik dan signifikan secara statistik dalam hal pendapatan mereka ketika mereka menggunakan aplikasi digital. Di Alun-alun Wirabraja, Kota Bukittinggi, pendapatan pedagang kaki lima dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pilihan pembelian konsumen. Pendapatan pelaku usaha di Alun-alun Wirabraja, Kota Bukittinggi, dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh penggunaan aplikasi digital dan pilihan pembelian. Pendapatan pelaku usaha (Y) bergantung pada dua variabel independen, penggunaan aplikasi digital (X1) dan keputusan pembelian (X2), yang secara bersama-sama menyumbang 0,416 atau 41,6% dari total. Literasi kewirausahaan, literasi keuangan, dan faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam kajian ini menyumbang 0,584 atau 58,4% sisanya.

Kata kunci : pendapatan usaha, aplikasi digital, keputusan pembelian

1. LATAR BELAKANG

Pedagang kaki lima merupakan wirausahawan yang menjalankan kegiatan jual-beli menggunakan sarana yang dapat dipindahkan maupun tidak, mencakup lahan, gedung pemerintahan, properti individu, prasarana masyarakat, fasilitas publik, serta bangunan umum yang sifatnya temporer. Mereka termasuk dalam kelompok pedagang informal yang menunjukkan semangat kewirausahaan tinggi meski dengan sistem perdagangan yang

Received: Maret 20, 2025; Revised: April 13, 2025; Accepted: April 29, 2025;
Published: April 30, 2025;

kompleks. Meskipun beroperasi di ranah informal, kontribusi para penjual jalanan ini sangat signifikan bagi perkembangan ekonomi, baik di tingkat daerah maupun wilayah.

Syarif (2018) menegaskan kalau PKL telah meningkatkan pendapatan daerah, mengurangi pengangguran, dan mempermudah masyarakat guna menbisakan barang kebutuhan sehari-hari, yang kesemuanya telah memberikan manfaat bagi perekonomian. Penjelasan lain mengenai keberadaan PKL, menurut Rafika (2019), ialah kalau beberapa individu beralih ke sektor informal guna memenuhi kebutuhan hidup mereka karena tidak ada cukup banyak kesempatan kerja di sektor resmi. Keberhasilan pedagang kaki lima dalam menjual barang dagangannya guna meningkatkan pendapatan mereka tidak bisa dipisahkan dari pentingnya keterlibatan mereka di berbagai sektor ekonomi.

Karena ialah hal yang wajar bagi para pebisnis guna ingin mengetahui keuntungan dan kerugian mereka, pendapatan ialah komponen penting dalam perdagangan. (Nurlaila, 2017) Pendapatan ialah hasil kerja bisnis dalam bentuk uang tunai atau produk dari sektor-sektor yang telah dioperasikan selama jangka waktu tertentu. Dalam ilmu ekonomi, pendapatan digambarkan sebagai hasil, yang dinyatakan dalam bentuk moneter atau istilah berwujud lainnya, yang diperoleh dengan menggunakan sumber daya, modal, tenaga kerja, aset, dan pengalaman.

Semakin banyak manufaktur yang dipasarkan, semakin banyak uang yang dihasilkan, menurut Soeharjo dan Patongh, yang menyatakan kalau ada korelasi positif antara keduanya. Pengeluaran, produksi, dan pendapatan ialah tiga metode yang digunakan guna menghitung pendapatan.

Lokasi usaha dan penjualan produk ialah dua faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima. Menurut samuelson penjualan ialah gerakan guna mencari pembeli, merencanakan kegiatan promosi, dan memotivasi konsumen agar segera melakukan transaksi sesuai harga yang ditentukan. Penjualan mempengaruhi pendapatan di salah satu pedagang kaki lima di lapangan Wirabraja sehingga hasil penjualan meningkat setiap tahunya. Salah satu factor yang mempengaruhi pendapatan yaitu aplikasi digital. Aplikasi digital ialah alat yang dirancang guna melakukan suatu kegiatan, dimana saja dan kapan saja dan bisa menjadi tempat melohat sebuah informasi. Manfaat lain dari aplikasi bisa mempermudah proses pemasaran bagi pelaku usaha yang menggunakan aplikasi tersebut, dan mereka juga mudah menampilkan promosi atas daganganya. Di wilayah Lapangan Wirabraja salah satu pelaku usaha makanan Ej Food&Drink merasakan pengaruh dari aplikasi digital yang digunakan. Biasanya omset sebelum menggunakan aplikasi kurang lebih 7/9 Juta perbulan, setelah menggunakan aplikasi omset penjualan meningkat 31%.

Salah satu sumber pendapatan masyarakat Bukittinggi ialah dengan menjadi pelaku usaha seperti di bidang makanan dan kerajinan. Di kota Bukittinggi ada banyak ragam jenis makanan yang bisa dipilih atau dinikmati, ditambah dengan icon Bukittinggi ialah sebuah kota wisata yang membuat banyak pengujung datang dari berbagai mancanegara guna berbelanja. Hal ini sangat membantu pertumbuhan para pedagang kaki lima yang ada di Bukittinggi. Akan tetapi tidak semua pedagang kaki lima yang ada di sekitar lapangan Wirabraja kota Bukittinggi menggunakan aplikasi. Karena ada beberapa dari pedagang yang tidak memakai aplikasi digital sehingga ada beberapa peminat yang ingin belanja makanan secara online tidak bisa membeli lewat aplikasi dan harus datang langsung ke outlet.

Disini kita lihat pendapatan pedagang kaki lima Lapangan Wirabraja di kota Bukittinggi dalam 3 bulan terakhir yaitu:

Tabel 1 Data pendapatan Pedagang kaki Lima dari Bulan April-Juni 2024 di lapangan Wirabraja Bukittinggi

No	Nama UMKM	April	Mei	Juni	
1	Idola Jus	9.500.000	9.900.000	10.100.000	6%
2	EJ Food and Drink	12.000.000	14.250.000	15.750.000	31%
3	Nasi Goreng	22.000.000	25.025.000	25.100.000	14%
4	Sate Madura	18.000.000	21.000.000	23.000.000	28%
5	Bubur Ayam Ojolali	3.200.000	3.500.000	4.000.000	25%
6	Bakso	19.300.000	20.200.000	20.250.000	5%
7	Pecel Ayam dan Lele	19.200.000	20.000.000	20.000.000	4%
8	Kriuk Nyam-Nyam	10.000.000	12.025.000	12.075.000	21%
9	Martabak	2.000.000	2.200.000	2.100.000	5%
10	Kebab & Burger	5.900.000	5.900.000	6.025.000	2%
11	Sate Slamet	17.500.000	20.250.000	22.250.000	27%
12	Jus Buah	3.000.000	3.050.000	3.100.000	3%
13	Ubi Cilembu	2.000.000	2.020.000	2.050.000	3%
14	Ayam Penyet Lado Hijau	5.050.000	5.100.000	5.150.000	2%

Sumber: data hasil wawancara pedagang kaki lima di Lapangan Wirabraja

Dari data diatas dapat dilihat idola jus pada bulan April-Juni dengan hasil pendapatan secara manual atau biasa kurang lebih 9 juta perbulan mengalami peningkatan pendapatan sebanyak 6%, Ej Food&Drink dengan pendapatan biasa kurang lebih 9/10 jutaan perbulan mengalami peningkatan yang cukup tinggi sebanyak 31%, nasi goreng dengan penghasilan biasa kurang lebih 20 jutaan perbulan dengan aplikasi mengalami kenaikan 14%, sate madura dengan penghsilan biasa kurang lebih 17 jutaan perbulan kini mengalami kenaikan 28%, bubur ayam ojolali 25%, bakso cuanki 5%, pecel ayam dan lele 4%, kriuk nyam-nyam 21%, martabak

5%, kebab&burger 2%, sate slamet 27%, jus buah 3%, ubi cilembu 3%, ayam penyet lado hijau 3%. Dari data diatas bisa disimpulkan ada beberapa pelaku usaha setelah memakai aplikasi gofood dalam 3 bulan terakhir merasakan kenaikan pendapatan dan ada pula dari beberapa pelaku usaha yang sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi tidak terlalu mengalami peningkatan pendapatan. Bukan hanya sebagai tempat guna memesan makanan, aplikasi ini juga digunakan oleh para konsumen sebagai tempat informasi guna melihat rating dari produk yang akan dibeli sehingga itu akan menarik perhatian konsumen agar berbelanja baik online ataupun langsung ke outlet dan mengambil keputusan pembelian barang.

Keputusan pembelian, menurut pendapat Kotler, ialah titik di mana pelanggan telah memutuskan suatu tindakan dan siap membayar atau menukarkan uang dengan hak guna memiliki dan menggunakan suatu barang atau jasa.

Aspek sosial (kelompok, keluarga, peran, dan status), pribadi (gaya hidup, pekerjaan, dan kepribadian), dan budaya (setiap periode memiliki budayanya masing-masing) ialah beberapa variabel yang mempengaruhi pilihan pembelian (Puspita, 2022). Sebagai contoh, di masa lalu, konsumen harus pergi ke toko baru guna memutuskan apa yang akan dibeli. Namun, saat ini, mereka bisa berbelanja dari kenyamanan rumah mereka sendiri berkat aplikasi digital. Pilihan pembelian dipengaruhi oleh sejumlah variabel, termasuk.

Berdasar latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik guna melakukan kajian yang berjudul "Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Digital dan Minat Konsumen Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Kota Bukittinggi (studi kasus pada Pedagang Kaki Lima di Lapangan Wirabraja Kota Bukittinggi)" guna meneliti bagaimana aplikasi digital dan pilihan konsumen mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima.

2. METODE PENELITIAN

Kajian ini menggabungkan kajian kuantitatif, yang ialah metode guna membisakan pengetahuan yang menggunakan data numerik sebagai sarana guna mempelajari lebih lanjut tentang subjek yang diminati. Guna meneliti sifat hubungan antar variabel, metode kuantitatif menerapkan teori objektif. Pemilihan semacam ini mencoba guna menguji sebuah teori atau hipotesis yang memberikan penjelasan atas efek atau fenomena sosial yang terjadi. Mengetahui apakah teori atau hipotesis tersebut didukung oleh data empiris atau kenyataan ialah tujuan dari pengujian tersebut.

Tiga puluh pedagang kaki lima di Lapangan Wirabraja Kota Bukittingi menjadi partisipan dalam kajian ini. Dalam kajian ini, metode pemilihan sampel yang digunakan ialah complete sampling, yaitu memberikan kesempatan kepada setiap anggota populasi guna

menjadi sampel. Dengan menggunakan program statistik, analisis regresi berganda ialah metode analisis data yang digunakan pada kajian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Kajian

1. Uji Validitas

Hasil dari pengolahan data pada variabel Pendapatan Pelaku Usaha (Y), Penggunaan Aplikasi Digital (X_1), dan Keputusan Pembelian (X_2) bisa diperoleh hasil yang terlihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Pendapatan Pelaku Usaha (Y), Penggunaan Aplikasi Digital (X_1), dan Keputusan Pembelian (X_2)

Variabel Kajian	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pendapatan Pelaku Usaha	Y1.1	0,35	0,3	Valid
	Y1.2	0,651	0,3	Valid
	Y1.3	0,674	0,3	Valid
	Y1.4	0,628	0,3	Valid
	Y1.5	0,446	0,3	Valid
	Y1.6	0,605	0,3	Valid
	Y1.7	0,527	0,3	Valid
Penggunaan Aplikasi Digital	X1.1	0,911	0,3	Valid
	X1.2	0,975	0,3	Valid
	X1.3	0,973	0,3	Valid
	X1.4	0,939	0,3	Valid
	X1.5	0,961	0,3	Valid
Keputusan Pembelian	X2.1	0,499	0,3	Valid
	X2.2	0,602	0,3	Valid
	X2.3	0,547	0,3	Valid
	X2.4	0,38	0,3	Valid
	X2.5	0,652	0,3	Valid

Sumber : Data dari Aplikasi SPSS 25

Berdasar analisis pada tabel 2, seluruh indikator dari variabel Pendapatan Pelaku Usaha (Y), Penggunaan Aplikasi Digital (X1), dan Keputusan Pembelian (X2) menunjukkan hasil yang valid. Validitas ini dibuktikan dengan nilai rhitung yang melebihi nilai rtabel pada Product moment. Dengan derajat kebebasan (df) sebesar 30 dan tingkat signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh nilai perbandingan sebesar 0,3.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3 menampilkan temuan uji reliabilitas variabel-variabel ini sebagai berikut:

Tabel 3. Reliabilitas Variabel Penggunaan Aplikasi Digital (X_1), Keputusan Pembelian (X_2) dan Pendapatan Pelaku Usaha (Y)

No	Variabel	*Cronbach's Alpha*	*Cut Off*	Keputusan
1	Pendapatan Pelaku Usaha	0,770	0,6	Reliabel
2	Penggunaan Aplikasi Digital	0,984	0,6	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0,759	0,6	Reliabel

Seperti yang bisa dilihat dari tabel 3, semua instrumen berdasar analisis reliabilitas variabel kajian memiliki nilai Cronbach's alpha di atas 0,60, yang mengindikasikan kalau semua variabel bisa dipercaya.

Uji Aumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam kajian ini, normal probability plot digunakan guna menilai normalitas data. Jika grafik mengindikasikan garis lurus diagonal, maka data bisa dikatakan terdistribusi secara normal. Berikut ini ialah hasil temuan analisis dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 25:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (K-S Test)

Statistik	RES_2
N	30
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,084[c]

Bisa disimpulkan dari nilai K-S pada Tabel 4 sebesar 0,150 (sig 0,084) guna semua variabel di atas 0,05 kalau variabel Penggunaan Aplikasi Digital dan Keputusan Pembelian terhadap Pendapatan Pelaku Usaha secara statistik berdistribusi normal dan cocok digunakan sebagai data kajian.

2. Uji Multikolinearitas

Indikasi terjadinya multikolinieritas dapat dideteksi melalui pengamatan terhadap nilai VIF dan tolerance. Suatu model dikatakan mengalami multikolinieritas apabila memiliki angka tolerance di bawah 0,1 atau nilai VIF yang melampaui 10. Sebaliknya, model dinyatakan bebas dari gejala multikolinieritas ketika nilai tolerance berada di atas 0,1 dan VIF tidak melebihi angka 10. Tabel 5 di bawah ini menampilkan temuan dari uji multikolinearitas yang dilakukan guna kajian ini:

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Model	*Collinearity Statistics*		Keterangan
	Tolerance	***VIF***	
Penggunaan Aplikasi Digital	0,937 > 0,1	1,068 < 10	Tidak Terjadi Gejala Multikolonearitas
Keputusan Pembelian	0,937 > 0,1	1,068 < 10	Tidak Terjadi Gejala Multikolonearitas

Tabel 5 di atas mengindikasikan kalau nilai VIF kurang dari 10, yang mengindikasikan kalau tidak ada masalah multikolinieritas pada model regresi ini. Nilai VIF dari Penggunaan Aplikasi Digital ialah 4,141 < 10 dengan toleransi 0,242 >. Dengan tolerance sebesar 0,245 >,

maka nilai VIF variabel Keputusan Pembelian sebesar 4,085 0.1. Selain itu, VIF Lingkungan Kerja memiliki tolerance sebesar 0,231 > 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Guna memastikan apakah varians dari residual absolut sama atau tidak guna setiap pengamatan, maka digunakan uji asumsi heterokedasitas. Dengan menggunakan SPSS Versi 25, peneliti melakukan uji heterokedasitas. Berikut hasil penjabarannya:

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedasitas

Variabel	Signifikansi	Kesimpulan
Penggunaan Aplikasi Digital	0,123 > 0,05	Tidak Terjadi Heterokedasitas
Keputusan Pembelian	0,669 > 0,05	Tidak Terjadi Heterokedasitas

Analisis regresi bisa dilakukan karena hasil uji heterokedasitas di atas mengindikasikan kalau tidak ada satupun variabel independen di atas yang mengindikasikan adanya heterokedasitas.

Hasil Analisis Berganda

Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak dari dua variabel, yaitu penggunaan aplikasi digital (X1) dan keputusan pembelian (X2), terhadap pendapatan (Y) yang diperoleh penjual jalanan di kawasan Alun-alun Wirabraja Bukittinggi. Hasil pengujian data menggunakan metode Regresi Berganda untuk ketiga variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Analisis Regresi Berganda

	Model	***Unstandardized Coefficients***		***Standardized Coefficients***	***T***	***Sig.***
		B	***Std. Error***	***Beta***		
1	*(Constant)*	15,038	5,574		2,698	0,012
	Penggunaan Aplikasi Digital	0,208	0,095	0,334	2,197	0,037
	Keputusan Pembelian	0,848	0,272	0,474	3,118	0,004

Tabel 6 di atas menggambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 15{,}038 + 0{,}208\ (X_1) + 0{,}848\ (X_2) + e}$$

Interprestasi berdasar persamaan tersebut bisa diartikan sebagai berikut :

1) Ketika Penggunaan Aplikasi Digital dan Keputusan Pembelian bernilai nol atau tidak ada, maka Pendapatan Pelaku Usaha berada pada nilai konstanta sebesar 15038 satuan, yang ditunjukkan oleh konstanta sebesar 15,038.

2) Dengan asumsi Keputusan Pembelian diabaikan atau bernilai 0 (nol), maka kenaikan satu satuan pada Penggunaan Aplikasi Digital akan mengakibatkan kenaikan Pendapatan Pelaku Usaha sebesar 0,208, sesuai dengan koefisien regresi variabel Penggunaan Aplikasi Digital.
3) Koefisien regresi variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,848, artinya Pendapatan Pelaku Usaha akan naik sebesar 0,848 satuan guna setiap kenaikan satu satuan pada Keputusan Pembelian, dengan catatan Penggunaan Aplikasi Digital diabaikan atau sama dengan nol.

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilaksanakan untuk menganalisis signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan jumlah responden (n) sebanyak 30 orang dan variabel bebas (k) berjumlah 2, perhitungan derajat kebebasan (df) menggunakan rumus n-k-1 menghasilkan nilai 27, sehingga diperoleh t-tabel sebesar 1,703. Tabel 7 di atas mengindikasikan interpretasi sebagai berikut:

a. Pengaruh Aplikasi Digital terhadap Pendapatan Pelaku Usaha

   Bisa disimpulkan kalau H1 diterima berdasar tabel di atas, yang mengindikasikan kalau variabel Penggunaan Aplikasi Digital (X1) berpengaruh positif signifikan dan parsial terhadap Pendapatan Pelaku Usaha (Y) dengan nilai thitung 2,197 > ttabel 1,703 dan nilai signifikan 0,037 < 0,05..

b. Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Pendapatan Pelaku Usaha

   Bisa disimpulkan kalau H2 diterima berdasar tabel di atas yang mengindikasikan kalau variabel Keputusan Pembelian (X2) memiliki pengaruh positif secara signifikan dan parsial terhadap Pendapatan Pelaku Usaha (Y) dengan nilai thitung sebesar 3,118 > ttabel 1,703 dan nilai signifikan 0,004 < 0,05.

2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dua variabel bebas, yaitu Penggunaan Aplikasi Digital dan Keputusan Pembelian, terhadap variabel terikat. Dalam analisis ini, digunakan tingkat kepercayaan 95% dengan alpha 5% atau 0,05 pada pengujian dua arah. Perhitungan derajat kebebasan meliputi df 1 yang dihitung dari jumlah variabel dikurangi 1 (3-1=2), serta df 3 yang diperoleh dari n-k-1 (30-2-1=27). Berdasar perhitungan tersebut, didapatkan nilai F sebesar 3,3. Hasilnya bisa dilihat pada tabel.

Tabel 8. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	232,943	2	116,472	9,606	0,001[b]
	Residual	327,357	27	12,124		
	Total	560,300	29			

Berdasar hasil analisis pada tabel 8, terlihat bahwa nilai Fhitung mencapai 9,606, melebihi nilai Ftabel yang sebesar 3,35, dengan tingkat signifikansi 0,001 yang berada di bawah 0,05. Data ini mendukung penerimaan hipotesis ketiga (H3), yang menunjukkan adanya pengaruh simultan yang positif dan bermakna dari variabel Penggunaan Aplikasi Digital (X1) dan Keputusan Pembelian (X2) terhadap Pendapatan Pelaku Usaha (Y).

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel berikut menjelaskan bagaimana variabel independen-Penggunaan Aplikasi Digital (X1) dan Keputusan Pembelian (X2)-mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha (Y) dalam bentuk persentase. Hal ini dilakukan dengan menganalisis koefisien determinasi dalam regresi linier berganda:

Tabel 9. Hasil Pengujian Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,645[a]	0,416	0,372	3,48200

Nilai R square pada Tabel 9 sebesar 0,416 atau 41,6% mengindikasikan kalau variabel independen Keputusan Pembelian (X2) dan Penggunaan Aplikasi Digital (X1) memberikan kontribusi sebesar 41,6% (41,6%) terhadap variabel dependen Pendapatan Pelaku Usaha (Y). Namun, sisanya sebesar 0,584 atau 58,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam kajian ini, seperti literasi keuangan dan literasi kewirausahaan.

Pembahasan

1. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha

Penggunaan Aplikasi Digital (X_1) berdampak baik dan signifikan pada pendapatan pelaku usaha (Y). Hasil menunjukan kalau penggunaan aplikasi digital mempengaruhi tingkat pendapatan pelaku usaha. Berdasar hasil pengujian deskriptif mengindikasikan kalau penggunaan aplikasi digital pada kalangan PKL sudah merata. Akan tetapi pendapatan mayoritas PKL di Lapangan Wirabraja Kota Bukittinggi masih rendah. Hal ini dibuktikan

dengan nilai kategorisasi dimana 43% responden diindikasikan memiliki pendapatan yang rendah. Hal ini memberikan gambaran kalau penggunaan aplikasi digital oleh pedagang kaki lima belum secara langsung mampu meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Faktor lain yang mungkin memengaruhi rendahnya pendapatan ini ialah daya beli masyarakat, tingkat persaingan, strategi pemasaran yang belum optimal, atau keterbatasan dalam memanfaatkan fitur-fitur aplikasi digital secara maksimal. Dengan kata lain, meskipun adopsi aplikasi digital sudah merata, dampaknya terhadap pendapatan masih memerlukan evaluasi lebih lanjut, termasuk peninjauan terhadap faktor-faktor pendukung dan penghambat yang ada (Fitriani, 2020).

Dalam kajian ini, ditemukan kalau penggunaan aplikasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan pedagang kaki lima (PKL). Melalui platform digital, seperti e-commerce atau layanan pesan-antar makanan, PKL bisa menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas pada lokasi fisik. Hal ini memungkinkan mereka guna meningkatkan frekuensi transaksi dan menarik pelanggan baru dengan memanfaatkan fitur promosi yang disediakan oleh aplikasi. Selain itu, aplikasi digital juga membantu meningkatkan efisiensi operasional dengan menyediakan fitur pengelolaan bisnis, seperti pencatatan transaksi, analisis penjualan, dan manajemen stok. Dampak positif lainnya ialah peluang guna diversifikasi pendapatan melalui program loyalitas, promosi berbayar, atau kemitraan strategis yang tersedia di aplikasi. Dengan hadirnya ekosistem digital, PKL memiliki kesempatan bersaing yang lebih adil dengan pelaku usaha besar, sehingga pendapatan mereka bisa menjadi lebih stabil. Namun demikian, tantangan seperti biaya komisi aplikasi, kebutuhan guna beradaptasi dengan teknologi baru, dan pengelolaan margin keuntungan tetap menjadi perhatian yang harus diatasi. Secara keseluruhan, penggunaan aplikasi digital membawa dampak positif terhadap pendapatan PKL, dengan catatan kalau pelaku usaha perlu memahami dan memanfaatkan teknologi ini secara efektif. Dukungan berupa pelatihan digital dan akses terhadap teknologi yang terjangkau menjadi faktor penting guna memaksimalkan manfaat yang diperoleh.

Studi ini memberikan hasil yang konsisten dengan kajian Ramayanti, dkk (2024), dengan judul "Analisis Penggunaan Aplikasi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Umkm Kuliner Di Kota Makassar". Menurut temuan studinya, pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kota Makassar dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh penggunaan aplikasi digital. Teknologi informasi memiliki pengaruh pada pelaku bisnis kuliner dengan memfasilitasi pemasaran, yang meningkatkan output dari setiap pelaku bisnis dan memungkinkan mereka guna menghasilkan lebih banyak uang daripada sebelumnya. Menurut kajian lain yang

dilakukan oleh Astuti dan Wulandari (2023) yang berjudul "Dampak Teknologi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM," teknologi digital secara signifikan dan positif mempengaruhi pendapatan UMKM. Teknologi digital akan mendorong komunikasi dan pertukaran informasi yang lebih cepat di antara para pelaku bisnis UMKM, sehingga meningkatkan pangsa pasar dan memfasilitasi tampilan dan pemasaran barang dan jasa yang diproduksi.

2. Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha

Keputusan Pembelian (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha (Y). Hasil ini menandakan kalau jika keputusan pembelian oleh konsumen semakin tinggi, maka secara otomatis tingkat penjualan para pedagang kaki lima akan meningkat. Dengan peningkatan penjualan ini, pendapatan usaha mereka juga akan bertambah. Hasil pengujian deskriptif menunjukan kalau mayoritas responden memiliki tingkat keputusan pembelian pada kategori sedang. Sementara itu, pendapatan dari PKL masih rendah. Hal ini mengindikasikan kalau konsumen cenderung melakukan pembelian dengan pertimbangan yang moderat, artinya mereka tidak terlalu impulsif namun juga tidak sepenuhnya terencana dalam memilih produk atau layanan. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti adanya alternatif produk atau pertimbangan lainnya yang mempengaruhi keputusan mereka. Di sisi lain, pedagang kaki lima yang memiliki pendapatan rendah menghadapi tantangan besar dalam meningkatkan daya jual mereka. Pendapatan yang terbatas ini mungkin disebabkan oleh lokasi yang kurang strategis, persaingan yang ketat, atau daya beli masyarakat yang terbatas. Secara keseluruhan, situasi ini mengindikasikan kalau meskipun ada potensi pembelian dari konsumen, pedagang kaki lima masih berjuang guna memperoleh keuntungan yang lebih baik dalam kondisi pasar yang tidak selalu mendukung.

Keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima. Ketika konsumen memutuskan guna membeli, pedagang secara langsung menbisakan pendapatan dari transaksi tersebut. Semakin banyak keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen, semakin tinggi pula volume penjualan yang diperoleh. Selain itu, keputusan pembelian yang positif, seperti rasa puas konsumen terhadap produk atau layanan, sering kali mendorong pembelian berulang, sehingga menciptakan pendapatan yang lebih stabil dan berkelanjutan. Di sisi lain, pedagang kaki lima yang mampu memengaruhi keputusan pembelian dengan strategi sederhana, seperti promosi, kebersihan, atau penyajian yang menarik, cenderung lebih unggul dalam persaingan. Selain itu, keputusan pembelian yang positif sering memicu efek *word of mouth* (WOM), di mana pelanggan merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga membantu pedagang menbisakan pelanggan baru.

Studi ini memberikan hasil yang konsisten dengan kajian Widyasari, dkk (2023) dimana kajiannya menbisakan hasil kalau keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha. Keputusan pembelian ialah faktor utama dalam mempengaruhi pendapatan dari pelaku usaha. Kajian lainnya yang dilakukan oleh "Muzdalifah" yang juga menemukan kalau keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha. Semakin baik dan tepat keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, semakin besar kontribusinya terhadap peningkatan pendapatan usaha.

3. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Digital dan Keputusan Pembelian Secara Bersama-Sama Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Penggunaan Aplikasi Digital (X1) dan Keputusan Pembelian (X2) secara simultan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha (Y). Mengacu pada nilai R square 0,416, kedua variabel bebas tersebut berkontribusi sebesar 41,6% terhadap variabel terikat Pendapatan Pelaku Usaha. Sementara itu, sebesar 58,4% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini, termasuk di antaranya literasi keuangan dan literasi kewirausahaan.Di era kompetisi yang kian intens, penjual jalanan perlu mengadopsi solusi digital dalam kegiatan usahanya. Pemanfaatan teknologi seperti platform sosial media, marketplace online, dan sistem transaksi digital tidak hanya memperluas area pemasaran dan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Sejalan dengan itu, hadirnya berbagai kemudahan teknologi ini turut mempengaruhi pola pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja. Konsumen cenderung lebih memilih pedagang yang menyediakan layanan modern, seperti pembayaran non-tunai atau pemesanan melalui aplikasi. Hubungan antara penggunaan aplikasi digital dan keputusan pembelian ini secara bersama-sama bisa memberikan dampak signifikan terhadap pendapatan PKL. Penjual yang mampu memanfaatkan teknologi digital dengan baik memiliki peluang lebih tinggi guna meningkatkan omzet mereka dibandingkan dengan yang masih bergantung pada metode tradisional. Oleh karena itu, pemahaman tentang sinergi antara penggunaan aplikasi digital dan pola pembelian konsumen menjadi penting dalam mendorong keberlanjutan usaha PKL di era digital.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis data dan uji hipotesis dalam penelitian ini menghasilkan beberapa temuan penting terkait penjual jalanan di kawasan Lapangan Wirabraja Bukittinggi. Hasil menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan bermakna dari implementasi aplikasi digital

terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha. Demikian pula dengan pola keputusan pembelian yang juga memberikan dampak signifikan terhadap perolehan pendapatan para penjual. Lebih lanjut, ketika kedua variabel ini dianalisis secara simultan, ditemukan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha. Berdasar perhitungan statistik, variabel Penggunaan Aplikasi Digital (X1) dan Keputusan Pembelian (X2) memberikan kontribusi sebesar 41,6% terhadap Pendapatan Pelaku Usaha (Y). Adapun 58,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar lingkup penelitian ini, seperti tingkat literasi kewirausahaan, pemahaman keuangan, serta variabel lain yang belum diteliti.

Para pedagang kaki lima di Lapangan Wirabraja disarankan guna meningkatkan penggunaan aplikasi digital, seperti platform e-commerce, pembayaran digital, atau media sosial, guna memperluas pasar dan memperbaiki efisiensi bisnis. Selain itu Pelaku usaha bisa mengikuti pelatihan atau workshop terkait teknologi digital dan strategi pemasaran agar lebih kompeten dalam menggunakan alat-alat digital. Pelaku usaha juga perlu lebih memahami perilaku konsumen, seperti preferensi pembelian, guna menyesuaikan produk dan layanan yang ditawarkan. Kajian di masa depan bisa memperluas cakupan variabel dengan memasukkan aspek lain seperti literasi keuangan, inovasi produk, atau faktor lingkungan sosial yang mungkin memengaruhi pendapatan pelaku usaha. Disarankan guna memperluas lokasi kajian agar hasilnya lebih representatif dan memberikan gambaran yang lebih luas tentang pengaruh variabel yang diteliti.

DAFTAR REFERENSI

Agus Dwi Cahya, dkk. (2021). Analisis layanan Gofood dalam meningkatkan penjualan pada kuliner Yogyakarta. *Jurnal Manajemen, 13*(2).

Antonius Oranhendratno, dkk. (2020). *Strategi bisnis digital, optimalisasi & otomtisasi sebuah bisnis menggunakan media digital*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Aprilia Fitriyani. (2022). *Strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha (Studi pada Toko Pusat Oleh-Oleh Al-Barokah di kota Semarang)* (Skripsi, Universitas Semarang).

Astuti, & Wulandari. (2023). Dampak digital dan teknologi dalam meningkatkan pendapatan UMKM. *IcomSE*, *4*(2). https://doi.org/10.34010/icomse.v4i2.8309

Aulia Asri Choirinisa. (2022). Pengaruh penggunaan aplikasi digital terhadap efektivitas kerja pegawai. *Jurnal Transekonomika*, *2*(5). https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.239

Caroline Lystia Rut Winasih. (2022). Determinasi keputusan pembelian harga, promosi dan kualitas produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(2).

Evi Rosalina Widyayanti, & Insiatiningsih. (2021). Pengaruh strategi pemasaran online dengan aplikasi Gojek fitur Gofood terhadap peningkatan pendapatan usaha kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen*, *8*(1). https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.249

Fatmawati. (2014). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di Pasar Raya Padang* (Skripsi, STKIP PGRI Sumatera Barat).

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Edisi ke-8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ibnu Ria Puspita, dkk. (2022). Tinjauan atas keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesehatan*, *12*(1). https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i1.1358

Kusnadi. (2000). *Akuntansi keuangan menengah (Prinsip, prosedur dan metode)*. Jakarta: Salemba Empat.

Laurensius Panji Ragatirta, dkk. (2020). Pengaruh atmosphere store, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Pendidikan*, *7*(2). https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793

Marhawati. (2020). Analisis pendapatan pedagang kaki lima sektor informal di Kecamatan Rapucini Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, *3*(1). https://doi.org/10.26858/jekpend.v3i1.12374

Muhammad Ammar Ilham, dkk. (2019). Faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di pasar Sunday Morning (Sunmor) Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, *21*(2). https://doi.org/10.32424/jeba.v21i2.1328

Muzdalifah. (2020). Pengaruh keputusan pembelian dan motivasi konsumen terhadap pendapatan PKL di Jalan Fajar masa pandemi COVID-19. *Greenomika*, *2*(1). https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2020.02.2.3

Nawal Ika Susanti. (2016). Pengaruh tingkat bagi hasil dan pendapatan nasabah terhadap pembiayaan bermasalah (Studi kasus USPPS AUSATH Blokagung Banyuwangi). *Jurnal Hukum Islam*, *2*(2).

Nora Pitri Nainggolan. (2018). Analisis faktor yang mempengaruhi minat beli dalam membeli rumah di Kota Batam. *Journal of Accounting and Management Innovation*, *2*(2).

Nurlaila Hanum. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudera Ekonomi*, *1*(1).

Nurul Huda, dkk. (2009). *Ekonomi makro Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.

Panggono Septiawan, dkk. (2019). Analisis pendapatan pedagang kaki lima di Kota Jambi (Studi kasus pedagang kaki lima di Jalan Jendral Basuki Rahmat sampai H. Agus Salim Kecamatan Kota Baru). *Jurnal Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan*, *8*(1). https://doi.org/10.22437/jels.v8i1.11966

Rafidah. (2019). Strategi dan hambatan pedagang kaki lima dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus PKL di Telanaipura Kota Jambi). *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, *4*(2).

Rahmayanti, dkk. (2024). Analisis penggunaan aplikasi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kota Makassar. *IME*, *6*(3). https://doi.org/10.52523/jhast.v3i1.71

Rifa'i Abubakar. (2021). *Pengantar metodologi kajian*. Yogyakarta: SUKA Press, UIN Sunan Kalijaga.

Rogatiyanus Maryatmo, dkk. (2020). Peran aplikasi digital pada kinerja bisnis kedai kopi skala mikro di DIY. *Jurnal MODUS*, *35*(1). https://doi.org/10.24002/modus.v35i1.6967

Rohman Agustina, dkk. (2023). Analisis pendapatan usaha pedagang kaki lima di sepanjang Jalan Ir. H. Juanda Kelurahan Mayang Mangurai Kota Koto Baru Jambi. *Jurnal Perdagangan Industri dan Moneter*, *11*(3).

Shidiq, G. (2015). Teori maqasid al-syariah dalam hukum Islam. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*.

Sugiyono. (2011). *Metode kajian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suroto. (2000). *Strategi pembangunan dan perencanaan kesempatan kerja*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Syarif Gerald Prasatya, dkk. (2018). Analisis dampak ekonomi pedagang kaki lima di Kota Bogor dengan pendekatan input output. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, *10*(2). https://doi.org/10.29244/jurnal_mpd.v10i2.27790

Widyasari, dkk. (2023). Pengaruh keputusan pembelian terhadap pendapatan klinik kecantikan Samarinda. *Cendekia*, *10*(2).

Yenni Arfah. (2022). *Keputusan pembelian produk*. Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional.