

PENGARUH PERKEMBANGAN ERA SOCIETY 5.0 TERHADAP PENJUALAN DI PASAR TRADISIONAL

Diva Dwiyan Putra, Elfina Doramayanti, Alimi Fajar Ramadhan, Moh Aldi Raihan,
Rohyati Nur Fadilah

Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Cikarang, Indonesia
Society5@gmail.com

ABSTRAK

Pada era society 5.0 ini andalan perekonomian Indonesia adalah Usaha Kecil Menengah (UMKM) yang dapat mengasimilasi pekerjaan dan mengurangi pengangguran meskipun persaingan pekerjaan formal dan ekonomi digital merupakan fenomena transformasional yang sedang mempercepat pertumbuhan ekonomi global. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di pasar tradisional telah mengubah paradigma bisnis tradisional. Tujuan pendalaman ini adalah untuk mengetahui dampak kemajuan zaman 5.0 terhadap transaksi UMKM pada sektor Bisnis Adat dan untuk mengetahui dampak pendapatan pembelian masyarakat terhadap transaksi UMKM pada sektor Bisnis Konvensional. Penulis menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian kuantitatif ini, yang menggunakan metodologi tinjauan literatur. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan di pasar tradisional tidak terpengaruh oleh perkembangan masyarakat 5.0. Hal ini karena beberapa faktor yang membuat peningkatan waktu 5.0 masyarakat umum tidak mempengaruhi kesepakatan. Selain itu, hasil ini juga menunjukkan bahwa minat pembelian masyarakat berdampak pada transaksi di sektor usaha tradisional. Hal ini dikarenakan pedagang yang ramah, bantuan yang baik, tempat yang nyaman dan aman serta barang-barang yang mudah diakses dan terkini.

Kata kunci : era society 5.0, UMKM, pasar tradisional

ABSTRACT

In the time of society 5.0, the backbone of the Indonesian economy are Miniature, Little, and Medium Undertakings, which are able to absorb workers and reduce unemployment despite competition for formal jobs and the digital economy, which is a transformational phenomenon that is accelerating global economic growth. Utilizing information and communication technology in traditional markets has altered the paradigm of traditional business. The point of exploration to decide the impact advancement of the general public 5.0 time on MSME deals in Customary Business sectors and to decide the impact of individuals' purchasing revenue on MSME deals in Conventional Business sectors. The author distributes questionnaires to collect data in this quantitative research, which employs a literature review methodology. This study's findings demonstrate that traditional market sales are unaffected by society 5.0's development. This is because of a few factors that make the improvement of the general public 5.0 time not influence deals. What's more, the examination results likewise show that individuals' purchasing revenue impacts deals in conventional business sectors. This is because of cordial merchants, great help, an agreeable and safe spot and items that are generally accessible and the most up to date.

Keywords: Era of Society 5.0, UMKM, traditional markets

PENDAHULUAN

Usaha Kecil, Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang perlu mendapat perhatian karena mampu mempertahankan lapangan pekerjaan dan mengurangi pengangguran dalam menghadapi persaingan. memperebutkan jabatan formal. Komunitas adalah pendiri banyak usaha kecil. Dinas Koperasi dan UMKM fokus untuk memperluas peran UMKM dalam pengembangan keuangan masyarakat. Mendirikan bisnis ini sangat sederhana dan tidak memerlukan banyak modal. Melibatkan UMKM adalah keputusan penting untuk meningkatkan pendapatan pertemuan bergaji rendah, untuk mengurangi kesenjangan gaji dan kemiskinan melalui perluasan batas bisnis dan kemampuan manajemen bisnis. Meningkatnya dampak UMKM di Indonesia berpendapat bahwa UMKM dapat menimbulkan dampak yang membingungkan jika dilihat dari besarnya bisnis UMKM (Indah Suryati, 2021)

Menurut Sufiani Zahra (2022) Usaha Kecil, Menengah (UMKM) menjadi salah satu kebutuhan perbaikan di setiap negara. Hal ini karena besarnya komitmen UMKM terhadap negara, khususnya di bidang moneter dan sosial. Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara, UMKM memainkan peran penting dalam mempertahankan pekerja lepas di daerah dan menyesuaikan gaji daerah, khususnya di kabupaten. Dengan cara ini, berbagai pendekatan dan proyek dukungan telah diatur dan dilaksanakan oleh pemerintah provinsi untuk membantu penguatan UMKM dan pengembangan UMKM yang layak. Strategi dan proyek pendukung ini berencana untuk mengamankan dan membina UMKM melalui pembentukan lingkungan bisnis yang bermanfaat.

Sedangkan ekonomi digital pada saat ini sebagai fenomena transformasional yang mempercepat laju pertumbuhan ekonomi global, telah mengubah paradigma tradisional bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui inovasi digital, pelaku ekonomi kini dapat mengoptimalkan proses, meraih efisiensi, dan menciptakan peluang baru yang menggeser dinamika ekonomi konvensional.

Menurut penelitian Purba (2019), UMKM adalah kegiatan perekonomian masyarakat berskala kecil yang mandiri dan dikelola oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau perseorangan.

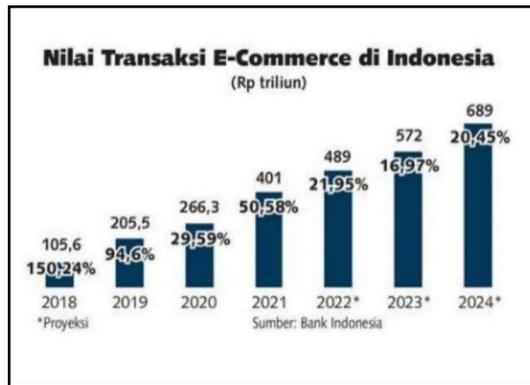
UMKM mempunyai peran untuk mengawasi aktivitas keuangan di Indonesia yang diarahkan pada perbaikan keuangan di Indonesia (Masni dan Saleh 2022). Sejak Pergolakan Modern 4.0 hingga saat ini memasuki masa Masyarakat 5.0, mulai terlihat di kalangan UMKM di Indonesia bahwa para pengusaha mulai mengambil kerangka digitalisasi dalam membina organisasinya. Selain harus meningkatkan keterampilan komputerisasi mulai dari pertukaran, periklanan, dan kerangka fungsional, para pelaku bisnis UMKM juga perlu mulai mendigitalkan kegiatan usahanya agar dapat memperluas jangkauan pasarnya dan dapat tetap menjalankan tugas usahanya di tengah krisis. dampak globalisasi yang sangat cepat dan tidak terkendali.

Ide ekonomi maju pertama kali dikemukakan oleh Wear Tapscott dalam bukunya yang berjudul *The Computerized Economic: Commitment and Risk in the Period of Organized Knowledge*. Tapscott dalam bukunya menyebutkan bahwa perekonomian yang terkomputerisasi disebut juga dengan perekonomian maju, hal ini digambarkan dengan terbatasnya penggunaan data yang terkomputerisasi, namun perekonomian maju tidak hanya mengacu pada pasar yang menyusunnya (Budiarta, Ginting, Simartama 2020)

Pudhail dan Baihaqi (2020) sistem biologi komputerisasi ekonomi dipromosikan pertama kali melalui buku *A Computerized Business Environment or Development*. Pada dasarnya, sistem biologis adalah iklim atau wilayah di mana ia berada dan bergantung. Bisnis web terdiri dari 4 lapisan industri vertikal, bahkan fragmen industri di setiap lapisan. Pengelompokan lapisan atas sebenarnya bertujuan agar jika lapisan dasar merasa kehilangan, maka lapisan di atasnya tidak akan berfungsi, hingga dianggap sebagai suatu sistem biologis. Bisnis berbasis web (perdagangan elektronik), mengacu pada pemanfaatan web dan sistem biologisnya untuk mempunyai pilihan menyelenggarakan suatu usaha pertukaran tenaga kerja dan produk, mulai dari permintaan (discretionary), penawaran hingga pertukaran tenaga kerja dan produk, cara angsuran, bahkan administrasi pengangkutan dan purna jual, Bisnis Internet dan E-Business tidak ada duanya yang bisa dipisahkan, yang penting E-Business mempunyai aset yang sangat sangat besar, dengan modul utilitarian lengkap mulai dari B2B, B2B2C, B2C, C2B, C2C, B2G, G2B, serta M2M dan P2P serta bagian organisasi kursus (Arthur, 2016)

Perekonomian terkomputerisasi dicirikan sebagai kegiatan moneter sehubungan dengan inovasi web yang canggih. Perekonomian maju disebut juga ekonomi Web, ekonomi web, ekonomi berbasis komputer, ekonomi informasi baru, atau ekonomi baru. Menurut Damscot, ada beberapa macam ciri moneter terkomputerisasi, tiga di antaranya adalah informasi. Dalam perekonomian yang terkomputerisasi, kekuatan informasi diubah menjadi kemajuan tercanggih dengan potensi peluang untuk menang. Digitalisasi. Penawaran memanfaatkan inovasi terkomputerisasi dan data canggih. Klien sebagai klien tingkat lanjut menggunakan gadget terkomputerisasi untuk bekerja dengan organisasi yang menjual tenaga kerja dan produk tingkat lanjut. Antar sistem administrasi, memanfaatkan internet untuk menjalin interkoneksi guna membentuk suatu organisasi moneter. Sumber dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa nilai tukar tingkat lanjut atau yang bisa disebut bisnis online di Indonesia telah mengalami peningkatan pesat dari tahun ke tahun. Nilai tukar pada tahun 2023 diproyeksikan sebesar 573 triliun, dan pada tahun 2024 diperkirakan meningkat menjadi 689 triliun.

Gambar 1



Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia
 Sumber: Bank Indonesia

Dengan demikian Upskilling for Digital bagi seluruh UMKM untuk menggait pasar lebih banyak melalui platform digital akan sangat lebih maksimal dalam memasarkan produknya maka, Peningkatan keterampilan komputerisasi bukan sekadar masalah menunjukkan kepada seseorang cara menggunakan gadget lain. Gadget tersebut mungkin akan ketinggalan jaman satu tahun dari sekarang (Esthi, 2020). Yang terpenting, pertemuan kemajuan mencakup perspektif, tindakan, dan kreativitas di dunia terkomputerisasi yang mungkin dilakukan dalam jangka panjang (Moritz, 2019).

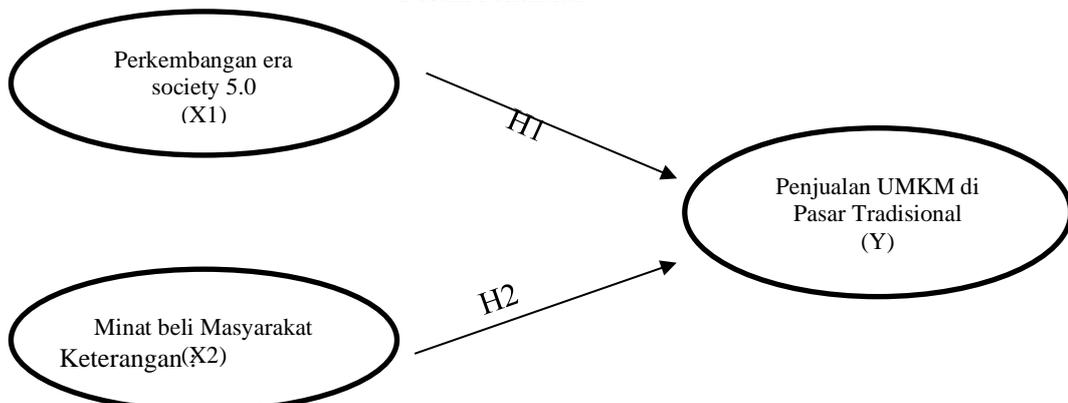
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampaknya perkembangan era society 5.0 terhadap penjualan UMKM di Pasar Tradisional dan mengetahui pengaruh minat beli masyarakat terhadap penjualan UMKM di Pasar Tradisional.

METODE

Penelitian ini menggunakan fokus penulisan pada jenis penelitian dengan jenis penelitian kuantitatif, dimana penulis menyebarkan survey untuk pengumpulan informasi. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2009:15) Prosedur Kuantitatif dapat dicirikan sebagai strategi evaluasi yang bergantung pada pemikiran positivis, digunakan untuk menguji populasi atau tes tertentu., di mana sebagian besar tes diselesaikan tanpa tujuan akhir yang jelas., dan informasi dikumpulkan dengan menggunakan metode kuantitatif, kemudian pada saat itu dipecah secara kuantitatif/benar-benar ditentukan untuk menguji spekulasi yang telah dipaparkan. Hal ini tergantung dari judul yang diangkat, khususnya “Dampak Kemajuan Masyarakat Periode 5.0 dan Pendapatan Belanja Masyarakat terhadap Usaha UMKM di Sektor Usaha Konvensional”

Desain penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar2
 Desain Penelitian



penjualan (Y). Sedangkan nilai t tabel variabel minat beli (X2) adalah sebesar 1,991, artinya t harga yang ditentukan lebih besar dibandingkan dengan t tabel ($2,312 < 1,991$), sehingga dapat menyimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi spekulasinya adalah bahwa minat beli berdampak pada transaksi.

Koefisien Derteminasi (R2)

Koefisien Dertemina (R2) pada dasarnya mengukur kapasitas model yang digunakan untuk merencanakan varietas pada variabel dependen.

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Derteminasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.393 ^a	.155	.135	1.39596
a. Predictors: (Constant), Minat Beli, Perkembangan				

Sumber: penelitian diolah SPSS 25, 2024

Melihat tabel 4.10 di atas terlihat bahwa koefisien determinasi pada segmen Changed R Square sebesar 0,135. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel otonom dalam memahami variabel dependen hanya sebesar 13,5% atau ($0,135 \times 100$), kelebihan sebesar 86,5% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.4 Interpretasi Data

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pengembangan (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel penjualan (Y) di Pasar Roxy Cikarang. Hal ini terlihat dari levelnya. signifikansi sebesar 0,84 dan dinyatakan tidak signifikan karena nilai t-statistik ($0,084 > 0,05$). Lebih-lebih lagi. Nilai t tabel variabel perkembangan (X1) sebesar 1,991 artinya nilai t hitung lebih kecil dari 1 label ($1,746 < 1,991$), sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya secara tidak langsung dapat ditunjukkan bahwa perkembangan dalam penelitian ini agak tidak ada bedanya dan tidak terlalu berpengaruh terhadap penjualan di wilayah pasar Roxy Cikarang. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian pada jurnal (Hartana, 2022) yang menyatakan bahwa perkembangan digital tidak mempengaruhi penjualan para pelaku UMKM di wilayah Kabupaten Buleleng, salah satunya adalah UMKM Tasik Segara Lestari yang berlokasi di Desa Les Kecamatan Tejakula. Mereka hanya menjual produknya kepada konsumen yang berada di sekitar area pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor minat beli (X2) berpengaruh terhadap variabel penjualan (Y) di kawasan pasar Roxy Cikarang. Hal ini terlihat dari levelnya. signifikansi sebesar 0,023 dan dinyatakan signifikan karena nilai t-statistik ($0,023 < 0,05$), Next. Nilai t tabel variabel minat beli (X2) sebesar 1,991 artinya nilai T hitung lebih besar dari T tabel ($2,312 < 1,991$), dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi hipotesisnya minat beli berpengaruh terhadap penjualan. Artinya secara statistik dapat ditunjukkan bahwa minat beli pada penelitian ini berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap penjualan di wilayah pasar Roxy Cikarang. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Arrohman, Kohar, 2019) yang menyatakan bahwa pendapatan pembelian pembeli dalam berbelanja di Pasar Adat Sendang Agung Focal Lampung dipengaruhi sebesar 68,9% berdasarkan Area, Barang, Administrasi, Biaya. Secara keseluruhan, lokasi, barang, administrasi dan biaya berkontribusi 68,9% terhadap pembelian pembeli dan mempengaruhi penjualan UMKM di Pasar Tradisional Sendang Agung Lampung Tengah.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, tinjauan pustaka, dan analisis data yang telah ditafsirkan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Variabel Perkembangan (X1) tidak berdampak signifikan terhadap variabel Penjualan (Y) di pasar Roxy Cikarang. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang membuat berkembangnya era society 5.0 tidak mempengaruhi penjualan di kawasan pasar Roxy Cikarang. Variabel Minat Membeli (X2) mempengaruhi faktor-faktor pada

variabel Penjualan (Y) di wilayah pasar Roxy Cikarang. Hal ini dikarenakan penjual yang ramah, pelayanan yang baik, tempat yang nyaman dan aman serta produk yang selalu tersedia dan terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Indah Suryati, "*PENGARUH UKURAN USAHA DAN SUMBER MODAL TERHADAP PENERAPAN STANDAR AKUNTANSI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI BIDANG JASA LAUNDRY*". VOL.1, NO.1, 2021
- Budiarta, K., Ginting, S.O., dan Simarmata, J. *Komputerisasi Aspek Keuangan dan Bisnis. Kami Menyusun Pendirian*, 2020.
- Pudhail, M., dan Baihaqi, I. "Metodologi Perbaikan Sistem Biologi Moneter Terkomputerisasi", 2020.
- Ghozali, L. *Penggunaan Investigasi Multivariat Memanfaatkan Program IMB SPSS 25*, Lembaga Penyalur Perguruan Tinggi Dipowerugo, 2018.
- Sugiyono. *Strategi Eksplorasi Kuantitatif*. Bandung: Abjad. 2019.
- Danu Kusbandono, Sabilar, Rosyad. *Upaya Membina Usaha Kecil Menengah (UKM) DENGAN Memanfaatkan AND-Exchange UNTUK Memperluas Minat Beli*, 2019.
- Ashabul Jannah, Dhea Savitri, M. Rifqi Akbar, Muhammad Iqbal, Annisa Zahra, Sari Wulandari S, "Upaya Membangun Intensitas UMKM di Masa Society 5.0", 2023. Purba, Tia Novira Sucipto *Jurnal Mutiara Manajemen* 4 (2), 430-439, 2019
- Zarkhoni Imam Suteguh *Holistika: Jurnal Ilmiah PGSD* 2 (1), 2018
- Inspeksi Kalimalang Tegal Danas Arah DELTAMAS, J., & Pusat-Kab Bekasi, C. (n.d.). *SOSIALISASI PEMBERDAYAAN UMKM "UMKM BANGKIT BERSINERGI."*
- Jurnal Ami Purnamawati, M., Supriyadi Wawan Lulus Setiawan Trida Gunadi, E. R., & Langgan
Risvan Santoso Alamat Penerbit, M. (n.d.). *E-Coops-Day*.