

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ekonomi berkembang secara signifikan bersamaan dengan kemajuan zaman sebagai dampak dari globalisasi dan liberalisasi perdagangan. Tidak ada lagi batasan teritorial dalam hubungan internasional, baik dalam hal informasi, bisnis, investasi, maupun manusia. Selain itu, semua hambatan perdagangan internasional pun tereliminasi. Berdampak pada negara Indonesia mengalami pertumbuhan pusat perbelanjaan dan pasar modern. Maraknya investor yang membangun kompleks ritel modern seperti supermarket, department store, hypermarket, minimarket, membuat pedagang dipasar tradisional ikut tersaingi. Pasar tradisional menjadi cerminan perekonomian rakyat dikhawatirkan akan hilang akibat pertumbuhan pusat perbelanjaan modern. Selain itu, Peran pasar tradisional dalam kehidupan sehari-hari mulai berkurang seiring dengan berkembangnya gaya hidup, masyarakat semakin memilih untuk berbelanja pada pasar modern. Pasar modern biasanya dikelola oleh pemilik usaha yang memiliki sumber daya keuangan yang besar dan keterampilan manajemen yang efektif, sehingga menawarkan keuntungan tersendiri, Wiyono et al (2023).

Pasar memegang peran yang sangat penting dalam menjalankan fungsi ekonomi serta mendorong pertumbuhan suatu negara. Melalui pasar, rumah tangga termasuk konsumen, produsen, dan pemerintah dapat memenuhi kebutuhan mereka serta memperoleh pendapatan. Banyak individu mengandalkan aktivitas ekonomi di pasar sebagai dasar penghidupan guna memenuhi kebutuhan

sehari-hari. Pasar juga berfungsi sebagai penyedia layanan publik yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menjadi pusat ekonomi di tingkat lokal. Selain itu, pasar berkontribusi dalam menjaga stabilitas harga, penetapan harga di pasar menjadi salah satu indikator untuk menilai inflasi dan berfungsi sebagai alat dalam pengambilan keputusan kebijakan pemerintah. Interaksi antara negara-negara kini telah melampaui batas-batas geografis, yang memengaruhi investasi, industri, individu, dan aliran informasi. Di samping itu, semua hambatan perdagangan antarnegara telah dihapuskan. Perubahan ini telah berkontribusi pada kemunculan pusat perbelanjaan dan pasar modern di Indonesia, Sarajar et al., (2025).

Pasar berfungsi sebagai tempat berkumpulnya para penjual dan pembeli. Bagi masyarakat, pasar berfungsi sebagai ruang bagi individu untuk berinteraksi satu sama lain. Pasar tradisional memegang peranan penting dalam mendorong pembangunan ekonomi. Eksistensi pasar tradisional sangat bermanfaat, terutama masyarakat yang menetap di desa atau wilayah terpencil yang aktif berdagang. Hal ini terjadi karena harga yang ditawarkan biasanya lebih rendah dan lebih mudah dijangkau dibandingkan dengan harga di pusat perbelanjaan atau supermarket, Sarajar et al., (2025).

Keberadaan pasar tradisional sangat penting bentuk wujud nyata dari usaha ekonomi kerakyatan yang secara langsung menumbuhkan pola pikir kreatif masyarakat. Selain itu, pemerintah memanfaatkan pasar tradisional untuk menciptakan lapangan kerja guna mengatasi masalah minimnya lapangan pekerjaan. Selain lebih aman, pasar tradisional sangat dibutuhkan oleh mereka yang tidak dapat berbelanja secara daring. Oleh karena itu, kondisi pasar tradisional yang

masih terus merosot akibat maraknya pertumbuhan ritel modern menjadi topik yang sangat menarik dan penting sebagai tolak ukur kemajuan sektor riil.

Pasar tradisional cenderung mengalami kesulitan dalam bersaing dengan pasar modern lainnya sehingga mengalami penurunan pendapatan jika tidak mengikuti perkembangan. Mayoritas masyarakat kelas menengah ke bawah bergantung pada pasar konvensional untuk mencari nafkah, sehingga hal ini sangat memprihatinkan bagi masyarakat. Pasar tradisional perlu tetap ada agar sektor perdagangan kelas menengah ke bawah memiliki akses yang memadai untuk menjual barang dagangannya. Keberadaan kios atau lapak harus diberi jarak yang cukup agar memungkinkan pergerakan pelanggan. Selain pengelolaan pasar yang baik, fasilitas parkir, kebersihan, dan keamanan harus disediakan dalam kondisi yang sesuai, Artini (2023).

Penurunan pendapatan yang dialami pasar tradisional akan jauh lebih sedikit dibandingkan sebelum hadirnya ritel modern di dekatnya. Temuan dari penelitian ini menggambarkan berbagai masalah yang muncul terkait dengan operasional pasar tradisional, khususnya bahwa munculnya ritel modern telah menyebabkan penurunan penjualan di pasar-pasar tersebut, di samping peraturan pemerintah yang kurang efektif dan penegakan kebijakan yang kuat. Berdasarkan hal tersebut pasar tradisional harus berbenah dan menciptakan strategi baru agar dapat bersaing sehingga terciptalah keseimbangan ekonomi, Priatana & Supiandi (2021).

Pasar modern merupakan pasar yang diatur dengan cara modern. Biasanya tersedia di daerah perkotaan dan umumnya menyediakan barang dan jasa dengan kualitas dan kinerja unggul kepada konsumen kelas menengah atas. Ada banyak jenis produk berbeda yang dijual di pasar modern. Barang-barang yang disediakan

di pasar modern memiliki kualitas yang relatif tinggi karena melalui penyaringan awal yang ketat dan menolak barang-barang yang tidak memenuhi persyaratan. Kegiatan ini meliputi barter, jual beli, produksi dan pemasaran, buruh dan lapangan kerja, serta interaksi manusia lainnya dengan tujuan memperoleh keuntungan, F. K. Nisa et al (2024).

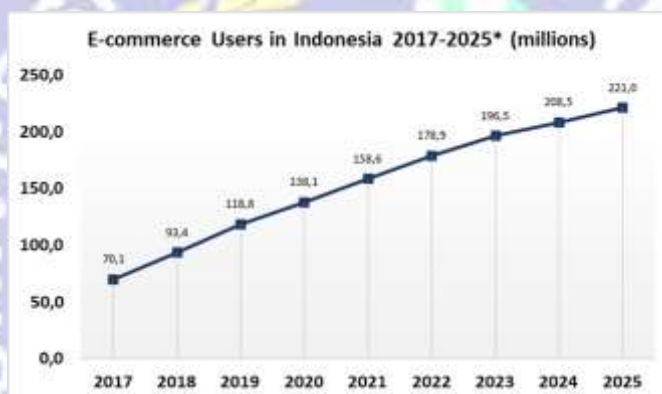
Salah satu model pemasaran yang banyak digunakan adalah bauran pemasaran (marketing mix) yang awalnya dikenal dengan konsep 4P, yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Model ini kemudian dikembangkan menjadi 7P dengan menambahkan elemen people (orang), process (proses), dan physical evidence (bukti fisik), Timoer & Trenggana (2019).

Dalam konteks pasar tradisional, penerapan marketing mix cenderung lebih sederhana. Produk yang dijual di pasar tradisional umumnya bersifat lokal, dengan variasi dan pengemasan yang terbatas. Strategi harga di pasar tradisional lebih fleksibel, mengandalkan sistem tawar-menawar sebagai ciri khasnya. Tempat atau lokasi pasar biasanya berada di pusat kota atau desa, namun fasilitasnya cenderung sederhana. Promosi di pasar tradisional lebih mengandalkan komunikasi langsung dari mulut ke mulut (word of mouth) antara pedagang dan pembeli, Alawiyah & Pudjiastutik (2023).

Sementara itu, di pasar modern seperti supermarket dan minimarket, penerapan marketing mix dilakukan secara lebih terstruktur. Produk yang dijual lebih bervariasi dan memiliki standar kualitas yang lebih tinggi. Harga produk di pasar modern bersifat tetap dan tercantum jelas, sedangkan tempat didesain lebih nyaman dengan fasilitas penunjang yang lengkap. Strategi promosi pasar modern lebih aktif menggunakan media cetak, elektronik, serta digital untuk menjangkau

konsumen yang lebih luas. Selain itu, pelayanan di pasar modern lebih profesional dan terstandarisasi, baik dari aspek orang (people), proses transaksi (process), maupun bukti fisik (physical evidence) seperti desain interior dan kenyamanan toko, Suryani & Oktafani (2021).

Perbedaan penerapan model pemasaran di kedua jenis pasar ini menunjukkan adanya perbedaan segmentasi pasar serta preferensi konsumen yang dilayani. Pasar tradisional cenderung mempertahankan hubungan interpersonal antara pedagang dan konsumen, sedangkan pasar modern lebih fokus pada kenyamanan, kecepatan layanan, dan kualitas produk.



Gambar 1. Jumlah pengguna e-commerce di Indonesia rentang waktu 2017-2025
Sumber : <https://bsd-kadin.id/2023/05/19/online-shopping-addicts-a-brief-of-indonesias-e-commerce-performance/>

Transformasi masyarakat ditunjukkan oleh data yang menunjukkan pertumbuhan pengguna e-commerce. Statistik menunjukkan bahwa dari tahun 2017 hingga 2025, jumlah pengguna e-commerce di Indonesia diperhitungkan meningkat menjadi 221,0 juta pada tahun 2025.

Meningkatnya perdagangan online berdampak buruk pada penjual di pasar tradisional. Tentu saja, jika menyangkut pembelian barang sehari-hari, konsumen cenderung mengunjungi pasar karena jaminan barang segar. Di sisi lain, terkait barang-barang seperti pakaian, pedagang menyuarakan kekhawatiran atas

penurunan angka penjualan. Para pedagang yang dapat menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi sedang mengubah bisnis mereka dari lokasi fisik ke platform daring. Sebaliknya, pedagang yang kesulitan mengikuti kemajuan teknologi akan menghadapi keterasingan yang semakin besar dari pelanggan mereka, Frihatni (2022).

Tabel 1.Data Pasar Tradisional Di Ponorogo

No	Nama Pasar	Kecamatan
1	Pasar Desa Serag	Pulung
2	Pasar Wanglu	Ngrayun
3	Pasar Nailan	Slahung
4	Pasar Sawoo	Sawoo
5	Pasar Kesugihan	Pulung
6	Pasar Pon (Mangunsuman)	Siman
7	Pasar Ringin Putih	Sampung
8	Pasar Kedung Banteng	Sukorejo
9	Pasar Tonatan	Ponorogo
10	Pasar Malang	Jenangan
11	Pasar Gamping	Ngrayun
12	Pasar Brambang	Slahung
13	Pasar Tamansari	Sambit
14	Pasar Senarang	Sawoo
15	Pasar Pulung	Pulung
16	Pasar Jetis Umum	Jetis
17	Pasar Karangpatihan	Balong
18	Pasar Sumoroto 1	Kauman
19	Pasar Karangan	Badegan
20	Pasar sampung	Sampung
21	Pasar Pahing	Sukorejo
22	Pasar Hewan	Ponorogo
23	Pasar Protigan	Ngrayun
24	Pasar Kauman	Ponorogo
25	Pasar Gawangan	Ngrayun
26	Pasar Ngringin	Ngrayun
27	Pasar Manggis	Ngrayun
28	Pasar Songgolangit	Ponorogo
29	Pasar Mbagong	Ngrayun
30	Pasar Godangan Pahing	Ngrayun
31	Pasar Tenggong	Ngrayun
32	Pasar Kedung	Ngrayun
33	Pasar Slahung	Slahung
34	Pasar Bungkal	Bungkal
35	Pasar Tempel	Sambit
36	Pasar Blumbang	Sawoo
37	Pasar Desa Ngadirojo	Sooko
38	Pasar Banjarejo	Pudak
39	Pasar Warungbung	Pulung
40	Pasar Siwalan	Mlarak
41	Pasar Desa Demangan	Siman

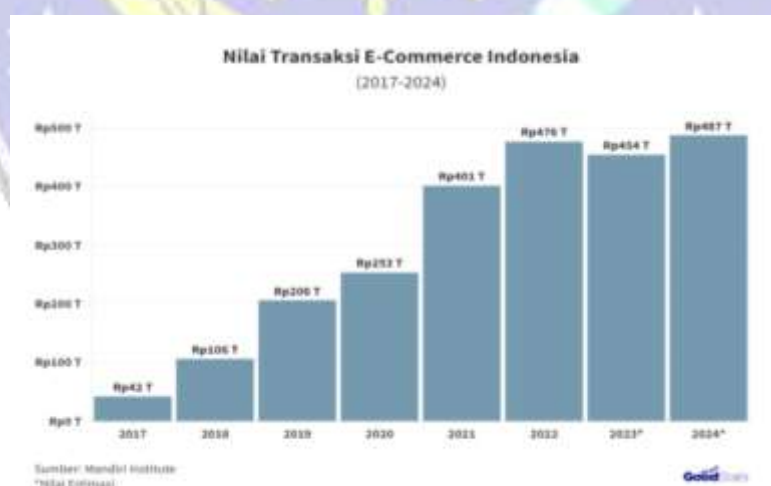
42	Pasar Desa Ngasinan	Jetis
43	Pasar Ngumpul	Balong
44	Pasar Tegalombo	Kauman
45	Pasar Desa Jambon	Jambon
46	Pasar Dayakan	Badegan
47	Pasar Plebon	Sampung
48	Pasar Sambi	Sukorejo
49	Pasar Sukosari	Babadan
50	Pasar Sri Rejeki	Jenangan
51	Pasar Telaga	Ngebel
52	Pasar Konto	Ngrayun
53	Pasar Kambeng	Slahung
54	Pasar Keteng Wringinanom	Sambit
55	Pasar Kliwon	Sawoo
56	Pasar Desa Suru	Sooko
57	Pasar Singgahan	Pulung
58	Pasar Gandu	Mlarak
59	Pasar Dengok (Madusari)	Siman
60	Pasar Desa Coper	Jetis
61	Pasar Balong	Balong
62	Pasar Nongkodono	Kauman
63	Pasar Desa Menang	Jambon
64	Pasar Badegan	Badegan
65	Pasar Kunti	Sampung
66	Pasar Walikukun (Pasar Desa Nambangrejo)	Sukorejo
67	Pasar Jenangan	Jenangan
68	Pasar Balebatur	Ngebel
69	Pasar Mbanu	Ngrayun
70	Pasar Ngilo-Ngilo	Slahung
71	Pasar Pon	Sambit
72	Pasar Ngagik	Sawoo
73	Pasar Desa Sooko	Sooko
74	Pasar Mlarak	Mlarak
75	Pasar Siman	Siman
76	Pasar Desa Tatung	Balong
77	Pasar Keden	Badegan
78	Pasar Pohijo	Sampung
79	Pasar Malon	Sukorejo
80	Pasar Tumpuk	Jenangan
81	Pasar Keluh	Ngrayun
82	Pasar Proliman	Sawoo
83	Pasar Blumbang	Ngrayun
84	Pasar Grogol	Sawoo

Sumber: Website Kemendag RI Tahun 2025

Pasar rakyat yang terdapat di Ponorogo yang masih beroperasi adalah Pasar Tradisional Sumoroto. Dibandingkan dengan pasar-pasar Ponorogo lainnya, Pasar Sumoroto melayani wilayah yang lebih luas, terutama di bagian barat. Posisi Pasar Sumoroto yang sangat strategis menjadikannya sebagai pusat perluasan. Pasar

Sumoroto terletak tepat di sebelah pertigaan yang merupakan jalur provinsi yang menghubungkan Kabupaten Wonogiri dan Kabupaten Ponorogo. Akses menuju ke sana pun cukup mudah karena banyaknya angkutan umum, seperti angkot dan angkutan pedesaan. Dengan jam operasional yang buka setiap hari, Pasar Sumoroto menjadi tempat yang sangat ramai untuk aktivitas perdagangan.

Pasar tradisional memiliki peranan penting dalam mendukung kegiatan ekonomi lokal, khususnya pelaku usaha mikro dan kecil seperti pedagang pakaian. Pasar Sumoroto menjadi salah satu pasar yang menjadi pusat aktivitas perdagangan yang sejak lama menjadi tempat utama masyarakat memenuhi kebutuhan sandang dengan harga terjangkau. Namun dalam beberapa tahun terakhir terdapat penurunan yang cukup signifikan pada tingkat pendapatan pedagang pakaian di Pasar Sumoroto. Situasi ini diduga kuat berkaitan dengan meningkatnya kehadiran ritel modern serta pertumbuhan pesat e-commerce atau pusat perbelanjaan online. Kemudahan berbelanja melalui platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada telah mengubah pola konsumsi masyarakat.



Gambar 2. Nilai transaksi E-Commerce Indonesia

Sumber: <https://goodstats.id/article/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp487-triliun-pada-2024-Vqv7l>

Menurut laporan mandiri institute tersebut, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia selalu meningkat sejak 2017. Pada tahun tersebut, penggunaan *e-commerce* masih belum begitu digemari, dengan nilai transaksi hanya sebesar Rp42 triliun. Memasuki 2018, terjadi lonjakan nilai transaksi *e-commerce* menjadi sebesar Rp106 triliun, dan tren positif ini berlanjut pada tahun berikutnya mencapai Rp206 triliun. Pada 2020, nilai transaksi *e-commerce* kembali naik menjadi Rp253 triliun, namun lonjakan tertinggi diraih pada tahun 2021, tatkala pandemi Covid-19 semakin terasa dalam keseharian. Nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia kala itu mencapai Rp401 triliun, dan naik menjadi Rp476 triliun menyusul tahun berikutnya. Pada 2023, terjadi penurunan 4,7% secara tahunan menjadi Rp454 triliun. Namun nilainya kembali bangkit sebesar 7,3% tahunan menjadi Rp487 triliun pada 2024. Tingginya nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia menjadikannya peluang bisnis yang menjanjikan, apalagi di era di mana setiap orang mendambakan efektivitas dan waktu menjadi hal yang berharga.

Pasar tradisional, seperti Pasar Sumoroto di Kabupaten Ponorogo, memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, terutama dalam sektor penjualan pakaian. Meskipun kontribusi pedagang pakaian terhadap pendapatan mereka dan masyarakat sekitar sangat signifikan, penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan mereka masih terbatas. Gap yang ada dalam literatur menunjukkan kurangnya analisis spesifik tentang dinamika di Pasar Sumoroto, di mana banyak penelitian sebelumnya lebih fokus pada pasar tradisional secara umum. Penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan guna menggali berbagai aspek yang berperan dalam menentukan pendapatan para pedagang. Novelty dari penelitian ini terletak pada pendekatan kontekstual yang lebih terfokus, yang

diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan mempertimbangkan aspek sosial serta budaya yang mempengaruhi pola belanja masyarakat. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengisi kekurangan dalam literatur yang ada, tetapi juga akan memberikan saran praktis kepada para pedagang guna meningkatkan pendapatan mereka. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal di Kabupaten Ponorogo.

Pedagang pakaian khususnya terdampak lebih besar dibanding komoditas lain karena konsumen kini lebih tertarik pada tren fashion terbaru yang mudah diakses melalui toko online. Ritel modern dan online shop juga mampu menawarkan diskon besar dan promosi yang menarik, yang sulit ditandingi oleh pedagang pakaian dipasar tradisional yang modalnya terbatas dan sangat tergantung pada pelanggan tetap. Selain dipengaruhi oleh faktor eksternal, pendapatan pedagang pakaian juga ditentukan oleh berbagai faktor internal, seperti modal, lama usaha, kualitas produk, jam kerja, harga, serta jaringan sosial. Dibutuhkan penelitian yang menyeluruh untuk mempelajari semua komponen yang memengaruhi pendapatan pedagang pakaian di pasar tradisional Sumoroto di Kabupaten Ponorogo, mengingat banyaknya masalah yang dihadapi.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis menetapkan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pakaian di pasar tradisional Sumoroto Kabupaten Ponorogo”.

1.2 Perumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan uraian latar belakang diatas, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah modal berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo?
4. Apakah jaringan sosial berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo?
5. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo?
6. Apakah jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo?
7. Apakah modal, harga, kualitas produk, jaringan sosial, lama usaha, dan jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Mengetahui pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo.

- b. Mengetahui pengaruh harga terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo.
- c. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo.
- d. Mengetahui pengaruh jaringan sosial terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo.
- e. Mengetahui pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo.
- f. Mengetahui pengaruh jam kerja terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo.
- g. Mengetahui pengaruh modal, harga, kualitas produk, jaringan sosial, lama usaha, jam kerja terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sumoroto, Kabupaten Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- (1) Memperkaya literatur ilmiah dan hasil penelitian berguna bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lebih mendalam tentang sektor perdagangan, khususnya mengenai variabel-variabel yang berperan dalam menentukan pendapatan pedagang pakaian di pasar tradisional.

b. Manfaat Praktis

(1) Bagi Pedagang

Pedagang pakaian dapat lebih mengenali faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan mereka. Dengan pemahaman tersebut, para

pedagang dapat mengambil tindakan yang lebih efektif untuk meningkatkan pendapatan.

(1) Bagi Pemerintah

Pemerintah dapat menyusun kebijakan yang lebih sesuai untuk memperkuat perkembangan bagi pedagang di pasar tradisional.

(2) Bagi Masyarakat

Masyarakat umum dapat memahami lebih dalam mengenai dinamika pasar tradisional serta tantangan yang dihadapi oleh pedagang. Masyarakat dapat memberikan dukungan yang lebih besar terhadap UMKM, khususnya pedagang pakaian di pasar.

(3) Bagi Penulis

Sebagai kontribusi pikiran serta pemberitahuan pemerintah daerah dalam upaya pengembangan di sektor informal, terutama bagi pedagang pakaian di pasar tradisional Sumoroto Kabupaten Ponorogo.

