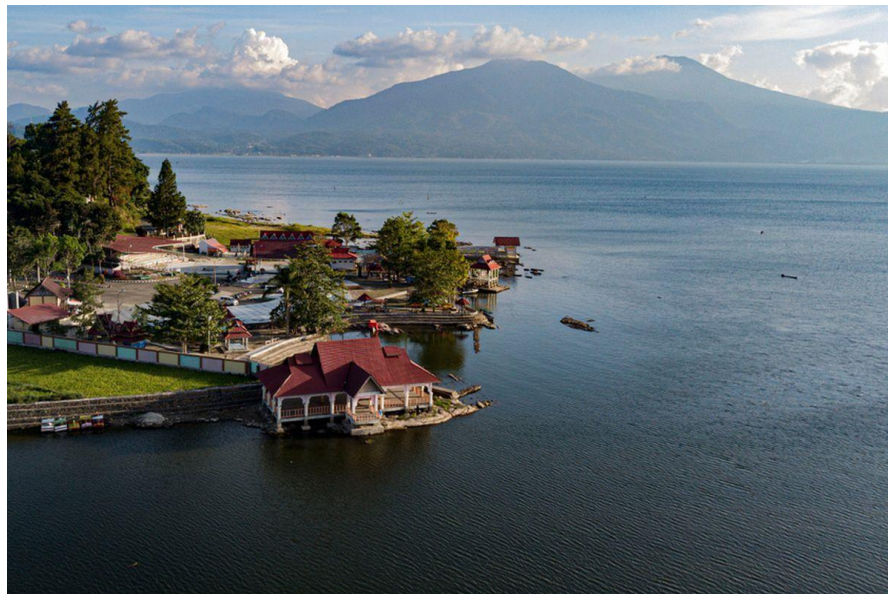


BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Perkembangan Wisata Danau Kerinci

Satu dari tempat wisata populer di Provinsi Jambi yakni Danau Kerinci, yang memiliki luas sekitar 4.200 ha dan kedalaman 110 m. Ini dianggap sebagai danau terbesar kedua di Sumatra setelah Danau Toba. Puluhan ribu pengunjung datang ke daerah ini setiap tahun, terutama selama musim liburan seperti Idul Fitri. Selama libur Lebaran 2024, misalnya, hingga 60.000 orang datang dalam lima hari. Untuk memanjakan pengunjung, fasilitas wisata terus dikembangkan, seperti penyewaan perahu dan speedboat, pasar malam, anjungan terapung, mushala, dan toilet umum yang bersih.



Gambar 5. 1 Danau Kerinci

Selain keindahan alamnya, atraksi seperti burung belibis, tempat memancing, camping, dan penginapan non-formal seperti homestay dan villa menjadi magnet. Sejak tahun 1999, festival Masyarakat Peduli Danau Kerinci telah menjadi agenda nasional dan menarik wisatawan lokal dan internasional. (Pamungkas, 2016)

Perkembangan pariwisata Danau Kerinci pada saat ini ditandai oleh adanya peningkatan pembangunan infrastruktur, fasilitas pendukung, serta fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan. Pemerintah Kabupaten Kerinci bersama Pemerintah Provinsi Jambi terus mendorong pengembangan fasilitas seperti homestay, rumah makan, perbaikan akses jalan menuju kawasan wisata, serta penyediaan sarana dasar berupa air bersih, sanitasi, dan fasilitas kebersihan untuk mendukung kenyamanan wisatawan (Antara Jambi, 2023). Upaya promosi juga dilakukan melalui kegiatan berskala nasional dan internasional, seperti “Kerintji Mountain Bike Grand Fondo”, yang berhasil menarik wisatawan domestik maupun mancanegara (Antara Jambi, 2024). Selain itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia juga dilakukan, terbukti dengan adanya sekitar 20 orang pemandu wisata bersertifikat yang aktif melayani wisatawan (Antara Jambi, 2019).

Dari sisi kunjungan, data Dinas Pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata (Disporabupar) Kabupaten Kerinci mencatat bahwa pada Januari–November 2020 jumlah wisatawan mencapai sekitar 161.789 orang, meskipun target awal tahun tersebut sebesar 277.590 kunjungan (Metrojambi, 2020). Pada periode libur Tahun Baru 2025, Balai Besar Taman Nasional Kerinci Seblat (BBTNKS) juga mencatat adanya peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke destinasi alam utama seperti Gunung Kerinci dan Danau Gunung Tujuh (Jambi Ekspres, 2025). Wisatawan mancanegara, khususnya dari Malaysia, turut menjadi pasar potensial dengan rata-rata sekitar 1.200 kunjungan per tahun atau sekitar 50 orang per bulan (Antara Jambi, 2019). Data ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi fluktuasi akibat faktor eksternal seperti pandemi, secara umum tren kunjungan wisatawan tetap ada dan terus meningkat terutama pada periode liburan dan pelaksanaan event khusus.

Dengan menawarkan keindahan alamnya, Danau Kerinci selalu menjadi tujuan para wisatawan. Jumlah wisatawan yang mendatangi lokasi Objek Wisata Danau Kerinci dapat dirincikan sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Data pengunjung wisata danau kerinci 2020-2024

No	Tahun	Jumlah Pengunjung	Perkembangan (%)
1	2020	6.930	52,21
2	2021	20.272	192,53
3	2022	64.958	230,43
4	2023	36.206	44,26
5	2024	58.411	61,33

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci 2025

Data mengindikasikan adanya tren penurunan kunjungan ke Objek Wisata Danau Kerinci sepanjang tahun 2020. Penurunan ini dipengaruhi oleh dampak pandemi COVID-19. Namun demikian, pada tahun 2021, dengan semakin terkendalinya penyebaran COVID-19 disandingkan tahun sebelumnya, jumlah kunjungan mulai mengalami peningkatan kembali.

Secara keseluruhan, perkembangan pariwisata Danau Kerinci saat ini menunjukkan arah positif dengan adanya peningkatan fasilitas dan jumlah kunjungan, meskipun masih terdapat tantangan berupa keterbatasan infrastruktur, variasi atraksi wisata, serta pengelolaan destinasi yang perlu diperkuat agar keberadaan Danau Kerinci dapat semakin memberikan dampak ekonomi yang optimal bagi masyarakat lokal.

5.1.1 Panorama dan Aktivitas

1. Airnya jernih dan luas, dikelilingi pegunungan hijau, terutama Gunung Kerinci dan Gunung Raya, menciptakan panorama yang memukau saat pagi berkabut atau sore saat senja
2. Kamu bisa:
 - a. Menyewa perahu motor atau sampan untuk keliling danau
 - b. Memancing ikan lokal (semah) dengan alat tradisional .
 - c. Berenang, bermain air, bahkan berkemah di tepi danau
 - d. Observasi burung, terutama burung belibis, serta fauna seperti tupai dan monyet ekor panjang di sekitar hutan

5.1.2 Fasilitas dan Akses

1. Fasilitas lengkap: parkir luas, toilet/mushola, gazebo, menara pandang, panggung pertunjukan, juga kuliner lokal seperti *Gulai Ikan Semah*
2. Tiket masuk untuk dewasa: sekitar Rp 10.000–Rp 3.000, anak-anak Rp 5.000–Rp 2.000 (harga bisa berubah)
3. Bisa dicapai lewat jalur darat dari Jambi (12–16 jam perjalanan darat) atau Padang (5–10 jam), serta tersedia akses dari Bandara Depati Parbo Kerinci

5.1.3 Festival dan Budaya

1. Setiap tahun diselenggarakan Festival Danau Kerinci (termasuk Festival Masyarakat Peduli Danau sejak 1999), dengan pertunjukan budaya: tarian Niti Naik Mahligai, silat, pameran kerajinan dan kuliner
2. Ada objek budaya seperti Tanjung Hatta (dipercaya ditanami Bung Hatta saat masih Wapres), dengan pohon beringin sebagai landmark
3. Bukti peninggalan megalitik berumur ribuan tahun juga ditemukan di desa-desa sekitarnya.

Tabel 5. 1 Tips Berkunjung

Tips	Info
Waktu terbaik	Pagi berkabut & sore saat matahari terbenam
Bawa	Perlengkapan camping sendiri, pakaian hangat
Jangan lupa	Kamera—spot ala “mirror lake” sangat Instagramable
Eksplorasi	Sekitar danau, jelajahi Air Terjun Batu Ampar & Batu Mentas

Wisata Danau Kerinci masih menghadapi sejumlah tantangan meskipun popularitasnya meningkat. Yang paling penting yakni fasilitas umum seperti ketersediaan hotel dan supermarket serta pengelolaan sampah di lingkungan sekitar. Mulai tahun 2010, pemerintah Kabupaten Kerinci telah menerapkan program revitalisasi untuk mendukung peristiwa tahunan dan pertumbuhan ekonomi lokal. Program ini mencakup pembiayaan fasilitas wisata air, dermaga terapung, dan akses

jalan yang baik. Selain itu, Dinas Pariwisata Provinsi Jambi melaporkan peningkatan jumlah turis asing (termasuk Malaysia, Eropa, dan Asia Timur) ke Jambi, yang mencapai 1.200 turis Malaysia setiap tahunnya. Kunjungan terbanyak yakni untuk pendakian ke Gunung Kerinci, Danau Gunung Tujuh, dan Danau Kaco.

Danau Kerinci memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata berkelanjutan jika dikombinasikan dengan atraksi alam dan budaya lokal, serta dukungan untuk acara seni tradisional dan festival kultural, meskipun masih ada tantangan infrastruktur dan pengelolaan sampah. Ini akan memberi peluang besar bagi pendapatan pedagang lokal.(Pamungkas & Irawan, 2016). Kawasan wisata Danau Kerinci awalnya berkembang lewat rancangan tata ruang yang mengutamakan prinsip wisata inti rakyat dan melibatkan masyarakat lokal setiap tahap perencanaan. Kawasan ini dibagi menjadi lima zona pengelolaan: intensif, semi-intensif, ekstensif, konservasi, dan sirkulasi. Semua zona ini dirancang untuk mengendalikan aktivitas wisata sesuai daya dukung lingkungan.(Miandy & Arifin, 2010). Dalam sebuah penelitian yang dilangsungkan lebih baru, (Bima & Andari, 2021) menemukan bahwa meskipun Danau Kerinci memiliki pemandangan alam yang luar biasa dan daya tarik untuk perahu motor dan camping, elemen sediaan tambang seperti variasi, layanan, dan promosi masih belum memenuhi standar yang ideal. Mereka mengusulkan pengembangan atraksi seperti olahraga air (berenang, ski air), bersampan, hingga camping, dan pemeliharaan fasilitas yang sudah ada (toilet, gazebo, dermaga). Dibutuhkan luas lahan tambahan ± 4.055 meter persegi untuk area pendukung. Selain itu, (Pratiwi, 2022) mencatat bahwa meskipun Pemerintah Kabupaten Kerinci telah membuat master plan untuk pengelolaan pariwisata, implementasi di lapangan masih kurang karena kekurangan sumber daya dan ketidaksepakatan antar lembaga dan individu lokal. Kondisi ini memproyeksikan bahwa meskipun ada dasar perencanaan yang baik, eksekusi dan kolaborasi multisektoral perlu ditingkatkan untuk mencapai pengembangan kawasan wisata yang berkelanjutan yang menguntungkan masyarakat lokal.

5.2 Karakteristik Sosial Ekonomi Pedagang Dikawasan Wisata Danau Kerinci

Penelitian ini akan menggunakan 76 pedagang di objek wisata Danau Kerinci sebagai responden. Data ini akan dipergunakan untuk menentukan karakteristik pedagang berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, lama usaha, dan pendapatan.

Karakteristik sosial ekonomi pedagang di objek wisata Danau Kerinci Kabupaten Kerinci secara khusus yakni sebagai berikut. Karakteristik ini penting untuk memberikan gambaran umum tentang profil pedagang yang terlibat dalam aktivitas ekonomi di daerah wisata. Dengan memahami latar belakang sosial dan ekonomi pedagang, kita dapat menemukan hal-hal yang mungkin mempengaruhi tingkat pendapatan mereka dan memilih cara yang tepat untuk mendorong mereka untuk menjadi lebih baik di masa depan.

5.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Satu dari elemen penting dalam menentukan profil pedagang yang berjualan di kawasan wisata Danau Kerinci yakni karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Data ini dapat memberikan gambaran tentang bagaimana laki-laki dan perempuan terlibat dalam bisnis pariwisata. Hasilnya memproyeksikan komposisi jenis kelamin pedagang sebagai berikut, berdasarkan data dari 76 responden:

Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-Laki	33	43,42
2	Perempuan	43	56,58
	Total	76	100.0

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5.2 memproyeksikan bahwa perempuan yakni mayoritas pedagang di kawasan wisata Danau Kerinci, dengan 43 responden perempuan, atau 56,58% dari survei, dan 33 responden laki-laki, atau 43,42%. Ini memproyeksikan bahwa perempuan yakni mayoritas pedagang. Fenomena ini sejalan dengan kenyataan sosial di tempat wisata Indonesia, di mana perempuan sering memainkan peran penting dalam usaha kecil dan ekonomi nonformal. Makanan ringan, minuman tradisional, souvenir, dan kerajinan tangan lokal yakni semua contoh bisnis yang mereka ikuti.

Partisipasi aktif perempuan ini mendorong pertumbuhan ekonomi pariwisata lokal dan meningkatkan pendapatan keluarga..

5.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Untuk mengetahui rentang usia pelaku usaha di wilayah ini, umur responden juga sangat penting. Pengalaman, produktivitas, dan cara menjalankan bisnis dipengaruhi oleh uang. Berikut ini yakni distribusi umur responden:

Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	<25	10	13,16
2	25-35	21	27,63
3	36-45	26	34,21
4	>45	19	25,00
	Total	76	100,00
	Rata-rata	35.69	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5.3 di atas, Dari 76 pedagang yang menjawab survei di kawasan wisata Danau Kerinci, sebagian besar berada dalam rentang usia 36 hingga 45 tahun, atau 26 orang atau 34,21%; rentang usia 25 hingga 35 tahun berjumlah 21 orang atau 27,63%; rentang usia lebih dari 45 tahun berjumlah 19 orang atau 25,00%; dan rentang usia di bawah 25 tahun yakni 10 orang atau 13,16%. Hal ini memproyeksikan bahwa sebagian besar pedagang yakni orang yang produktif dan matang, yang biasanya memiliki pengalaman dan stabilitas dalam menjalankan bisnis. Usaha ini cenderung memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan bisnis dan mampu menyesuaikan diri dengan dinamika pasar di kawasan wisata. Bahwa sebagian besar pedagang di wilayah ini cukup mapan secara usia dan pengalaman, ditunjukkan oleh rerata usia responden 35,69 tahun.

5.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Kemampuan manajerial, inovasi, dan pengembangan usaha sangat dipengaruhi oleh pendidikan. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan pedagang di objek wisata danau kerinci kabupaten kerinci dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD	2	2,63
2	SMP	7	9,21
3	SMA	43	56,58
4	SARJANA	24	31,58
	Total	76	100.00

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5.4 Mayoritas pedagang yang menjawab survei di kawasan wisata Danau Kerinci memiliki tingkat pendidikan SMA, yaitu 43 orang atau 56,58% dari total responden. Selanjutnya, 24 orang atau 31,58% memiliki gelar Sarjana, 7 orang atau 9,21% memiliki gelar SMP, dan hanya 2 orang atau 2,63% memiliki gelar SD. Data ini memproyeksikan bahwa sebagian besar pedagang memiliki pendidikan menengah hingga tinggi, dengan rerata SMA. Ini memproyeksikan bahwa mereka memiliki kemampuan dasar untuk mengelola bisnis, seperti berhitung, membaca peluang pasar, dan berkomunikasi dengan wisatawan.

Karena pedagang yang berpendidikan cenderung lebih terbuka terhadap inovasi, kondisi ini mendorong pertumbuhan usaha kecil di daerah wisata. Misalnya, banyak di antara mereka yang menggunakan media sosial untuk mempromosikan barang-barang lokal mereka, seperti kopi lokal, makanan tradisional, hingga suvenir yang sesuai dengan preferensi pengunjung modern.

5.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama usaha mencerminkan tingkat pengalaman pedagang dalam menghadapi dinamika bisnis di kawasan wisata. Karakteristik responden berdasarkan Lama usaha pedagang di objek wisata danau kerinci kabupaten kerinci dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

No.	Lama Usaha (tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	5-10	44	57,89
2	11-15	21	27,63
3	16-20	8	10,53
4	21-25	3	3,95
	Total	76	100.00
	Rata-rata	9.63	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5.5 memproyeksikan bahwa sebagian besar responden memiliki jangka waktu usaha antara 5–10 tahun, atau 44 orang atau 57,89 persen dari jumlah responden. Selanjutnya, 21 orang, atau 27,63 persen, memiliki jangka waktu usaha antara 11–15 tahun, 8 orang, atau 10,53 persen, memiliki jangka waktu usaha antara 16–20 tahun, dan hanya 3 orang, atau 3,94 persen, memiliki jangka waktu usaha antara 21 dan 25 tahun. Rerata jangka waktu usaha dari seluruh responden.

Data memproyeksikan bahwa sebagian besar pedagang di kawasan wisata Danau Kerinci telah menjalankan usahanya dalam jangka waktu yang cukup lama dan stabil, terutama selama 5–15 tahun. Ini memproyeksikan adanya pengalaman dan ketekunan dalam berwirausaha, yang memungkinkan pedagang untuk bertahan di tengah persaingan dan perubahan pasar wisata. Pengalaman jangka panjang ini membantu kami memahami kebutuhan wisatawan, menjaga kualitas jasa ataupun barang, dan beradaptasi dengan tren dan teknologi baru. Ini juga memproyeksikan bahwa perdagangan di wilayah wisata ini bukan hanya pekerjaan sementara, tetapi menjadi sumber penghasilan utama bagi sebagian besar orang yang menjawab.

5.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

Lama usaha mencerminkan tingkat pengalaman pedagang dalam menghadapi dinamika bisnis di kawasan wisata. Karakteristik responden berdasarkan Lama usaha pedagang di objek wisata danau kerinci kabupaten kerinci dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

No.	Tenaga Kerja	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	0	31	40,79
2	1	23	30,26
3	2	13	17,11
4	3	9	11,84
	Total	76	100,00

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5.6 Sebanyak 31 orang, atau 40,79 persen dari responden, tidak menggunakan tenaga kerja tambahan, menurut Tabel 5.2. 23 orang, atau 30,26 persen, memiliki satu tenaga kerja, 13 orang, atau 17,11 persen memiliki dua tenaga kerja, dan 9 orang, atau 11,84 persen memiliki tiga tenaga kerja. Ini memproyeksikan

bahwa sebagian besar pedagang di wilayah ini cenderung beroperasi secara mandiri atau dengan sedikit bantuan tenaga kerja. Ini mungkin karena jenis bisnis yang lebih kecil atau berskala rumahan, di mana pedagang lebih suka mengelola bisnis mereka sendiri tanpa bergantung pada banyak pekerja.

Namun, bagi beberapa toko yang mempekerjakan satu atau dua orang, ini memproyeksikan bahwa ada pembagian tugas dan peran dalam operasi harian, baik dalam penjualan, pengelolaan barang, atau pelayanan pelanggan. Karena mereka tidak bergantung pada banyak tenaga kerja, bisnis mereka lebih bersifat individual atau keluarga. Selain itu, perbedaan jumlah tenaga kerja ini memproyeksikan bahwa, meskipun bisnis di kawasan wisata ini sebagian besar berskala kecil, bisnis yang lebih berpengalaman dan lebih berkembang mungkin membutuhkan lebih banyak tenaga kerja untuk memenuhi permintaan pelanggan.

5.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Pedagang

Dalam penelitian ini, variabel utama yakni pendapatan pedagang; tingkat pendapatan memproyeksikan seberapa sukses bisnis dalam memanfaatkan peluang ekonomi di daerah wisata. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan pedagang pedagang di objek wisata danau kerinci kabupaten kerinci dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Pedagang

No.	Pendapatan Pedagang (Rupiah)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1.000.000 – 2.500.000	13	17,11
2	2.500.001 – 5.000.000	45	59,21
3	5.000.001 – 7.500.000	9	11,84
4	7.500.001 – 10.000.000	9	11,84
	Total	76	100,00
	Rata-rata	4.934.210	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5.7, sebagian besar pedagang di kawasan wisata Danau Kerinci memiliki pendapatan bulanan antara Rp 2.500.001 dan Rp 5.000.000, yaitu 45 orang, atau 59,21% dari total responden. Selanjutnya, 13 orang, atau 17,11%, memiliki pendapatan antara Rp 1.000.000 dan Rp 2.500.000, sedangkan 9 orang, atau 11,84% lainnya memiliki pendapatan antara Rp 5.000.001 dan Rp 7.500.000, dan 9 orang, atau

11,84% lainnya memiliki pendapatan antara Rp 7.500.001 dan Rp 100.000.000.

Pendapatan ini ialah perkiraan penghasilan bulanan pedagang, yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk modal usaha, jam kerja, dan jenis barang yang dijual. Sebagian besar pedagang menjual barang dengan harga mulai dari Rp 2,5 juta hingga Rp 5 juta, memproyeksikan bahwa usaha kecil masih ada di kawasan wisata ini. Ini juga memproyeksikan bahwa sebagian besar responden mendapatkan pendapatannya dari perdagangan di Danau Kerinci. Dengan rerata pendapatan bulanan pedagang sebesar Rp 4.934.210,50, jelas bahwa wilayah perdagangan ini memiliki potensi ekonomi yang sangat menjanjikan.

5.3 Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang di Objek Wisata Danau Kerinci

Hasil pengolahan Regresi Linier Berganda menggunakan SPSS bertujuan untuk menganalisis Pendapatan Pedagang dikawasan wisata Danau Kerinci Kabupaten Provinsi Jambi. Adapun faktor yang mempengaruhinya yakni Modal Usaha, Jam Kerja dan Jenis Dagangan.

5.4 Hasil Regresi

Hasil pengolahan Regresi Linier Berganda menggunakan SPSS bertujuan untuk menganalisis Pendapatan Pedagang dikawasan wisata Danau Kerinci

Tabel 5. 8 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3252738,855	1079626,753		3,013	,004					
X1	,350	,093	,423	3,779	,000	,380	,407	,406	,925	1,081
X2	-71810,651	77925,320	-,101	-,922	,360	-,026	-,108	-,099	,963	1,038
X3	766501,862	656599,971	,129	1,167	,247	,031	,136	,126	,941	1,063

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah,2025

Berdasarkan Tabel 5.8 di atas, diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut: $Y = 3.252.738,855 + 0,350 \cdot X_1 - 71.810,651 \cdot X_2 + 766.501,862 \cdot X_3$

1. Konstanta (Constant) : 3.252.738,855 dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$, artinya konstanta signifikan.
2. Variabel X_1 : 0,350, $t = 3,779$, $\text{Sig} = 0,000 < 0,05$, artinya X_1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.
3. Variabel X_2 (Jam Kerja) : 71.810,651, $t = -0,922$, $\text{Sig} = 0,360 > 0,05$, artinya X_2 tidak signifikan terhadap pendapatan.
4. Variabel X_3 (Jenis Dagangan) : 766.501,862, $t = 1,167$, $\text{Sig} = 0,247 > 0,05$, artinya X_3 juga tidak signifikan terhadap pendapatan.

5.4.1 Uji Statistik

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Analisis Koefisien Determinasi (KD) dipergunakan untuk melihat beberapa besar variabel bebas berefek pada variabel terikat yang dinyatakan dalam persentase seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5. 9 Hasil Uji R^2 Square

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,409 ^a	,167	,132	2444922,39076	,167	4,811	3	72	,004	1,934

a. Predictors: (Constant), X_3 , X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5.9, kita dapat melihat bahwa model regresi yang diwujudkan oleh variabel Modal Usaha (X_1), Jam Kerja (X_2), dan Jenis Dagangan (X_3) menampilkan skor r square senilai 0,167 atau 16,7%, yang memproyeksikan bahwa ketiga variabel independen ini memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi 16,7%

pada Pendapatan Pedagang (Y). Variabel lain yang tidak termasuk dalam model menyumbang 83,3% dari variasi tersebut. Korelasi positif yang sedang antara variabel independen dan variabel dependen ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,409. Sementara itu, tingkat penyesuaian model terhadap jumlah variabel bebas ditunjukkan oleh nilai persegi adjusted R sebesar 0,132, atau 13,2%. Nilai ini juga memproyeksikan bahwa korelasi model ini valid, meskipun tidak terlalu kuat.

Nilai F hitung sebesar 4,811 dengan signifikansi 0,004 ($< 0,05$) memproyeksikan bahwa model regresi ini signifikan secara statistik. Ini memproyeksikan bahwa ketiga variabel bebas mempengaruhi pendapatan pedagang secara bersamaan. Selain itu, nilai Standard Error of the Estimate sebesar 2.444.922,39 memproyeksikan tingkat penyimpangan antara nilai yang diprediksi oleh model dan nilai aktual pendapatan; nilai yang lebih kecil memproyeksikan kemampuan model untuk memprediksi variabel dependen. Terakhir, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak memiliki autokorelasi karena nilai Durbin-Watson sebesar 1,934 berada dalam rentang normal dari 1,5 hingga 2,5.

2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Uji F, juga dikenal sebagai uji linearitas model regresi, digunakan untuk menyelidiki pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel ANOVA berikut menampilkan hasil uji F.

Tabel 5. 10 Hasil Uji F Statistik

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86280576860874,690	3	28760192286958,230	4,811	,004 ^b
	Residual	430390475770704,250	72	5977645496815,337		
	Total	516671052631578,940	75			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5.10 di atas, diketahui bahwa hasil uji ANOVA memproyeksikan nilai F hitung sebesar 4,811 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,004, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang

terdiri dari variabel bebas Modal Usaha (X1), Jam Kerja (X2), dan Jenis Dagangan (X3) secara simultan (bersama-sama) mengandung pengaruh yang besar pada variabel dependen yaitu Pendapatan Pedagang (Y). Dengan nilai Sum of Squares untuk regresi sebesar 8.628.057.680.874,69, dan residual sebesar 4.303.904.757.707.074,25, maka kontribusi model dalam menjelaskan variasi total yakni sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{SS_{regresi}}{SS_{total}} = \frac{8.628.057.680.874,69}{5.166.710.526.315.578,94} \approx 0,167 \text{ atau } 16,7\%$$

Ini berarti bahwa ketiga variabel bebas (X1,X2,X3) secara bersama-sama menjelaskan sebesar 16,7% variasi pendapatan pedagang, sementara sisanya 83,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Model regresi linier berganda ini layak dan signifikan secara statistik, karena nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ dan F hitung lebih besar dari F tabel (dalam uji manual). Artinya, secara bersama-sama, Modal Usaha, Jam Kerja, dan Jenis Dagangan mengandung pengaruh nyata terhadap Pendapatan Pedagang di kawasan wisata Danau Kerinci. Temuan ini mendukung teori bahwa faktor ekonomi mikro seperti modal dan jenis barang dagangan, serta efisiensi dalam waktu kerja, memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha di sektor informal, khususnya di kawasan wisata.

3. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh yang substansial (parsial) terhadap variabel dependen, digunakan uji-t. Variabel Modal Usaha, Jam Kerja, dan Jenis Barang Dagangan mengandung efek parsial terhadap Pendapatan Pedagang jika tingkat signifikansi kurang dari 5%.

Tabel 5. 11 Hasil Uji T Statistik

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3252738,855	1079626,753		3,013	,004					
X1	,350	,093	,423	3,779	,000	,380	,407	,406	,925	1,081
X2	-71810,651	77925,320	-,101	-,922	,360	-,026	-,108	-,099	,963	1,038
X3	766501,862	656599,971	,129	1,167	,247	,031	,136	,126	,941	1,063

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

a. Variabel Modal Usaha

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa Hasil pengujian memproyeksikan bahwa nilai signifikansi yakni $0,000 < 0,05$, maka Modal Usaha berpengaruh besar pada Pendapatan Pedagang. Nilai koefisien sebesar Rp 0,35 berarti setiap tambahan Rp 1 pada modal usaha akan meningkatkan pendapatan pedagang sebesar Rp 0,35, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

b. Variabel Jam Kerja

Nilai signifikansi sebesar $0,360 > 0,05$ memproyeksikan bahwa Jam Kerja tidak berpengaruh besar pada pendapatan pedagang. Koefisien sebesar –Rp 71.810,65 memproyeksikan bahwa secara statistik, setiap penambahan 1 jam kerja per hari justru berkorelasi dengan penurunan pendapatan sebesar Rp 71.810,65, namun karena nilai ini tidak signifikan, hasil ini tidak dapat digeneralisasikan..

c. Variabel Jenis Dagangan

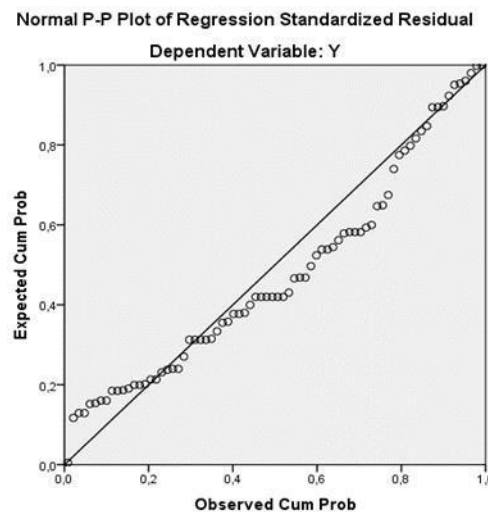
Nilai signifikansi sebesar $0,247 > 0,05$, artinya Jenis Dagangan tidak berpengaruh besar pada pendapatan pedagang. Sebesar Rp 766.501,86 memproyeksikan bahwa setiap perubahan jenis dagangan ke kategori yang lebih bernilai (misalnya dari jajanan ke kerajinan atau makanan berat) berpotensi meningkatkan pendapatan pedagang sebesar Rp 766.501,86, namun pengaruh ini tidak signifikan secara statistik dalam model ini.

5.4.2 Pengujian Asumsi Klasik

Model yang dihasilkan sebelum dipergunakan untuk pengujian hipotesis, maka dilangsungkan pengujian dengan uji asumsi klasik untuk mendapatkan model yang “*blues*” atau “*best fit model*”.

1. Normalitas Data

Dalam model linear, teori statistik menyatakan bahwa hanya residual variabel dependen (Y) yang memerlukan uji normalitas. Sedangkan variabel independen diasumsikan bukan fungsi distribusi, sehingga meniadakan perlunya uji normalitas. Grafik Normal P-P Plot berikut menunjukkan hasil uji normalitas residual:



Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Gambar 5. 2 Normalitas Data

Berdasarkan Gambar 5.1 Normal P–P Plot of Regression Standardized Residual, Titik-titik residual tersebar di seluruh garis diagonal dan bergerak dari kiri bawah ke kanan atas. Menurut pola ini, residual, yang ialah perbedaan antara nilai observasi dan prediksi, dalam model regresi menyebar secara simetris dan mengikuti pola distribusi normal. Tampak bahwa tidak ada garis diagonal menyimpang jauh atau penyimpangan yang signifikan. Oleh karena itu, pendapatan pedagang, variabel dependen Y, memenuhi asumsi normalitas. Dalam analisis regresi linier berganda, pemenuhan asumsi normalitas ini sangat penting karena memastikan bahwa hasil estimasi model dapat diinterpretasikan dengan benar dan dipergunakan untuk pengambilan keputusan

statistik yang tepat..

2. Uji Multikolinieritas

Skor Toleransi serta *variance inflation factor* (VIF) dapat dipergunakan untuk menentukan keberadaan multikolinearitas dalam suatu model regresi. Tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi dapat disimpulkan jika skor VIF < 10 serta skor tolerance lebih besar 5%. Hasil analisis yang dilangsungkan dengan perangkat lunak SPSS yskni selaku berikut:

Tabel 5. 12 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3252738,855	1079626,753						
X1	,350	,093	,423	,380	,407	,406	,925	1,081
X2	-71810,651	77925,320	-,101	-,026	-,108	-,099	,963	1,038
X3	766501,862	656599,971	,129	,031	,136	,126	,941	1,063

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah,2025

Berdasarkan tabel di atas, Semua variabel bebas dalam model regresi memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai Pengaruh Inflasi Variabel (VIF) kurang dari 10. Informasi ini diperoleh dari Tabel Koefisien. Toleransi variabel modal usaha sebesar 0,925 dan VIF sebesar 1,081; Toleransi variabel jam kerja sebesar 0,963 dan VIF sebesar 1,038; dan Toleransi variabel jenis dagang sebesar 0,941 dan VIF sebesar 1,063. Karena tidak ada variabel dalam model yang memiliki korelasi tinggi satu sama lain, nilai-nilai ini memproyeksikan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

Dengan demikian, setiap variabel bebas dalam model regresi ini memiliki kekuatan sendiri dan tidak mempengaruhi satu sama lain secara signifikan. Hal ini

memperkuat gagasan bahwa model regresi linier berganda yang dipergunakan dalam penelitian ini layak dipergunakan untuk menganalisis pengaruh Jam Kerja, Jenis Dagangan, dan Modal Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di kawasan wisata Danau Kerinci.

3. Uji Autokorelasi

Korelasi atau korelasi antara serangkaian observasi yang disusun secara kronologis atau spasial dikenal selaku autokorelasi. Uji Durbin-Watson dipergunakan guna menentukan keberadaan autokorelasi dalam model regresi yang dipergunakan dalam penelitian ini, dan hasilnya yakni 2,052.

Tabel 5. 13 Durbin-Watson test

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,409 ^a	,167	,132	2444922,39076	,167	4,811	3	72	,004	1,934

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5.11 diatas, Nilai Durbin-Watson sebesar 1,934, yang mendekati angka 2. Hal ini memproyeksikan bahwa model regresi yang dipergunakan tidak memproyeksikan autokorelasi. Ini berarti bahwa nilai residual, atau galat, dari satu peristiwa tidak berkorelasi dengan nilai residual dari peristiwa lain. Untuk memastikan bahwa hasil estimasi model tidak dipengaruhi oleh pola korelasi residual yang berulang atau sistematis, ketiadaan autokorelasi ini ialah syarat penting dalam regresi linier klasik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipergunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi bebas autokorelasi. Akibatnya, model ini dapat dipergunakan untuk menguji pengaruh variabel Modal Usaha, Jam Kerja, dan Jenis Dagangan terhadap pendapatan pedagang di kawasan wisata Danau Kerinci.

Dengan menggunakan uji statistik Durbin watson dua ujung (two failed) maka patokan yang dipergunakan yakni sebagai berikut:

$d < d_l$ = berarti terdapat autokorelasi positif

$d > d_U$ = berarti tidak terdapat autokorelasi positif

$(4-d) < dl$ = berarti terdapat autokorelasi negatif

$(4-d) > dU$ = berarti tidak terdapat autokorelasi negatif

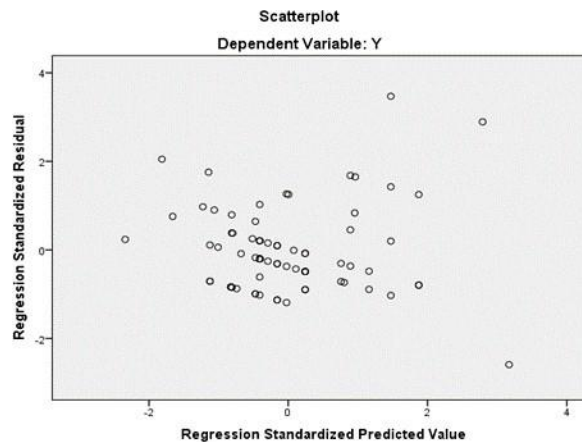
$du < d < (4-du)$ = berarti tidak terdapat autokorelasi

$dl < d < \text{atau } (4-du)$ = berarti tidak dapat disimpulkan

Oleh karena itu, fakta bahwa tidak ada autokorelasi ditunjukkan oleh model regresi yang digunakan, memperkuat validitas dan keandalan hasil penelitian.

4. Uji Heteroskedastisitas

Mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilangsungkan dengan gambar grafik nilai-nilai residu. Uji Breusch – Godfrey dan Uji Park. Penelitian ini mempergunakan uji Breusch-Godfrey.



Gambar 5. 3 Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik terdistribusi secara acak serta terdistribusi tinggi di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y. Pola distribusi ini memproyeksikan bahwa model regresi yang dipergunakan tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

5.4.3 Pengertian Statistik

Berdasarkan hasil Regresi pada tabel 5.6 tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

1. Konstanta = 3.252.738,855

Konstanta ini memproyeksikan bahwa pendapatan pedagang (Y) yang

diharapkan yakni sebesar Rp.3.252.738,855 jika semua variabel independen—Modal Usaha (X1), Jam Kerja (X2), dan Jenis Dagangan (X3) dianggap tidak ada. Ini memproyeksikan pendapatan dasar tanpa pengaruh dari ketiga variabel independen tersebut.

2. Koefisien Modal Usaha = 0,350

memproyeksikan bahwa, dengan asumsi variabel Jam Kerja dan Jenis Dagangan tetap, Koefisien sebesar 0,350 berarti setiap tambahan Rp 1 pada modal usaha akan meningkatkan pendapatan sebesar Rp 0,35. Nilai signifikansi 0,000 memproyeksikan pengaruh yang signifikan (kurang dari 0,05), memproyeksikan bahwa Modal Usaha mengandung pengaruh yang besar pada pendapatan pedagang..

3. Koefisien Jam Kerja = -71.810,651

Koefisien Ini memproyeksikan bahwa, dengan asumsi variabel lainnya tetap, variabel Jam Kerja mengandung pengaruh terhadap pendapatan pedagang. -Rp.71.810,651 memproyeksikan penurunan pendapatan, namun nilai signifikansi 0,360 menyatakan bahwa pengaruhnya tidak signifikan.

4. Koefisien Jenis Dagangan = 766.501,862

Koefisien Rp 766.501,862 memproyeksikan bahwa perubahan jenis dagangan berpotensi meningkatkan pendapatan, namun nilai signifikansi 0,247 memproyeksikan pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik.

5.4.4 Analisis Ekonomi

5.4.4.1 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang

Modal usaha ialah fondasi utama dalam menjalankan aktivitas ekonomi, khususnya dalam konteks usaha kecil dan menengah (UMKM). Berdasarkan hasil analisis regresi dalam penelitian ini, variabel Modal Usaha (X1) memproyeksikan pengaruh yang positif dan besar pada Pendapatan Pedagang dengan koefisien regresi sebesar 0,350 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Artinya, secara statistik, setiap penambahan Rp1 pada modal usaha akan meningkatkan pendapatan sebesar Rp0,35,

dengan asumsi variabel lain tetap.

Secara ekonomi mikro, hal ini sangat logis. Modal usaha yang lebih besar memungkinkan pedagang untuk:

1. Menambah volume persediaan dagangan, sehingga dapat memenuhi permintaan pasar yang lebih tinggi.
2. Menyempurnakan mutu produk, baik dari segi kemasan, bahan baku, maupun keunikan, yang dapat meningkatkan daya jual.
3. Memperluas jenis produk, sehingga pedagang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih beragam.
4. Berinvestasi dalam pemasaran atau promosi, misalnya dengan spanduk, diskon, atau penataan etalase yang lebih menarik.

Sejumlah faktor ini memberikan keunggulan kompetitif di tengah persaingan ketat antar pedagang, khususnya di kawasan wisata seperti Danau Kerinci, di mana perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh tampilan dan daya tarik produk.

Penemuan ini sejalan dengan penelitian (Ervin Suprpti, 2018) dalam Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, yang menyimpulkan bahwa modal usaha ialah variabel dominan dalam mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional di Kota Semarang. Suprpti menemukan bahwa modal tidak hanya memungkinkan penambahan stok, tetapi juga memperluas kapasitas produksi dan daya saing produk. Demikian pula, penelitian (Oktaviani, 2021) yang dilangsungkan di Pasar Surade, Sukabumi, membuktikan bahwa pedagang dengan modal yang lebih besar cenderung memiliki pendapatan 25–35% lebih tinggi dibanding pedagang dengan modal terbatas, terutama karena mereka mampu menjual dalam skala lebih besar dan mendapatkan harga grosir yang lebih menguntungkan.

Lebih lanjut, (Utami, 2020) dan (Hamsiah, 2023) juga menemukan bahwa modal memiliki korelasi kuat dengan tingkat produksi dan omset. Dalam konteks UMKM, peningkatan modal dapat diartikan sebagai percepatan pertumbuhan usaha, karena setiap modal tambahan memberi fleksibilitas dalam mengelola stok, logistik, dan pelayanan.

5. Faktor Kontekstual

Namun demikian, pengaruh modal terhadap pendapatan tidak semata-mata bersifat linier. Efektivitas penggunaan modal juga dipengaruhi oleh beberapa hal:

a. Manajemen Modal yang Efektif

Tidak semua pedagang mampu memanfaatkan tambahan modal secara optimal. Tanpa manajemen keuangan yang baik, modal bisa saja habis untuk pembelian stok yang tidak sesuai pasar atau pemborosan biaya operasional.

b. Akses terhadap Modal Produktif

Sumber modal juga memengaruhi dampaknya. Modal dari hasil pinjaman berbunga tinggi (misalnya dari rentenir) justru bisa membebani pedagang. Sementara modal dari tabungan sendiri atau koperasi cenderung lebih efisien.

c. Jenis Dagangan yang Dijual

Produk dengan margin tinggi seperti oleh-oleh khas, kerajinan tangan, atau makanan lokal memberi pengaruh lebih besar terhadap pendapatan ketika dimodali secara memadai dibanding produk umum yang marginnya tipis.

d. Musim dan Pola Wisatawan

Di kawasan wisata, efektivitas modal juga bergantung pada musim kunjungan wisatawan. Modal yang besar namun dipergunakan saat musim sepi mungkin tidak memberi hasil maksimal.

Modal usaha bukan hanya sekadar angka nominal, tetapi alat strategis yang jika dipergunakan secara tepat, dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing pedagang. Temuan dalam penelitian ini menegaskan bahwa di kawasan wisata seperti Danau Kerinci, penguatan akses modal dan pelatihan manajemen usaha sangat penting untuk menambah tingkat kesejahteraan pelaku usaha mikro. Pemerintah daerah dan lembaga keuangan dapat memainkan peran strategis dengan memberikan pembiayaan lunak dan edukasi bisnis kepada pedagang lokal.

5.4.4.2 Pengaruh Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang

Dalam penelitian ini, variabel Jam Kerja (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar $-71.810,651$ dan nilai signifikansi $0,360 (> 0,05)$, yang memproyeksikan bahwa secara statistik, jam kerja tidak berpengaruh besar pada pendapatan pedagang di kawasan wisata Danau Kerinci. Dengan kata lain, bertambahnya jam kerja tidak serta-merta meningkatkan pendapatan, dan bahkan memproyeksikan kecenderungan penurunan. Temuan ini bertolak belakang dengan teori ekonomi klasik yang menyatakan bahwa peningkatan jam kerja seharusnya berbanding lurus dengan peningkatan output dan pendapatan. Secara ekonomi, waktu berdagang yang lebih panjang memberikan lebih banyak kesempatan untuk menarik pelanggan, meningkatkan transaksi, dan memaksimalkan pendapatan harian. Namun dalam konteks empiris kawasan wisata Danau Kerinci, asumsi ini tidak sepenuhnya terbukti.

Terdapat beberapa faktor penting yang dapat menjelaskan anomali ini:

1. Jam Operasional Wisata yang Terbatas

Banyak lokasi wisata memiliki jam kunjungan yang terbatas, biasanya padat hanya di akhir pekan atau hari libur. Sehingga, memperpanjang jam berdagang di luar waktu kunjungan utama justru tidak efisien secara ekonomi, karena volume pengunjung menurun drastis di luar jam sibuk.

2. Kualitas Interaksi vs. Kuantitas Jam Kerja

Interaksi yang berkualitas dengan pelanggan, strategi promosi, dan pelayanan yang baik lebih menentukan penjualan dibanding sekadar lamanya waktu membuka lapak. Pedagang yang bekerja cerdas dengan memanfaatkan waktu sibuk secara optimal cenderung lebih berhasil.

3. Kelelahan Fisik dan Produktivitas Menurun

Semakin panjang jam kerja, semakin tinggi pula tingkat kelelahan, terutama jika tidak dibarengi dengan manajemen energi yang baik. Penurunan fokus dan performa dalam melayani pelanggan dapat mengurangi efektivitas penjualan, bahkan jika waktu berdagang lebih lama.

4. Kondisi Cuaca dan Lingkungan Wisata

Kawasan wisata seperti Danau Kerinci sangat bergantung pada kondisi

cuaca dan musim wisata. Ketika cuaca buruk atau musim sepi wisatawan, jam kerja panjang tidak memberikan dampak berarti terhadap penjualan.

5. Tidak Meratanya Distribusi Konsumen

Tidak semua lokasi dagang strategis. Pedagang yang berjualan di lokasi kurang ramai meskipun bekerja lebih lama, tetap akan kesulitan menarik pelanggan, sehingga waktu tambahan tidak memberikan keuntungan berarti.

Temuan ini berbeda dengan penelitian lain, seperti (Sari & Lestari, 2020) yang meneliti pedagang sayur di pasar tradisional Batu dan Malang. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa jam kerja secara parsial berpengaruh besar pada pendapatan karena aktivitas jual beli terjadi hampir sepanjang hari dengan perputaran pembeli yang tinggi dan kontinu. Konteks ini jelas berbeda dengan pasar wisata, di mana permintaan bersifat musiman dan fluktuatif.

Penyebab Variabel X2 (Jam Kerja) tidak signifikan :

1. Variasi data kecil / distribusi jam kerja yang homogen: banyak responden melapor jam kerja panjang serupa : sedikit variasi membuat hubungan statistik sulit terdeteksi. (disebut di bagian pembahasan skripsi Anda).
2. Efek non-linier atau penurunan produktivitas: koefisien negatif (-71.810,65) menunjukkan kemungkinan jam kerja terlalu panjang justru menurunkan efektivitas (kelelahan, waktu di jam sepi). Karena tidak signifikan, hasil ini menunjukkan *arah* efek tapi belum kuat secara statistik.
3. Ketergantungan pada faktor eksternal (visitor flow / cuaca / lokasi): jam kerja hanya efektif bila didukung arus pengunjung; pada daerah wisata permintaan bersifat musiman sehingga jam panjang di hari sepi tidak menambah penjualan. Skripsi Anda menyebutkan alasan ini.
4. Pengukuran / pengkodean variabel: jika jam kerja diukur sebagai jam total per hari (kontinu) tanpa memasukkan *kapan* jam tersebut (jam sibuk x sepi), maka efek riil jam kerja pada puncak kunjungan teredam. (penjelasan ada di analisis ekonomi).

Perbandingan dengan literatur: beberapa studi menemukan jam kerja signifikan (Hanum 2017; Pertiwi 2023) namun konteksnya berbeda (pasar

tradisional/otomatis dengan arus pembeli sepanjang hari), sementara studi di kawasan wisata sering melaporkan kondisi *musiman* sehingga jam kerja parsial tidak selalu signifikan. Tabel penelitian terdahulu di skripsi Anda sudah menyebutkan perbedaan temuan ini

Menurut (Hasan, 2021) dalam jurnal Jurnal Ekonomi Pembangunan, jam kerja hanya memberikan positif pada pendapatan apabila didukung oleh kondisi eksternal seperti lokasi strategis, arus wisatawan, dan strategi promosi yang efektif. Dalam kasus Danau Kerinci, kemungkinan besar banyak pedagang yang bekerja dalam kondisi kurang optimal, sehingga waktu kerja tidak berbanding lurus dengan pendapatan.

5.4.4.3 Pengaruh Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang

Jenis dagangan ialah diantara faktor penting yang menentukan besar kecilnya pendapatan yang diperoleh pedagang di kawasan wisata. Berdasarkan hasil analisis regresi, diketahui bahwa variabel Jenis Dagangan (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 766.501,862 dan nilai signifikansi sebesar 0,247 ($> 0,05$). Artinya, secara statistik, jenis dagangan tidak berpengaruh besar pada pendapatan pedagang pada taraf kepercayaan 95%. Namun demikian, secara ekonomi, nilai koefisien yang cukup besar memproyeksikan adanya potensi pengaruh positif, walaupun tidak signifikan secara statistik dalam model ini.

Penyebab Variabel X3 (Jenis Dagangan) positif dan tidak signifikan :

1. Kurangnya variasi antar kategori / homogeneitas produk: bila pedagang menjual jenis dagangan yang relatif serupa (mis. banyak penjual makanan ringan), variabilitas yang dibutuhkan untuk menangkap efek jenis dagangan kecil $\rightarrow$ signifikansi tidak muncul. Skripsi Anda menyebut “kesamaan jenis dagangan” sebagai kemungkinan.
2. Permintaan musiman / kualitas vs kategori: jenis dagangan dikodekan kategori broad (makanan / souvenir / jasa). Tetapi yang menentukan pembelian wisatawan sering kali = kualitas, keunikan budaya, atau pemasaran — bukan hanya kategori kasar. Oleh karena itu kategori X3 kehilangan daya prediksi.

3. Ukuran sampel & pembagian kategori: jika beberapa kategori punya sampel kecil (jasa hanya 50 dari 315 pedagang) → estimasi koefisien besar tapi tidak presisi → p-value besar (tidak signifikan). Anda punya tabel distribusi jenis dagangan di Bab III (Tabel jumlah pedagang per jenis).

Beberapa studi lain juga melaporkan hasil serupa: skripsi Anda menyitir Wahyuni (2020) dan Setiawan (2021) yang menemukan jenis dagangan tidak signifikan di beberapa konteks wisata; namun ada juga studi (Firmansyah 2019, Atun 2016) yang menemukan jenis dagangan berpengaruh—menunjukkan hasil tergantung konteks dan metodologi.

Secara praktis, jenis barang dagangan yang dijual berperan dalam menarik minat konsumen, khususnya wisatawan. Produk dengan daya tarik tinggi seperti kuliner khas daerah, kerajinan tangan, dan oleh-oleh lokal, cenderung memiliki nilai jual dan margin keuntungan yang lebih tinggi disandingkan produk umum seperti jajanan ringan atau minuman kemasan. Oleh karena itu, pedagang yang memilih jenis dagangan yang unik, bernilai tambah, dan sesuai dengan selera pasar wisatawan berpeluang memperoleh pendapatan lebih tinggi. Hasil ini sejalan dengan temuan (Yuliana & Firmansyah, 2017) yang menyatakan bahwa jenis produk yang ditawarkan berefek pada tingkat pendapatan, terutama jika produk tersebut memiliki keunikan lokal dan nilai budaya. Selain itu, (Amalia & Hidayat, 2022) menegaskan bahwa pemilihan jenis barang dagangan yang tepat, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan, ialah faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan keuntungan pedagang UMKM di daerah pariwisata. Namun, dalam konteks penelitian ini, ketidaksignifikanan variabel jenis dagangan bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti:

1. Kesamaan jenis dagangan antar pedagang, yang menyebabkan kurangnya variasi data.
2. Kurangnya inovasi produk yang membuat banyak barang dagangan menjadi homogen dan kurang menarik bagi konsumen.
3. Tidak semua jenis dagangan memiliki permintaan tinggi sepanjang waktu, sehingga fluktuasi minat wisatawan bisa memengaruhi pendapatan.

Oleh karena itu, meskipun secara statistik variabel ini tidak signifikan, pedagang tetap perlu memperhatikan strategi diversifikasi produk, menyempurnakan mutu dan estetika barang dagangan, serta menyesuaikan jenis dagangan dengan tren wisata dan musim kunjungan wisatawan.

Menariknya, jurnal dari (Mitra Manajemen, 2018) juga mencatat bahwa meskipun pada beberapa wilayah jenis dagangan tidak signifikan secara statistik, korelasi ekonominya tetap kuat, terutama dalam konteks pariwisata. Bahkan, penelitian di Pasar Tidore menemukan korelasi positif dan signifikan antara jenis dagangan dan pendapatan, dan penelitian di Pasar Prambanan mencatat bahwa jenis dagangan menyumbang 5,07% terhadap variasi pendapatan pedagang (Atun, 2016). Dengan demikian, meskipun hasil regresi memproyeksikan ketidaksignifikanan statistik, pedagang di kawasan wisata tetap disarankan untuk:

1. Melakukan diversifikasi produk untuk meningkatkan pilihan dan segmentasi pasar.
2. Mengutamakan produk bernilai budaya atau lokal yang menarik bagi wisatawan.
3. Menyempurnakan mutu visual dan kemasan produk, yang menjadi satu dari daya tarik utama dalam pasar wisata.
4. Mengikuti tren dan selera konsumen wisata, agar produk tetap relevan dan diminati sepanjang waktu.

Dalam era pariwisata modern, tidak cukup hanya menjual barang pedagang wajib menjual pengalaman dan nilai budaya yang terkandung dalam produk mereka. Oleh karena itu, jenis dagangan tetap wajib diperlakukan sebagai strategi utama dalam merancang model bisnis yang berkelanjutan di kawasan wisata.