

## ANALISIS MEKANISME PASAR DALAM PASAR TRADISIONAL DI INDONESIA

<sup>1</sup>Adila Permatasari, <sup>2</sup>Andini Amalia Putri SW, <sup>3</sup>Ang Riqko Suhendi, <sup>4</sup>Dalih Mutiara Nurhasanah, <sup>5</sup>Ilham Abdullah, <sup>6</sup>Mia Lasmi Wardiyah

Program Studi Akuntansi Syari'ah, UIN Sunan gunung Djati Bandung

Correspondence		
Email: <sup>1</sup> Dilapermata1412@gmail.com, <sup>2</sup> andiniamaliaputrisw214@gmail.com, <sup>3</sup> angriqko1910@gmail.com, <sup>4</sup> dalihmutiyara@gmail.com, <sup>5</sup> ilhabd77@gmail.com, <sup>6</sup> mialasmiwardiyah@ymail.com.		No. Telp:
Submitted 7 Juni 2024	Accepted 11 Juni 2024	Published 18 Juni 2024

### Abstract

*This research aims to explore market mechanisms in the context of traditional markets in Indonesia. Traditional markets play an important role in the Indonesian economy, involving many small and medium businesses. The market mechanism here includes aspects of supply and demand, price formation, and interactions between sellers and buyers. The research method is qualitative with a descriptive approach. Data was collected through direct observation, interviews with traders, and literature review. Research results show that traditional markets in Indonesia have unique characteristics, such as price flexibility, direct negotiations between sellers and buyers, and strong local community involvement. Apart from that, cultural and social factors also play a significant role in traditional market mechanisms. These findings highlight the importance of maintaining and developing traditional markets as an integral part of the local economy and Indonesian culture*

**Keywords:** Market mechanisms, traditional markets, supply and demand, price formation, buyer-seller interaction, Indonesia.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi mekanisme pasar tradisional di Indonesia. Pasar tradisional memiliki peran penting dalam ekonomi Indonesia, melibatkan banyak usaha kecil dan menengah. Mekanisme pasar di sini meliputi aspek penawaran dan permintaan, pembentukan harga, serta interaksi antara penjual dan pembeli. Metode penelitian yang akan digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara dengan pedagang, dan kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan pasar tradisional di Indonesia memiliki ciri khas unik, seperti fleksibilitas harga, negosiasi langsung antara penjual dan pembeli, serta keterlibatan komunitas lokal yang kuat. Selain itu, faktor budaya dan sosial juga berperan signifikan dalam mekanisme pasar tradisional. Temuan ini menyoroti pentingnya mempertahankan dan mengembangkan pasar tradisional sebagai bagian integral dari ekonomi lokal dan budaya Indonesia

**Kata Kunci:** Mekanisme pasar, pasar tradisional, penawaran dan permintaan, pembentukan harga, interaksi penjual-pembeli, Indonesia

## I. PENDAHULUAN

Pasar tradisional di Indonesia mempunyai peranan penting dalam struktur ekonomi dan sosial masyarakat. Sebagai tempat utama pemenuhan kebutuhan pokok, pasar tradisional tidak hanya menjadi pusat kegiatan ekonomi tetapi juga pusat interaksi sosial. Di pasar tradisional, harga barang dan jasa ditentukan oleh mekanisme pasar unik yang sangat berbeda dengan mekanisme pasar modern dan supermarket.

Pasar tradisional di Indonesia terkenal dengan fleksibilitas harga dan proses negosiasi yang intens antara pembeli dan penjual. Interaksi langsung ini memungkinkan pembeli untuk menegosiasikan harga dan kualitas barang, sehingga menciptakan dinamika pasar yang sangat aktif dan beragam. Selain itu, faktor-faktor seperti permintaan, pasokan, harga barang lain, dan intervensi pemerintah memainkan peran penting dalam membentuk harga di pasar ini.

Permintaan barang di pasar tradisional sangat dipengaruhi oleh kebutuhan konsumen dan kondisi perekonomian. Konsumen di pasar tradisional biasanya adalah masyarakat berpenghasilan menengah dan rendah yang sangat sensitif terhadap perubahan harga. Namun, pasokan barang di pasar tradisional sangat bergantung pada produsen lokal, seperti petani dan peternak, yang menghadapi berbagai tantangan, termasuk perubahan musim dan biaya produksi yang berfluktuasi.

Menjaga stabilitas harga dan menjamin ketersediaan barang-barang kebutuhan pokok seringkali memerlukan intervensi pemerintah dalam bentuk kebijakan harga, subsidi, dan manipulasi pasar. Tujuan dari kebijakan ini adalah untuk melindungi konsumen dari harga tinggi dan produsen dari harga yang terlalu rendah.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam kompleksitas mekanisme pasar di pasar tradisional Indonesia, dengan fokus pada interaksi sosial-ekonomi dan proses pengambilan keputusan para pelaku pasar. Teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara dengan pedagang, dan kajian literatur. Analisis data menggunakan kombinasi analisis tematik dan grounded theory. Proses dimulai dengan open coding untuk mengidentifikasi konsep-konsep kunci, dilanjutkan dengan axial coding untuk menghubungkan kategori, dan selective coding untuk mengintegrasikan dan menyaring kategori menjadi proposisi teoretis tentang mekanisme pasar. Metode tersebut dipilih karena sesuai dengan jenis dan tujuan penelitian ini, yaitu untuk memahami dan menjelaskan secara mendalam mekanisme pasar di pasar tradisional di Indonesia.

## III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Interaksi Antara Pembeli dan Penjual

Interaksi antara pembeli dan penjual di pasar tradisional Indonesia memiliki ciri khas yang unik. Proses transaksi di pasar ini sering melibatkan negosiasi harga yang intens, di mana kedua pihak terlibat dalam tawar-menawar hingga mencapai kesepakatan harga bersama. Interaksi ini tidak berfokus pada aspek ekonomi tetapi juga mencakup sosial dan budaya, sering terjadi dalam suasana yang hangat dan ramah (Saptana & Ashari, 2011). Penjual di pasar tradisional biasanya memiliki hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka, yang menghasilkan loyalitas dan kepercayaan. Pembeli cenderung berbelanja dari penjual yang sama berulang kali, membentuk hubungan yang lebih personal. Faktor seperti keramahan, pelayanan yang baik, dan saling mengenal antara penjual dan pembeli sangat mempengaruhi keberhasilan transaksi (Hastuti et al., 2015).

Pasar tradisional juga sering menjadi pusat kehidupan sosial bagi komunitas lokal. Interaksi yang terjadi di pasar tidak hanya terbatas pada kegiatan jual beli, tetapi juga sebagai tempat untuk bertukar informasi dan cerita di antara anggota komunitas. Hal ini menjadikan pasar tradisional lebih dari sekadar tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan juga sebagai sarana untuk memperkuat ikatan sosial dalam komunitas (Purnomo, 2013). Dalam mekanisme pasar tradisional, unsur tawar-menawar dan interaksi sosial yang kuat memberikan fleksibilitas tinggi dalam penentuan harga dan penyelesaian transaksi. Faktor-faktor ini membuat pasar tradisional menjadi entitas ekonomi yang dinamis dan mampu beradaptasi dengan kebutuhan serta preferensi komunitas lokal (Rahmawati, 2016).

## B. Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual merupakan hal yang sangat penting dalam pengelolaan usaha. Harga jual dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk total biaya produksi barang atau jasa. Yang dimaksud dengan “biaya total” adalah indikasi nilai batas bawah penentuan harga jual. Jumlah penuh tidak boleh melebihi harga jual untuk menghindari kerugian. Faktor lain yang dapat mempengaruhi harga jual antara lain aspek selain biaya, seperti preferensi konsumen, penawaran dan permintaan, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual produk pesaing.

Berikut beberapa faktor dan kemungkinan yang dapat mempengaruhi penentuan harga jual:

1. Permintaan adalah keinginan konsumen untuk membeli suatu produk dengan harga yang berbeda-beda dalam jangka waktu tertentu. Misalnya, ketika kita berbicara tentang permintaan pembelian pakaian di Jakarta, kita berbicara tentang pakaian yang dibeli pada tingkat harga yang berbeda-beda dalam jangka waktu tertentu, baik bulanan maupun tahunan.
  - a. Faktor-faktor yang memenuhi permintaan adalah:
    - 1) Harga barang itu sendiri
    - 2) Harga barang lain yang terkait
    - 3) Tingkat pendapatan per kapita
    - 4) Selera atau kebiasaan
    - 5) Jumlah penduduk
    - 6) Perkiraan harga dimasa mendatang
    - 7) Distribusi pendapatan
    - 8) Upaya yang dilakukan produsen untuk meningkatkan penjualan
  - b. Fungsi permintaan adalah permintaan yang dinyatakan dalam hubungan antara mekanisme dan faktor-faktor yang mempengaruhi. Fungsi permintaan memungkinkan memenuhi hubungan antara variabel dependen dan independen. (Rahardja, 2008).
2. Penawaran adalah jumlah barang yang ingin ditawarkan (dijual) oleh produsen pada berbagai tingkat harga dalam jangka waktu tertentu. Faktor-faktor yang menentukan tingkat penawaran adalah harga jual produk yang bersangkutan dan faktor-faktor lain yang disebut faktor non-harga.
  - a. Faktor-faktor yang mempengaruhi persediaan barang adalah:
    - 1) Harga barang itu sendiri
    - 2) Harga barang lain yang berkaitan
    - 3) Harga faktor produksi
    - 4) Harga pokok produksi
    - 5) Jumlah pedagang atau penjual
    - 6) Tujuan pasar atau Perusahaan
    - 7) Pemerintah kebijakan
  - b. Fungsi penawaran adalah penawaran yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penjelasan sebelumnya dapat ditulis dalam bentuk persamaan matematis yang menggambarkan hubungan antara tingkat pasokan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pasokan (Rahardja, 2008).

3. Faktor Penentuan Harga Jual.
  - a. Biaya Penuh: Total biaya produksi suatu barang atau jasa merupakan informasi mengenai batas bawah penentuan harga jual. Total biaya tidak boleh melebihi harga jual untuk menghindari kerugian.
  - b. Selera Konsumen: Selera konsumen dan demand serta suplai mempengaruhi harga jual. Jika biaya penuh lebih besar dari harga jual di pasar, produk tidak dapat masuk pasar. Sebaliknya, jika harga penuhnya lebih rendah dari harga jual pasar, maka produk tersebut dapat dipasarkan.
  - c. Jumlah Pesaing: Jumlah pesaing yang memasuki pasar juga mempengaruhi harga jual. Perusahaan harus mempertimbangkan strategi harga yang sesuai dengan situasi pasar (Nisa, 2022).
  - d. Harga Kompetitor: Perusahaan harus memperhatikan harga kompetitor untuk mengamankan posisi di pasar.
  - e. Biaya Pemasaran dan Distribusi: Biaya pemasaran dan distribusi juga mempengaruhi penentuan harga jual (Jesslyn, 2020).
4. Cara menentukan harga jual
  - a. Harga Jual Normal: Harga jual normal adalah harga yang dapat menutupi biaya penuh dan memberikan laba. Rumus harga jual yang umum adalah  $\text{Harga Jual} = \text{Perkiraan Biaya Total} + \text{Keuntungan yang Diharapkan}$ .
  - b. Value-Based Pricing: Penentuan harga jual yang satu ini didasarkan pada nilai yang diperoleh konsumen. Harga jual harus dapat memberikan manfaat maksimal atas uang dan waktu yang digunakan.
  - c. Penentuan harga jual: Penentuan harga jual adalah penentuan harga jual suatu produk atau jasa, biasanya dalam jangka waktu yang singkat. Keputusan ini dipengaruhi oleh pedoman penetapan harga penjualan, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi.
5. Rumus Harga Jual  
 $\text{Harga Jual} = \text{Harga Beli} + \text{Margin Keuntungan}$  =  
Jenis penetapan harga ini menentukan tambahan harga setiap produk terhadap keuntungan yang dihitung (Jesslyn, 2020). Dalam menentukan harga jual, perusahaan atau pasar harus mempertimbangkan berbagai faktor dan menggunakan metode yang sesuai dengan tujuan.

### C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Dinamika Pasar

Memahami dinamika pasar tradisional akan memudahkan kita untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pasar tersebut. Salah satu komponen penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial suatu daerah adalah ekonomi desa. Desa-desanya di Indonesia memerlukan strategi dan pendekatan yang berbeda untuk mengembangkan ekonominya karena dinamika pasar mereka tidak sama dengan kota-kota besar. Dinamika pasar tradisional di Indonesia berkembang dan beradaptasi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang mencakup berbagai aspek ekonomi, sosial, dan kebijakan.

Dinamika pasar desa atau pasar tradisional dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya:

1. Faktor Ekonomi
  - a. Permintaan dan Penawaran  
Mekanisme pasar yaitu proses menentukan tingkat harga berdasarkan kekuatan penawaran dan permintaan. Pertemuan antara penawaran (supply) dan permintaan (demand) dinamakan juga sebagai equilibrium price (harga

keseimbangan) (Rahardja & Manurung, 1999). Faktor yang mempengaruhi permintaan adalah harga yang secara teoritis berpengaruh negatif terhadap permintaan (Sukirno, 2014). Perubahan dalam permintaan barang dan penawaran barang sangat berpengaruh terhadap harga dan ketersediaan produk di pasar tradisional.

b. Kondisi Ekonomi Makro

Kondisi ekonomi makro seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan tingkat pengangguran mempengaruhi daya beli masyarakat. Penurunan tingkat inflasi berdampak pada banyak aspek kehidupan, termasuk pengangguran, penurunan daya beli, penurunan daya saing industri, pengurangan pelarian modal, dan peningkatan korupsi (Muis saludin, 2008).

c. Harga Barang Pokok

Fluktuasi harga bahan pokok seperti beras, gula, sayuran, daging dan lainnya akan berdampak pada dinamika pasar tradisional. Masyarakat kelas menengah ke bawah paling terkena dampak kenaikan harga jika terjadi pergerakan harga yang semakin meningkat sebagai akibat dari ketidakseimbangan penawaran dan permintaan (Fadlina, 2012).

2. Faktor Sosial

a. Perubahan Gaya Hidup dan Preferensi Konsumen

Di Indonesia, sudah terjadi pergeseran kuat terhadap perilaku konsumen yang sebelumnya berbelanja secara langsung kini beralih berbelanja secara digital dikarenakan perubahan gaya hidup yang lebih praktis. Munculnya pasar modern juga menyebabkan penurunan jumlah konsumen terhadap pasar tradisional karena adanya pasar modern itu bisa juga merubah preferensi masyarakat dalam memilih untuk berbelanja di pasar tradisional atau pasar modern. Di sini, pelanggan bertindak sebagai hierarki preferensi dan mencari semua informasi yang mereka butuhkan sebelum membuat keputusan akhir untuk berbelanja (Lanfranchiet al.,2017). Hal ini bisa mempengaruhi permintaan barang dan jasa di pasar tradisional.

b. Demografi

Demografi seperti jumlah penduduk, persebaran geografis, komposisi penduduk dan karakter demografis juga bagaimana faktor-faktor ini memberikan perubahan dari waktu ke waktu yang bisa mempengaruhi jenis barang yang akan di beli di pasar tradisional. Maka dari itu dibentuklah segmentasi demografi untuk menyesuaikan strategi pemasaran dengan preferensi dan kebutuhan unik setiap segmen. Proses membagi pasar menjadi kelompok homogen berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, pekerjaan, dan lokasi geografis dikenal sebagai segmentasi demografi (Kotler dan Keller, 2016).

c. Kebiasaan Belanja

Tradisi dan kebiasaan belanja juga menjadi pengaruh dinamika pasar tradisional. Pasar tradisional menjadi sumber tradisi bagi masyarakat setempat. Mereka dapat mempelajari warisan budaya dengan berinteraksi dengan penjual, menggunakan mata uang tradisional, dan dapat memahami baebagai kuliner lokal. Dengan kebiasaan mereka berbelanja interaksi antara penjual dan pembeli juga menjadi sangat erat, maka dari itu penjual sering memberikan diskon kepada pelanggan setia mereka.

### 3. Faktor Teknologi

#### a. Infrastruktur dan Aksesibilitas

Pasar tradisional semakin kehilangan pelanggan karena keinginan masyarakat modern untuk kenyamanan, kebersihan, promosi, dan efisiensi berbelanja. Ini terutama benar jika pengelola pasar adalah satu-satunya orang yang bertanggung jawab atas pasar tradisional dan tidak berniat memperbaiki infrastruktur atau aksesibilitas sekitarnya. Di Pasar tradisional juga masih terdapat masalah infrastruktur yang kurang memadai seperti kebersihan, kondisi fisik pasar, dan fasilitas umum dapat menghambat pertumbuhan pasar.

#### b. Digitalisasi

Para pedagang di pasar tradisional mengeluhkan penurunan omzet penjualan yang berpotensi mengancam kelangsungan usaha mereka. Konsumen percaya bahwa belanja online, yang dilakukan hanya melalui ponsel atau situs web internet, membuat pencarian dan pembelian produk menjadi lebih mudah dan efisien (Arief, 2016). Pasar tradisional yang dulunya ramai sekarang semakin sepi karena pelanggan lebih suka berbelanja secara online.

### 4. Faktor Kebijakan Pemerintah

#### a. Regulasi dan Kebijakan

Tujuan kebijakan pasar tradisional dapat bervariasi tergantung pada konteks lokal dan kebutuhan masyarakat, yaitu meningkatkan kesejahteraan ekonomi, peningkatan kualitas produk dan pelayanan, pelestarian budaya dan identitas lokal, peningkatan aksesibilitas dan ketersediaan, pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan, peningkatan partisipasi dan pengambilan keputusan, untuk mengatur keperluan di berbagai aspek yang terkait (Aini, 2019).

#### b. Stabilitas Politik

Public Policy dalam Pengelolaan Pasar dilakukan beberapa kebijakan termasuk menyediakan fasilitas atau utilitas, merevitalisasi baik secara fisik maupun non-fisik, dan membangun platform komunikasi yang diorganisasi secara informal (Maulidin, 2021).

### 5. Faktor Lingkungan

#### a. Kondisi Cuaca

Kondisi cuaca memiliki pengaruh signifikan terhadap ketersediaan barang yang di pasok terlebih dari petani. Cuaca dapat mempengaruhi ketersediaan produk di pasar tradisional, seperti jika cuaca buruk mengganggu pengiriman produk maka ketersediaan produk dapat terganggu.

#### b. Bencana Alam

Bencana alam dapat mempengaruhi ketersediaan produk di pasar tradisional, seperti jika bencana alam mengganggu pengiriman produk maka ketersediaan produk dapat terganggu.

## D. Intervensi Pemerintah

Intervensi pemerintah dalam pasar akan mengambil peranan yang signifikan, bukan hanya kecil dan sementara. Pemerintah tidak hanya akan memantau permainan pasar, tetapi juga akan berkolaborasi dengan pelaku pasar lainnya. Pasar dapat diatur, diawasi, diatur, diproduksi, dan dikonsumsi oleh pemerintah. Secara garis besar, pemerintah memainkan dua peran dalam pasar ini. Pertama, melaksanakan nilai dan etika Islam dan kedua, menjalankan mekanisme pasar secara teknis.

Peran pemerintah yang khusus berkaitan dengan mekanisme pasar adalah sebagai berikut (Misanam dkk., 2008):

1. Secara umum menjamin dan memastikan bahwa mekanisme pasar dapat berfungsi dengan baik. Pemerintah harus melindungi kebebasan pasar, menghilangkan monopoli dan hambatan lainnya, memberikan informasi, membongkar penimbunan, dan melarang kartel yang merugikan.
2. Mengambil berbagai tindakan untuk meningkatkan daya saing dan daya beli dari pelaku pasar yang lemah, seperti produsen kecil dan konsumen miskin. Ini termasuk menciptakan skenario kerja sama antara pelaku pasar, seperti produsen besar dan kecil, untuk meningkatkan produktivitas dan pemerataan.
3. Mengambil berbagai strategi untuk menciptakan harga yang adil, terutama jika persaingan yang sempurna tidak dapat terjadi pada pasar. Monopoli tidak selalu berdampak negatif pada masyarakat jika harga yang dihasilkan tetap adil.

Dalam menjalankan perannya, pemerintah mempunyai beberapa instrumen kebijakan, antara lain sebagai berikut (Misanam dkk., 2008):

1. Manajemen tenaga kerja dan produksi di sektor publik. Pemerintah dapat mengelola kekayaan publik dengan baik; mengontrol produksi dan ketenagakerjaan di bidang ini dapat berdampak besar pada perekonomian secara keseluruhan.
2. Instrumen yang berkaitan dengan upaya mendorong kegiatan sektor swasta, diantaranya menetapkan regulasi bagi sektor swasta, melakukan redistribusi faktor produksi, al-hisbah, perlindungan bagi masyarakat lemah.
3. Pricing policy, di mana negara meregulasi harga dengan cara intervensi pasar, penetapan harga, atau mendorong kebijakan diskriminasi harga untuk kelompok masyarakat, daerah, atau sektor tertentu yang dipandang merupakan kepentingan publik. Pricing policy ini perlu dilakukan ketika pasar tidak dapat bersaing dengan sempurna sehingga harga yang dihasilkan tidak merugikan masyarakat.
4. Kebijakan fiskal adalah pengelolaan APBN disesuaikan dengan prinsip-prinsip keuangan publik Islam.
5. Kebijakan pembiayaan dan moneter.
6. Investasi kekayaan dan surplus sektor publik.

#### **E. Dampak Teknologi dan Modernisasi**

Modernisasi saat ini ibarat lokomotif yang tidak pernah berhenti. Istilah modernisasi dipahami sebagai proses perubahan dari tradisional ke modern. Pergeseran ke arah modernitas ini tidak hanya tampak pada aspek-aspek kehidupan yang baru saja, namun berbagai aspek lama pun juga makin terkikis oleh arus modernisasi. Salah satu aspek yang terkena dampak adanya modernisasi adalah pasar tradisional. Pasar memegang peranan penting dalam masyarakat sebagai pusat kegiatan ekonomi dan kebudayaan. (Pamudiana, 2017)

Pasar tradisional kini dianggap ketinggalan zaman. Hal ini terlihat dari perubahan perilaku pembelian generasi muda yang mulai membeli kebutuhan sehari-hari, terutama di supermarket dan e-commerce. Banyak alasan yang membuat generasi muda sekarang ini lebih memilih untuk berbelanja di swalayan atau e-commerce dibandingkan berbelanja di pasar tradisional itu sendiri. Beberapa alasan generasi muda lebih memilih berbelanja di swalayan atau e-commerce diantaranya, lebih hemat biaya hal itu dikarenakan di swalayan ataupun di e-commerce sering sekali mengadakan promo yang

mana itu merupakan marketing mereka agar banyak orang yang memilih berbelanja di tempat mereka dibanding berbelanja di pasar tradisional.

Selain itu hal yang membuat generasi muda sekarang ini malas untuk berbelanja di pasar tradisional dikarenakan, biasanya di pasar tradisional akan terkena panas matahari serta akan becek terutama sesudah hujan turun. Karena itu banyak generasi muda pada sekarang ini lebih memilih berbelanja di supermarket selain tempatnya lebih nyaman berbelanja di supermarket juga tidak ada batasan jam nya, yang mana pada pasar tradisional biasanya hanya sampai sore sedangkan di supermarket akan buka hingga malam.

Perkembangan teknologi dan modernisasi memiliki berbagai dampak terhadap mekanisme pasar di pasar tradisional. Dengan adanya modernisasi ini sebenarnya membawa banyak dampak negatif terhadap pasar tradisional, diantaranya :

1. Meningkatnya persaingan: Kemunculan swalayan dan platform e-commerce meningkatkan persaingan bagi pasar tradisional. Pedagang tradisional harus beradaptasi dengan perubahan ini agar dapat tetap bersaing. Jika pedagang tidak dapat beradaptasi maka hal itu hanya akan menimbulkan kerugian kepada mereka. Seperti yang marak terjadi akhir-akhir ini banyak sekali pedagang di pasar tradisional yang mengeluh jika pendapatan mereka berkurang karena adanya swalayan dan e-commerce yang memiliki banyak kelebihan dari berbelanja di pasar tradisional. hal tersebut juga menyebabkan para pedagang di pasar tradisional melakukan demonstrasi terhadap e-commerce yang dirasa merugikan pedagang di pasar tradisional.
2. Perubahan pola belanja: Konsumen modern cenderung lebih memilih berbelanja di swalayan atau melalui platform e-commerce karena menawarkan kenyamanan, kemudahan, dan variasi produk yang lebih banyak. Hal ini dapat berakibat pada penurunan jumlah pengunjung pasar tradisional.
3. Kesenjangan digital: Pedagang tradisional yang tidak memiliki akses atau kemampuan untuk menggunakan teknologi mungkin tertinggal dari pedagang yang memanfaatkan teknologi. Hal ini dapat memperlebar kesenjangan pendapatan dan memperparah kemiskinan.
4. Kehilangan nilai budaya: Pasar tradisional memiliki nilai budaya dan sosial yang penting bagi masyarakat. Modernisasi pasar tradisional dapat berakibat pada hilangnya nilai-nilai ini.

Walaupun memberikan dampak negatif terhadap pasar tradisional, jika perkembangan teknologi dan modernisasi digunakan dengan baik maka akan memberikan dampak positif terhadap pasar tradisional, diantaranya :

1. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas: Teknologi seperti sistem pembayaran elektronik, aplikasi pemesanan online, dan sistem manajemen stok dapat membantu pedagang tradisional meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing pasar tradisional. Apalagi di zaman sekarang ini terutama generasi muda lebih suka melakukan pembayaran secara non tunai, jika pasar tradisional menerapkan pembayaran dengan elektronik maka bisa menarik generasi muda untuk berbelanja di pasar tradisional.
2. Memperluas jangkauan pasar: Teknologi digital seperti media sosial dan platform e-commerce memungkinkan pedagang tradisional untuk menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada lokasi fisik pasar. Hal ini membuka peluang baru untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan.

3. Meningkatkan kualitas produk dan layanan: Teknologi dapat membantu pedagang tradisional dalam meningkatkan kualitas produk dan layanannya. Contohnya, penggunaan teknologi pendinginan dapat membantu menjaga kesegaran bahan makanan, dan penggunaan teknologi pengemasan dapat meningkatkan kualitas produk.
4. Meningkatkan akses informasi: Teknologi informasi memungkinkan pedagang tradisional untuk mendapatkan informasi pasar yang lebih mudah dan cepat, seperti harga produk, tren pasar, dan kebutuhan konsumen. Hal ini dapat membantu pedagang dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat.

Ada beberapa upaya yang dapat dilakukan agar perkembangan teknologi dan modernisasi mampu memberikan manfaat bagi pasar tradisional, antara lain:

**1) Pemerintah:**

- a. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pedagang tradisional dalam penggunaan teknologi.
- b. Membangun infrastruktur digital di pasar tradisional.
- c. Mempromosikan pasar tradisional melalui platform online.
- d. Menerapkan regulasi yang melindungi pasar tradisional dari persaingan yang tidak sehat.

**2) Pedagang tradisional:**

- a. Mengikuti perkembangan teknologi dan mempelajari cara menggunakan teknologi untuk meningkatkan bisnis.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan.
- c. Memperkuat kerjasama antar pedagang.
- d. Menjaga nilai budaya dan sosial pasar tradisional.

## F. Studi Kasus

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Studi ini menunjukkan bahwa mekanisme pasar di pasar tradisional Indonesia sangat kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Interaksi sosial dan budaya memainkan peran penting dalam transaksi di pasar tradisional. Penentuan harga yang fleksibel dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan ekonomi dan teknologi merupakan kunci keberhasilan pasar tradisional. Dukungan dari pemerintah dan pemanfaatan teknologi yang tepat dapat membantu pasar tradisional untuk tetap relevan dan kompetitif di era modern.

## IV. SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Struktur Pasar: Pasar tradisional di Indonesia umumnya didominasi oleh pedagang kecil yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Struktur ini memungkinkan fleksibilitas harga dan adanya hubungan sosial yang kuat antara penjual dan pembeli.
2. Faktor Penentu Harga: Harga di pasar tradisional dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk biaya operasional, harga bahan baku, persaingan antar pedagang, serta kekuatan tawar-menawar konsumen.
3. Peran Pemerintah: Pemerintah memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas dan keteraturan di pasar tradisional melalui regulasi dan penyediaan infrastruktur yang memadai.

4. Tantangan dan Persaingan: Pasar tradisional menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan dari swalayan dan supermarket, perubahan preferensi konsumen, serta keterbatasan akses terhadap teknologi dan modal.

### Saran

1. Modernisasi Infrastruktur: Pemerintah dan pengelola pasar tradisional perlu memperbarui dan meningkatkan infrastruktur pasar untuk memastikan kenyamanan dan keamanan bagi para pedagang dan konsumen. Ini termasuk penyediaan fasilitas dasar seperti sanitasi, parkir, dan ruang berjualan yang layak.
2. Pendidikan dan Pelatihan: Menyediakan program pendidikan dan pelatihan bagi pedagang pasar tradisional mengenai manajemen usaha, teknik pemasaran, serta penggunaan teknologi digital dapat membantu mereka bersaing dengan swalayan.
3. Promosi dan Branding: Mengembangkan strategi promosi dan branding yang menonjolkan keunikan dan kelebihan pasar tradisional, seperti produk lokal, harga yang lebih kompetitif, serta pengalaman belanja yang lebih personal.
4. Kemitraan dan Kolaborasi: Mendorong kemitraan antara pasar tradisional dengan pemasok lokal, usaha kecil dan menengah, serta platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Dini Noor dan Hasan Muchtar Fauzi. (2019). Analisis Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Di Kabupaten Situbondo. Cermin: Jurnal Penelitian. Volume 3 Nomor 2.
- Arief, Latar Muhammad., (2016) Pengolahan Limbah Industri Dasar Dasar Pengetahuan dan Aplikasi di Tempat Kerja, Andi Offset, Yogyakarta.
- Asmarani, Lintang. (2022). *Analisis Dampak Keberadaan Pasar Tradisional dan Modern di Simpang Sribhawono Lampung Timur (Kajian Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Timur Nomor 11 Tahun 2013)*. Undergraduate thesis, Institut Agama Islam Negeri Metro,
- Bagaskara. Domingo Bayu. dkk. (2023). *PaGi: Wujud Modernisasi Pasar Tradisional di Tengah Gempuran Teknologi*. INOTEK, Vol.7
- Fadlina, R. 2012. Pengaruh Fluktuasi Harga Beras Terhadap Keputusan Konsumen dalam Konsumsi Beras Premium dan NonPremium di Kota Banda Aceh. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh
- Hastuti, E., Sudarsono, & Sugiyarto, D. (2015). Interaksi Sosial di Pasar Tradisional: Studi Kasus di Pasar Beringharjo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16(2).
- I.D. Pramudiana. (2017). *Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern*, Asketik Vol. 1 No. 1 Juli 2017.
- Jesslyn. (2020). *Cara Menentukan Harga Jual dan Faktor Penentuan*.: Siscom
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks
- Lanfranchi, M., Zirilli, A., Passantino, A., Alibrandi, A., & Giannetto, C. (2017). British Food Journal. *British Food Journal Health Education British Food Journal*, 119(12).
- Maulidin, Alifia; Siti Marwiyah; Avita Khoirunnafiyah. (2021). Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Di Kota Probolinggo. *Journal of Innovation Research and Knowledge*. Volume 1 Nomor 7.
- Misanam, Munrokhim, dkk. (2008). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Muis, Saludin. (2008). *Aplikasi Mikroprosesor dalam Sistem Terintegrasi* . : GRAHA ILMU

- M. Rijal Fadli. (2021). *Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif*, Humanika, KajianIlmiah Mata Kuliah Umum.
- Nisa Destiana. (2022). *Rumus Harga Jual; 5 Inilah Cara Menentukan Harga Jual Produk.*: Majoo Indonesia
- Prathama Rahardja. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Purnomo, E. P. (2013). Pasar Tradisional Sebagai Pusat Interaksi Sosial dan Budaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17(1).
- Rahmawati, N. (2016). Dinamika Harga dan Mekanisme Pasar di Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 31(1).
- Rahardja, P., & Manurung, M. (1999). *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. LPFEUI.
- Saptana, T., & Ashari, D. (2011). Analisis Mekanisme Pasar Tradisional di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2(3).
- Sukirno, S. 2014. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Rajawali Pers