

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pasar tradisional merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi suatu wilayah dan menjadi tempat bagi para UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk bisa memenuhi kebutuhan hidupnya. Banyak orang yang bergantung kepada pasar tradisional karena memang pasar sendiri merupakan salah satu pusat perekonomian suatu daerah. Untuk bisa mewujudkan tatanan kota yang tertata dan teratur, harus ada upaya-upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi agar terciptanya iklim yang kondusif. Pertumbuhan ekonomi adalah salah satu tolak ukur yang bisa menjadi patokan adanya pembangunan ekonomi suatu daerah. Dalam proses pembangunannya, selain memperhitungkan aktifitas ekonomi terhadap kehidupan sosial pembangunan yang baik ialah yang bertujuan untuk mengubah struktur perekonomian ke arah yang lebih baik lagi.

Para pedagang pasar tradisional biasanya menjual berbagai komoditi seperti beras, sayur-sayuran, buah-buahan, daging-dagingan, bahan makanan dan lain sebagainya. Pasar tradisional memiliki berbagai kelemahan seperti desain yang monoton, tata ruang, tata letak, dan tampilan kurang baik, alokasi waktu operasional yang relatif terbatas, kurangnya teknologi yang digunakan, kualitas barang yang kurang baik, kurangnya promosi penjualan, rendahnya tingkat keamanan, dan tempat parkir yang kurang tertata dengan baik. Karena berbagai kelemahan yang ada, masyarakat mulai beralih dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern.

Selain itu pasar tradisional juga memiliki berbagai keunggulan seperti lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang relatif cukup rendah dibandingkan dengan yang lain, dan sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli. Sistem tawar-menawar yang ada di pasar tradisional membuat sebuah hubungan tersendiri antara penjual dan pembeli. Hal ini berbanding terbalik dengan perbelanjaan modern yang mana jarang adanya komunikasi antara penjual dan pembeli sehingga tidak ada sistem tawar-menawar harga diantara keduanya.

Pedagang yang menjadi sektor informal dalam kota adalah salah satu pondasi utama yang perlu mendapatkan perhatian lebih baik lagi. Hal ini karena keberadaan pasar memiliki potensi besar untuk bisa dimanfaatkan sebagai salah satu sumber keuangan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kapasitas pasar yang besar mampu untuk menyerap pedagang dan bisa memwadahi lalu lintas pergerakan ekonomi dari hari ke hari sehingga sangat strategis untuk bisa dikembangkan lebih jauh lagi.

Di Kecamatan Sindangkasih terdapat sebuah pasar tradisional yang menjadi pusat perbelanjaan bagi masyarakatnya. Pasar ini sudah berdiri sejak tahun 1999 dan menjadi tumpuan bagi masyarakat dalam mencari nafkah serta menjadi pusat perbelanjaan utama selama bertahun-tahun lamanya. Pasar Sindangkasih ini terletak di lokasi yang cukup strategis yaitu berada di dekat perbatasan Kabupaten Ciamis dan kota Tasikmalaya. Pasar sindangkasih sendiri setidaknya memiliki kurang lebih 95 orang pedagang aktif dengan berbagai jenis barang dagangan yang berbeda-beda.

**Tabel 1.1 Jenis Dagangan yang ada di Pasar Sindangkasih Kabupaten  
Ciamis**

<b>No</b>	<b>Kategori</b>	<b>Jumlah Pedagang</b>
1	Sembako	37
2	Pakaian	16
3	Kelontongan	12
4	Makanan	9
5	Tas, Sepatu & Sandal	8
6	Perabotan	4
7	Jam	4
8	Alat Tulis	3
9	Kecantikan	2
<b>Total</b>		<b>95</b>

Sumber: Diolah (2023)

Pada saat peneliti mengadakan studi pendahuluan, banyak sekali pedagang yang mengeluh karena mengalami penurunan pendapatan. Lesunya perekonomian ini membuat para pedagang yang berjualan rela menurunkan jumlah persediaan karena tingkat kunjungan pembeli tidak sebanyak tahun-tahun sebelumnya. Untuk itu dibutuhkan inovasi yang bisa meningkatkan kembali pendapatan para pedagang yang mulai menurun sehingga perekonomian di Kecamatan Sindangkasih bisa kembali stabil seperti tahun-tahun sebelumnya.

Banyak faktor penting yang menjadi masalah mengapa terjadi penurunan pendapatan pedagang di Pasar Sindangkasih salah satunya adalah pengelolaan usaha itu sendiri serta persaingan yang mulai tidak sehat. Karena persaingan sekarang semakin berat maka besar kemungkinan faktor modal kerja, lokasi dan

pemasaran *online* bisa menjadi hal yang mempengaruhi keberhasilan para pedagang sehingga bisa menjual barang dagangannya dan menaikkan omzet penjualannya.

Karena masih banyaknya kelemahan yang ada di pasar tradisional dimanfaatkan oleh para pelaku usaha besar untuk bisa mengambil alih minat para konsumen. Sehingga para pedagang di pasar tradisional yang masih menggunakan sistem konvensional tertinggal dibandingkan dengan pasar modern yang bisa lebih mengikuti perkembangan zaman dan kemauan para konsumen. Banyak faktor yang menyebabkan masyarakat lebih memilih pasar modern dibandingkan dengan pasar tradisional seperti tempat yang lebih nyaman, lokasi yang lebih strategis, pelayanan yang lebih baik, desain modern, dan lain sebagainya. Oleh karena itu masyarakat cenderung lebih memilih pasar modern dibandingkan dengan pasar tradisional sehingga membuat para pedagang pasar tradisional mengalami penurunan pendapatan dari tahun ke tahunnya. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mirah & Paramita, 2013) yang mengatakan bahwa pasar tradisional sudah tersaingi oleh pasar modern yang cabangnya semakin banyak sehingga semakin berkurangnya jumlah pengunjung pasar tradisional dan banyak dari pedagang pasar tradisional yang usahanya stagnan sehingga berdampak terhadap menurunnya pendapatan dari hasil penjualan.

Jumlah minimarket dan supermarket yang ada di Kabupaten Ciamis setiap tahunnya juga terus mengalami peningkatan sehingga menyebabkan jangkauan monopoli perekonomian semakin luas. Hal ini membuat keberadaan pasar tradisional yang sebelumnya menjadi tempat utama untuk melakukan berbagai kegiatan transaksi mulai tersisihkan karena semakin banyaknya supermarket dan

minimarket yang dibangun. Jumlah minimarket di Kabupaten Ciamis pada tahun 2022 mencapai 112 unit yang jauh meningkat dibandingkan dengan tahun 2021 yang berjumlah hanya 107 unit saja. Sementara untuk supermarket juga mengalami hal yang sama yaitu pada tahun 2020 hanya berjumlah 6 unit namun pada tahun 2022 sudah berjumlah 7 unit. Untuk melihat gambaran perkembangan minimarket dan supermarket di Kabupaten Ciamis selama lima tahun terakhir, dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Perkembangan Minimarket dan Supermarket  
Kabupaten Ciamis Tahun 2018-2022**

Jenis Pasar Modern	Tahun	Jumlah	Satuan
Minimarket	2018	85	Unit
Minimarket	2019	85	Unit
Minimarket	2020	85	Unit
Minimarket	2021	107	Unit
Minimarket	2022	112	Unit
Supermarket	2018	5	Unit
Supermarket	2019	6	Unit
Supermarket	2020	6	Unit
Supermarket	2021	6	Unit
Supermarket	2022	7	Unit

Sumber: Sadata Ciamis

Rata-rata keluhan dari pedagang adalah modal kerja dan jumlah kunjungan ke pasar Sindangkasih yang saat ini kebanyakan konsumennya lebih memilih minimarket, supermarket, dan *online shop* karena dianggap lebih baik dibandingkan dengan pasar tradisional. Hal ini tentu membawa dampak besar terhadap para pelaku usaha *offline*, salah satunya di Pasar Sindangkasih yang umumnya masih menggunakan sistem tradisional dalam memasarkan barang dagangannya. Maka dari itu pengelolaan modal kerja, lokasi yang bagus dan didukung dengan

penggunaan *digital marketing* diharapkan mampu mendongkrak pendapatan pedagang di Pasar Sindangkasih yang mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Pasar konvensional bisa berkembang dan beralih ke hal yang lebih modern karena modernisasi sejatinya bukan hal harus ditolak, melainkan sesuatu yang harus dimanfaatkan dan diefektifkan. Digitalisasi di kalangan para pedagang merupakan langkah efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas lagi (Juwairiah et al., 2022).

Sebagai upaya dalam menjadikan pasar tradisional sebagai salah satu motor penggerak dinamika perkembangan perekonomian suatu kota, maka diperlukan adanya pasar yang beroperasi secara optimal dan efisien serta dapat melayani kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu peranan manajemen modal kerja yang baik, lokasi yang strategis, kemudian ditambah dengan adanya penggunaan *digital marketing* serta peningkatan omzet diperlukan oleh para pedagang pasar Sindangkasih untuk bisa meningkatkan pendapatan dan terus menyambung hidup. Apalagi dengan semakin beratnya beban ekonomi dan tekanan hidup membuat masyarakat harus bisa berinovasi dan berkreatifitas supaya tidak tergerus dengan pesatnya perkembangan zaman (As'ary et al., 2021).

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan pengkajian lebih dalam mengenai jumlah omzet, jumlah modal kerja, lokasi berjualan dan penggunaan *digital marketing* di kalangan pedagang Pasar Sindangkasih Kabupaten Ciamis yang selama ini belum ada satupun orang yang meneliti. Sehingga nantinya penelitian ini dapat dimanfaatkan atau dimaksimalkan oleh para pedagang pasar Sindangkasih dan pemerintah setempat untuk menyusun program

serta strategi baru dalam mengatasi jumlah pendapatan para pedagang yang mulai menurun dari tahun ke tahunnya. Maka dari itu peneliti mengangkat topik ini dengan judul “Analisis Determinasi Pendapatan Pedagang di Pasar Sindangkasih Kabupaten Ciamis”.

### **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh omzet, modal kerja, lokasi, dan *digital marketing* secara parsial terhadap pendapatan pedagang di Pasar Sindangkasih?
2. Bagaimana pengaruh omzet, modal kerja, lokasi, dan *digital marketing* secara bersama-sama terhadap pendapatan pedagang di Pasar Sindangkasih?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh omzet, modal kerja, lokasi, dan *digital marketing* secara parsial terhadap pendapatan pedang di Pasar Sindangkasih.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh omzet, modal kerja, lokasi, dan *digital marketing* terhadap pendapatan pedagang di Pasar Sindangkasih

## **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu**

Untuk menambah wawasan mengenai pengaruh dan manfaat omzet, modal kerja, lokasi, dan *digital marketing* terhadap pendapatan pedagang di Pasar Sindangkasih.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya, pemerintahan dan bagi pedagang di Pasar Sindangkasih, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat.

## **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Pasar Sindangkasih, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat.

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan dimulai dari pengajuan judul kepada Program Studi Ekonomi Pembangunan, dilanjutkan dengan pengajuan dan penyerahan SK bimbingan, yang kemudian dilanjutkan dengan konsultasi dan proses kegiatan bimbingan. Adapun jadwal penelitian ini seperti tercantum pada:



