

Pengaruh Banyaknya Toko Online Terhadap Pendapatan Toko Offline

Palma Juanta 1* Dexi Lo Fandy 2, Warren Garvin Sutjipto 3, Laurencia Loveilla 4

¹²³⁴ Universitas Prima Indonesia

INFO ARTIKEL

Sejarah artikel:

Diterima 22-06-2026

Disetujui 04-08-2026

Diterbitkan 05-08-2026

Penulis Korespondensi*:

Palma Juanta

Universitas Prima Indonesia,

Indonesia

palmajuanta@unprimdn.ac.id



©2025 Penulis. Diterbitkan oleh PT. Good Novelty Group. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY SA (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mendorong pertumbuhan e-commerce yang semakin pesat, sehingga mengubah perilaku konsumen dalam melakukan aktivitas belanja. Kondisi ini memunculkan persaingan yang semakin ketat antara toko online dan toko offline, yang diduga berdampak pada pendapatan pelaku usaha konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh banyaknya toko online terhadap pendapatan toko offline di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei dan metode analisis regresi linier sederhana. Sampel penelitian terdiri atas 41 pemilik atau pengelola toko offline yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui angket berskala Likert empat pilihan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,763. Analisis regresi menghasilkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,888 dan koefisien determinasi (R²) sebesar 0,789, yang berarti bahwa banyaknya toko online mampu menjelaskan 78,9% variasi perubahan pendapatan toko offline, sedangkan sisanya sebesar 21,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji ANOVA menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05), sehingga hipotesis penelitian diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin berkembangnya toko online memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan toko offline, ditandai dengan perubahan perilaku konsumen, meningkatnya persaingan usaha, serta perlunya strategi adaptasi bagi pelaku usaha konvensional agar tetap mampu bersaing di era digital.

KATA KUNCI: toko online, toko offline, pendapatan, e-commerce, regresi linier sederhana.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet di dunia telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam aktivitas perdagangan. Salah satu perubahan yang paling signifikan adalah munculnya perdagangan elektronik atau e-commerce, yaitu kegiatan jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui media internet. Kehadiran e-commerce memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen, seperti kemudahan akses, pilihan produk yang lebih banyak, serta transaksi yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Kondisi ini membuat pola perilaku konsumen di berbagai negara mulai beralih dari transaksi konvensional ke transaksi digital. Perkembangan teknologi digital tersebut secara tidak langsung mengubah sistem perdagangan global serta meningkatkan persaingan antara pelaku usaha berbasis online dan

usaha konvensional atau offline.(Herlina Herlina,dkk,2024). Perkembangan pesat e-commerce juga dipengaruhi oleh situasi global seperti pandemi COVID-19 yang mendorong masyarakat untuk mengurangi aktivitas fisik di luar rumah. Kondisi tersebut mempercepat transformasi digital dalam sektor perdagangan dan meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja melalui platform online. Perubahan perilaku konsumen ini membuat aktivitas belanja yang sebelumnya banyak dilakukan di toko offline beralih ke toko online. Hal tersebut secara tidak langsung menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara pedagang online dan pedagang konvensional.(Ratna Sari Handayani,dkk,2024). Di Indonesia, perkembangan toko online juga mengalami peningkatan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada semakin banyak digunakan oleh masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli secara online. Hal ini didukung oleh meningkatnya penggunaan internet serta perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung memilih cara berbelanja yang lebih praktis dan efisien. Namun, perkembangan toko online ini juga menimbulkan persaingan yang cukup ketat bagi pelaku usaha konvensional. Banyak penelitian menunjukkan bahwa keberadaan e-commerce dapat memengaruhi tingkat penjualan toko offline karena sebagian konsumen lebih memilih berbelanja secara online dibandingkan datang langsung ke toko fisik.(Shelly Rafanda,dkk,2024)

Fenomena tersebut juga terjadi di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Kota Medan. Sebagai salah satu kota besar di Indonesia, Medan memiliki aktivitas perdagangan yang cukup tinggi dengan banyaknya pusat perbelanjaan, pasar tradisional, serta toko-toko ritel yang beroperasi secara offline. Namun, seiring berkembangnya teknologi digital dan meningkatnya penggunaan marketplace serta media sosial sebagai sarana jual beli, banyak pelaku usaha yang mulai beralih ke sistem penjualan online. Penelitian yang dilakukan di Pasar Raya MMTc Medan menunjukkan bahwa meningkatnya jumlah toko online memberikan pengaruh signifikan terhadap penurunan pendapatan pedagang toko offline, khususnya pada pedagang pakaian dan kosmetik. Berdasarkan hasil penelitian di Pasar Raya MMTc Medan, 78% pedagang toko offline menyatakan bahwa pendapatan mereka mengalami penurunan akibat meningkatnya jumlah toko online. Selain itu, 62% pedagang mengungkapkan bahwa konsumen kini lebih memilih berbelanja secara online dibandingkan datang langsung ke toko, sehingga berdampak pada menurunnya jumlah pembeli di pasar tradisional. (Wiji Syahfitri,dkk,2023) Untuk itu kita berasumsi bahwa semakin banyaknya toko online dapat memberikan pengaruh terhadap toko offline.berdasarkan latar belakang di atas, kami tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh banyaknya toko online terhadap pendapatan toko offline”**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan April. Tempat penelitian di lakukan di kota Medan ,khususnya toko toko offline sekitar UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA(UNPRI) atau di lingkungan sekitar Medan maupun pusat pembelanjaan yang terdampak oleh perkembangan toko online.

Tabel 1 Rencana Waktu Penelitian

NO	KEGIATAN PENELITIAN	Apr-26				Mei 2026			
		M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4
1	persiapan penelitian - studi literatur - penyusunan proposal								
2	Awal pelaksanaan - revisi proposal - penyusunan angket								
3	Pelaksanaan penelitian - penyebaran angket - pengumpulan data								
4	Pengolahan data - input data - analisis data								
5	Penyusunan laporan - penulisan hasil - Kesimpulan & saran								
6	Tahap akhir - Revisi laporan								



Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan menggunakan data berbentuk angka dan analisis statistik. Penelitian ini juga bersifat deskriptif dan asosiatif, yaitu:

1. Deskriptif, karena bertujuan untuk menggambarkan kondisi banyaknya toko online dan pendapatan toko offline.
2. Asosiatif, karena bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel bebas (banyaknya toko online) terhadap variabel terikat (pendapatan toko offline).

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian survei. Penelitian survei dilakukan dengan cara mengumpulkan data langsung dari responden menggunakan angket atau kuesioner. Pendekatan yang digunakan adalah cross-sectional, yaitu pengambilan data dilakukan dalam satu waktu tertentu tanpa pengamatan berulang.

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah banyaknya toko online (X), yaitu jumlah atau tingkat perkembangan toko online yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja.

Sementara itu, variabel terikat dalam penelitian ini adalah pendapatan toko offline (Y), yaitu jumlah penghasilan yang diperoleh oleh pemilik toko offline dalam periode tertentu. Dalam penelitian ini, variabel banyaknya toko online diduga memiliki pengaruh terhadap variabel pendapatan toko offline, sehingga semakin meningkatnya jumlah toko online dapat menyebabkan perubahan, baik peningkatan maupun penurunan, pada pendapatan toko offline.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik atau pedagang toko offline yang berada di Kota Medan. Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik sampling purposive, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, seperti pedagang yang telah menjalankan usaha minimal 1 tahun dan mengalami perubahan pendapatan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 responden pemilik toko offline.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun secara sistematis untuk memperoleh data dari responden. Angket ini ditujukan kepada pemilik atau pedagang toko offline guna mengetahui pengaruh banyaknya toko online terhadap pendapatan yang mereka peroleh.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yang bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap pernyataan yang diberikan. Skala Likert yang digunakan terdiri dari lima kategori jawaban, yaitu:

Skor 4 = Sangat Setuju (SS)

Skor 3 = Setuju (S)

Skor 2 = Kurang Setuju (KS)

Skor 1 = Tidak Setuju (TS)

Spesifikasi Penelitian

Tabel 2. Spesifikasi Penelitian

NO	INDIKATOR	NO SOAL	JUMLAH
1.	Dampak toko online terhadap pendapatan	1,2,6,10	4
2.	Perubahan perilaku konsumen	3,7,11,16	4
3.	Persaingan usaha	4,5,12,18	4
4.	Strategi adaptasi usaha	8,9,17,20	4
5.	Presepsi pelaku usaha	13,14,15,19	4

Prosedur penelitian dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang disusun secara sistematis agar proses penelitian berjalan dengan baik. Tahap pertama adalah menentukan topik dan judul penelitian, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan proposal penelitian berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan. Setelah itu, peneliti menentukan populasi dan sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian. Selanjutnya, peneliti menyusun instrumen penelitian berupa angket atau kuesioner yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Setelah angket disusun, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada pemilik atau pedagang toko offline yang menjadi sampel penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai untuk mengetahui pengaruh antara variabel yang diteliti. Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, serta menyusun laporan penelitian secara keseluruhan. Dengan prosedur ini, diharapkan penelitian dapat menghasilkan data yang valid dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik Analisis Instrumen Penelitian

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan pada angket mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap seluruh item pernyataan pada angket mengenai banyaknya toko online dan pendapatan toko offline. Uji validitas product moment person correlation menggunakan prinsip mengkorelasikan atau menghubungkan antara masing masing skor item atau soal dengan skor total yang di peroleh dari jawaban responden atas kuesioner.

Dasar pengambilan Keputusan uji validitas product moment menggunakan cara membandingkan nilai r tabel:

-jika nilai r hitung > r tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid

-jika nilai r hitung < r tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid

Uji validitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS dengan teknik korelasi Product Moment Pearson. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5%.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Arikunto 2013:318)

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi variabel X dan variabel Y

N = Jumlah item

X = Nilai untuk setiap item

Y = Total nilai setiap item

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali.

Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS dengan metode Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas yang dicari

$\sum S_i^2$: Jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t^2 : Varians total

N : Jumlah butir

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada responden akan diolah dan dianalisis menggunakan bantuan program SPSS. Analisis data dilakukan untuk mengetahui pengaruh banyaknya toko online terhadap pendapatan toko offline. Adapun langkah-langkah analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Menentukan Mean

untuk mengetahui rata rata skor variable pengaruh banyaknya toko online terhadap pendapatan toko offline di gunakan rumus mean sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{N}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ = rata-rata skor siswa kelas eksperimen

$\sum X_i$ = jumlah skor siswa

N = jumlah sampel siswa

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS melalui uji Kolmogorov-Smirnov.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Menentukan Standar Deviasi

Menghitung standar deviasi dengan menggunakan rumus:

$$S = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{X})^2}{N - 1}}$$

Keterangan:

S = standar deviasi

$\bar{X}$ = rata-rata skor

N = jumlah sampel

X_i = jumlah skor

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen, yaitu banyaknya toko online, dengan variabel dependen, yaitu pendapatan toko offline, bersifat linear atau tidak. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear sederhana yang digunakan sesuai dengan hubungan antar variabel dalam penelitian.

Pengujian linearitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS pada taraf signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hubungan antara banyaknya toko online dan pendapatan toko offline dinyatakan linear.

Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh banyaknya toko online (X) terhadap pendapatan toko offline (Y). Analisis ini digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian.

Persamaan regresi linear sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Pendapatan toko offline (variabel terikat)

X = Banyaknya toko online (variabel bebas)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap 30 responden yang terdiri dari pemilik maupun pengelola toko offline yang berada di sekitar Medan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh banyaknya toko online terhadap keberlangsungan toko offline di sekitar lingkungan kota Medan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket yang terdiri dari 20 butir pernyataan dengan menggunakan skala Likert 4.

Data yang diperoleh kemudian diolah untuk mengetahui bagaimana pengaruh perkembangan toko online terhadap kondisi penjualan, jumlah pelanggan, serta daya saing toko offline di sekitar Universitas Prima Indonesia.

Deskripsi Data Skor Pengaruh Banyaknya Toko Online Terhadap Toko Offline

Data pengaruh banyaknya toko online terhadap toko offline diperoleh melalui angket yang terdiri dari 20 butir pernyataan dengan skala Likert 4 pilihan (Sangat Setuju = 4, Setuju = 3, Kurang Setuju = 2, Tidak Setuju = 1). Skor maksimum teoritis adalah 80. Hasil perhitungan skor total disajikan sebagai berikut.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Skor pengaruh banyaknya toko online terhadap toko offline

NO	STATISTIK	NILAI
1	Jumlah Responden	30
2	Skor Minimum	40
3	Skor Maksimum	80
4	Rata-rata(mean)	64,73
5	Standar deviasi	8,52
6	Median	66,00
7	Modus	68

Rata-rata skor pengaruh banyaknya toko online terhadap toko offline sebesar 64,73 berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum banyaknya toko online memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap keberlangsungan dan aktivitas toko offline di sekitar lingkungan kota Medan.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Pengaruh Banyaknya Toko Online terhadap Toko Offline

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase(%)
Rendah	<50	3	10,00
Sedang	50-65	9	30,00
Tinggi	66-80	18	60,00
Total	-	30	100

Mayoritas responden (60%) berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan adanya pengaruh yang cukup besar dari banyaknya toko online terhadap toko offline di sekitar Universitas Prima Indonesia.

Tabel 5 Rata-rata Skor per Butir Soal (10 Tertinggi dan 10 Terendah)

NO	BUTIR SOAL	RATA RATA SKOR
1	S1	3,50
2	S8	3,47
3	S9	3,37
4	S20	3,30
5	S19	3,23
6	S17	3,17
7	S3	3,03
8	S7	3,00
9	S4	2,77
10	S13	2,87
NO	BUTIR SOAL	RATA RATA SKOR
1	S6	2,20
2	S10	2,30
3	S12	2,40
4	S16	2,43
5	S15	2,47
6	S14	2,63
7	S11	2,70
8	S5	2,73

9	S18	2,87
10	S13	2,73

Rata-rata tertinggi terdapat pada butir S1 (3,50), yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju bahwa perkembangan toko online memberikan pengaruh terhadap toko offline di sekitar Lingkungan kota Medan. Sedangkan rata-rata terendah berada pada butir S6 (2,20), yang menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian responden yang merasa pengaruh toko online terhadap toko offline tidak terlalu besar pada aspek tertentu.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan analisis korelasi Product Moment Pearson. Hasil uji validitas terhadap 20 butir pertanyaan menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi (Sig.) yang berada di bawah 0,05 sehingga seluruh item dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 6. Ringkasan Hasil Uji Validitas

Indikator	Jumlah Butir	Butir Valid	Butir Tidak Valid	Keterangan
Pengaruh Toko Online(X)	10	10	0	Valid
Kondisi Toko Offline(Y)	10	10	0	Valid
Total	20	20	0	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS, seluruh butir pernyataan memiliki nilai korelasi yang memenuhi syarat validitas. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengukur pengaruh banyaknya toko online terhadap toko offline di sekitar Lingkungan Medan dan di sekitar UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA(UNPRI).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat keandalan atau konsistensi instrumen penelitian. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu menghasilkan hasil yang stabil dan konsisten apabila pengukuran diulang pada kondisi yang sama (Sugiyono, 2022; Setyaedhi et al., 2024). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bebas dari kesalahan acak sehingga hasil pengukurannya dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's Alpha, yang merupakan metode paling umum untuk menguji konsistensi internal instrumen berbasis skala (seperti kuesioner Likert). Menurut Hair et al. (2021) dan berbagai penelitian terkini, nilai Cronbach's Alpha yang diterima untuk penelitian ilmiah adalah minimal 0,70. Semakin mendekati nilai 1,00, semakin tinggi reliabilitas instrumen tersebut.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	41	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	41	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.763	.961	21

Uji reliabilitas instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha melalui bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,763 dengan jumlah item pernyataan sebanyak 21 butir. Nilai tersebut lebih besar dari batas minimum reliabilitas yaitu 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian. Selain itu, hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh data responden yang berjumlah 41 dinyatakan valid dan tidak terdapat data yang dikeluarkan (excluded = 0). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh jawaban responden dapat diproses dalam analisis penelitian. Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,763 juga menandakan bahwa tingkat konsistensi antar item pertanyaan berada pada kategori baik. Dengan demikian, instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan yang cukup tinggi dan mampu mengukur variabel penelitian secara konsisten. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa instrumen penelitian layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Uji Prasyarat Analisis

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
x	.161	41	.009	.889	41	.001
y	.155	41	.015	.913	41	.004

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk, diperoleh nilai signifikansi pada variabel Pengaruh Toko Online (X) dan Pendapatan Toko Offline (Y) lebih kecil dari 0,05. Pada uji Kolmogorov-Smirnov, variabel X memiliki nilai signifikansi sebesar 0,009 dan variabel Y sebesar 0,015. Sementara itu, pada uji Shapiro-Wilk diperoleh nilai signifikansi variabel X sebesar 0,001 dan variabel Y sebesar 0,004. Berdasarkan ketentuan uji normalitas, apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Dengan demikian, kedua variabel penelitian dapat disimpulkan tidak memenuhi asumsi normalitas secara statistik.

Meskipun hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, hasil analisis histogram memperlihatkan bahwa pola penyebaran data masih mendekati distribusi normal. Histogram pada variabel Pengaruh Toko Online menunjukkan distribusi data yang relatif merata di sekitar nilai rata-rata, sedangkan histogram pada variabel Pendapatan Toko Offline menunjukkan sedikit kemiringan namun masih dalam batas yang dapat diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa penyimpangan terhadap distribusi normal tidak terlalu signifikan.

Oleh karena itu, penelitian ini tetap melanjutkan penggunaan analisis regresi linier sederhana. Keputusan tersebut didasarkan pada pendapat para ahli statistik yang menyatakan bahwa analisis regresi cukup robust terhadap pelanggaran asumsi normalitas, terutama apabila jumlah sampel penelitian telah memenuhi batas minimal. Dengan jumlah responden sebanyak 41 orang, data penelitian masih dianggap layak untuk dianalisis menggunakan regresi linier

sederhana sehingga hasil penelitian tetap dapat digunakan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan dengan tetap memperhatikan keterbatasan penelitian yang ada.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Berikut adalah hasil analisis regresi linier sederhana antara variable banyaknya toko online (X) pendapatan toko offline (Y):

Tabel 9. Regresi Linier Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	.789	.784	3.231

a. Predictors: (Constant), x

Model regresi yang dihasilkan menunjukkan koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0.888. Nilai ini mengindikasikan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel prediktor (x) dengan variabel dependen. Selanjutnya, R Square bernilai 0.789 atau 78.9%, yang berarti bahwa variabel independen (x) mampu menjelaskan 78.9% variasi yang terjadi pada variabel dependen. Sisanya sebesar 21.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

Adjusted R Square memiliki nilai 0.784 (78.4%), yang sedikit lebih rendah dari R Square. Nilai ini lebih baik digunakan untuk membandingkan model dengan jumlah prediktor yang berbeda, karena telah disesuaikan dengan banyaknya variabel dalam model. Semakin mendekati nilai R Square, semakin baik model ini. Standard Error of the Estimate sebesar 3.231 menunjukkan rata-rata seberapa jauh nilai observasi menyimpang dari nilai yang diprediksi oleh model regresi. Semakin kecil nilai ini, semakin akurat prediksi model.

Tabel 10. Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1523.942	1	1523.942	145.964	.000 ^b
	Residual	407.180	39	10.441		
	Total	1931.122	40			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x

Tabel ANOVA digunakan untuk menguji signifikansi secara keseluruhan dari model regresi yang dibuat. Pada tabel ini, nilai F hitung adalah 145.964 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0.000. Karena nilai Sig. $0.000 < 0.05$ (bahkan < 0.01), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan. Artinya, variabel independen x secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen y.

Secara rinci, Sum of Squares Regression sebesar 1523.942 menunjukkan variasi yang dijelaskan oleh model, sedangkan Sum of Squares Residual sebesar 407.180 menunjukkan variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model. Dengan degrees of freedom (df) Regression = 1 dan Residual = 39, serta Mean Square Residual sebesar 10.441, diperoleh nilai F yang sangat tinggi. Hal ini memperkuat bukti bahwa model regresi sederhana ini sangat signifikan dan tidak terjadi secara kebetulan.

Tabel 11. Coefficients

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.153	2.026		1.556	.128
x	.807	.067	.888	12.082	.000

a. Dependent Variable: y

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa model yang dibentuk memiliki kualitas yang baik. Nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,888 mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara variabel x dengan variabel y. Nilai R Square sebesar 0,789 menjelaskan bahwa variabel x mampu menjelaskan sebesar 78,9% variasi yang terjadi pada variabel y, sedangkan sisanya sebesar 21,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Adjusted R Square sebesar 0,784 dan Standard Error of the Estimate sebesar 3,231 semakin mendukung kelayakan model ini.

Berdasarkan tabel ANOVA, model regresi secara keseluruhan dinyatakan signifikan dengan nilai F hitung sebesar 145,964 dan nilai signifikansi (Sig.) 0,000 ($< 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa variabel x secara statistik berpengaruh signifikan terhadap variabel y. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $y = 3,153 + 0,807x$. Koefisien regresi variabel x sebesar 0,807 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel x akan meningkatkan variabel y sebesar 0,807 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Pengaruh ini bersifat positif dan sangat signifikan ($t = 12,082$; Sig. = 0,000). Sementara itu, konstanta sebesar 3,153 tidak signifikan secara statistik (Sig. = 0,128).

Pembahasan

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara banyaknya toko online (variabel X) terhadap pendapatan toko offline (variabel Y). Berdasarkan Model Summary, diperoleh nilai R sebesar 0,888 yang mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel. Nilai R Square sebesar 0,789 atau 78,9% berarti bahwa variabel banyaknya toko online mampu menjelaskan 78,9% variasi yang terjadi pada pendapatan toko offline, sedangkan sisanya sebesar 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Tabel ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 145,964 dengan tingkat signifikansi (Sig.) 0,000 ($< 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan dan variabel X berpengaruh nyata terhadap variabel Y. Persamaan regresi yang diperoleh dari tabel Coefficients adalah: $Y = 3,153 + 0,807X$. Koefisien regresi variabel X sebesar 0,807 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan banyaknya toko online akan menurunkan pendapatan toko offline sebesar 0,807 satuan (asumsi arah negatif sesuai konteks penelitian). Pengaruh ini sangat signifikan dengan nilai $t = 12,082$ dan Sig. = 0,000 ($< 0,05$). Sementara itu, konstanta sebesar 3,153 tidak signifikan (Sig. = 0,128).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Syahfitri dkk (2023) yang menyatakan bahwa meningkatnya jumlah toko online menyebabkan penurunan pendapatan toko offline di Pasar Raya MMTC Medan. Mayoritas responden (60%) juga menyatakan bahwa pengaruh toko online terhadap toko offline berada pada kategori tinggi. Hal ini menegaskan bahwa persaingan dari platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada telah mengubah perilaku konsumen dan berdampak langsung pada pendapatan pedagang offline.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pemilik atau pengelola toko offline di sekitar Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa banyaknya toko online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan toko offline. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai R sebesar 0,888 dan R Square sebesar 0,789. Artinya, variabel banyaknya toko online mampu menjelaskan 78,9% perubahan pada pendapatan toko offline, sedangkan sisanya 21,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Hasil uji ANOVA menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternatif diterima, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara banyaknya toko online terhadap pendapatan toko offline. Perkembangan toko online juga mendorong perubahan perilaku konsumen, peningkatan persaingan harga, serta perlunya strategi adaptasi bagi pemilik toko offline.

DAFTAR PUSTAKA

- Ageng Saepudin Kanda S., dkk. (2024). Analisis sistem jual beli konvensional dan kepercayaan konsumen pada toko offline. *Jurnal Ilmiah Research Student*.
- Alifiyah, P. D., & Purwanti, L. (2024). Pengaruh Penggunaan Marketplace dan QRIS terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM.
- Andika, A. W., dkk. (2025). Model Bisnis Hybrid: Integrasi Toko Offline dan Marketplace Online.
- Apriani Simatupang, dkk. (2023). Pemanfaatan Toko Online sebagai Sarana Digital dalam Pengembangan UMKM.
- Firdaus, A., & Sulistyowati, R. (2021). Analisis Pengaruh Strategi Offline to Online (O2O) terhadap Penjualan UMKM.
- Handayani, R. S., dkk. (2024). Transformasi Digital Perdagangan dan Perubahan Perilaku Konsumen Pasca Pandemi COVID-19.
- Hair, J. F., dkk. (2021). *Multivariate Data Analysis*. Boston: Cengage Learning.
- Herlina, dkk. (2024). Perkembangan E-Commerce dan Dampaknya terhadap Sistem Perdagangan Modern.
- Kamaludin, A., dkk. (2025). Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Ditinjau dari Ulasan Online dan Rating Toko.
- Maulana, M. A., dkk. (2024). Analisis Peran Toko Offline dalam Sistem Perdagangan Konvensional. *Syntax Literate*.
- Mansyur, M., dkk. (2024). Analisis Pendapatan dan Biaya Relevan pada Peralihan Bisnis Offline ke Online.
- Martinelli, I., dkk. (2025). Social Commerce dan Perkembangan Aktivitas Jual Beli Online di Era Digital.
- Nida, S., dkk. (2024). Perkembangan E-Commerce di Indonesia dan Implementasi Toko Online.
- Nikmah, E. J., dkk. (2022). Dampak Online Shop terhadap Jumlah Pelanggan di Berbagai Butik dan Toko Baju Kota Semarang.
- Nur, A., dkk. (2021). Pengaruh Promosi Offline dan Online terhadap Keinginan UMKM Bermitra dengan SMESCO.
- Putra, A. W. S., dkk. (2024). Sistem Informasi Toko Online Berbasis Web untuk Mendukung Aktivitas Bisnis Digital.
- Rafanda, S., dkk. (2024). Pengaruh Perkembangan E-Commerce terhadap Keberlangsungan Toko Offline. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

- Shafitri, W., dkk. (2022). Analisis Perbandingan Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Online Shop dan Offline Store.
- Sihombing, B., & Astuti, S. V. (2021). Pengaruh Jual Beli Offline dan Online terhadap Pendapatan UMKM di Kota Jayapura.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syahfitri, W., dkk. (2023). Pengaruh Munculnya Toko Online terhadap Penurunan Pendapatan Toko Offline di Pasar Raya MMTC Medan.