

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan aspek penting bagi manusia dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan hidupnya. Kebutuhan adalah hal yang harus dipenuhi, dan jika tidak dapat terpenuhi, maka akan mengganggu keadaan fisik dan mental manusia. Sementara itu, keinginan adalah sesuatu yang diinginkan, dan jika tidak terlaksana, hanya akan mempengaruhi kondisi psikologis saja (Muazaroh & Subaidi, 2019). Ekonomi merupakan bidang ilmu yang menganalisis semua tindakan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup demi mencapai kesejahteraan (Fadlan, 2023). Kebutuhan manusia merupakan fondasi utama dari segala aktivitas ekonomi dan sosial dalam kehidupan bermasyarakat, dimana kebutuhan primer seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal harus di prioritaskan sebelum kebutuhan sekunder seperti hiburan dan pendidikan, guna mendorong perilaku konsumsi dan produksi yang berkelanjutan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat (Zainur, 2020).

Pasar adalah lokasi di mana terjadi interaksi antara penjual yang ingin menjual produk mereka untuk mendapatkan uang dan pembeli yang ingin menggunakan uang mereka untuk membeli barang. Dengan demikian, setiap individu yang membeli suatu barang dari penjual, serta pembeli yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui barang yang ditawarkan, menunjukkan bahwa penjual telah menciptakan sebuah pasar (Salsabila et al., 2024). Pasar memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Pasar tradisional merupakan pasar yang didirikan dan diatur oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, sektor swasta, perusahaan milik negara, dan perusahaan daerah, termasuk kerjasama dengan pihak swasta. Tempat usaha ini terdiri dari toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh para pedagang kecil, menengah, masyarakat mandiri, atau koperasi. Usaha ini berukuran kecil, menggunakan modal yang tidak besar, dan proses transaksi dilakukan dengan cara tawar-menawar (Pramudyo, 2014).

Pasar tradisional memberikan manfaat yang besar bagi banyak orang di Indonesia sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari serta kebutuhan berkala, termasuk sandang dan pangan, dan juga sebagai alat untuk mendukung pertumbuhan ekonomi negara. Di pasar tradisional, terdapat berbagai macam barang yang diperjualbelikan, umumnya berupa kebutuhan rumah tangga seperti sayuran, bahan pokok, pakaian, dan barang-barang kebutuhan sehari-hari lainnya (Mokalu, 2021). Pasar tradisional merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Selain berfungsi sebagai tempat distribusi barang kebutuhan pokok, pasar tradisional juga menjadi sumber mata pencaharian bagi banyak pelaku usaha kecil dan menengah. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, keberadaan pasar tradisional menghadapi berbagai tantangan, baik dari faktor internal maupun eksternal, yang berdampak pada penurunan pendapatan pedagang. Penurunan pendapatan ini menjadi permasalahan serius karena dapat mengancam keberlangsungan usaha serta kesejahteraan pedagang (Setiawan, 2020).

Salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan yaitu kebijakan relokasi. Relokasi adalah strategi yang diterapkan oleh pemerintah daerah dengan tiga sudut pandang utama, yakni sosial, ekonomi, dan lingkungan (MUNAWWAROH, 2022). Relokasi merupakan proses pemindahan lokasi, baik untuk industri maupun tempat berjualan, dari satu area ke area lain karena alasan tertentu. Sebelum pembangunan tempat atau gedung untuk berjualan dilakukan, para pedagang biasanya akan dipindahkan ke lokasi yang telah disediakan, seperti pengungsian atau pos-pos yang diatur oleh pemerintah setempat. Tujuan dari relokasi pasar adalah untuk menciptakan pasar dan penataan ruang yang lebih teratur. Perpindahan pasar ke lokasi yang lebih strategis bertujuan agar para pedagang dapat mengembangkan usaha mereka, meningkatkan kesejahteraan, serta memberikan rasa aman dan nyaman bagi pembeli saat berbelanja. Dengan demikian, relokasi pasar diharapkan dapat meningkatkan pendapatan para pedagang setelah proses relokasi dilakukan (Eva Pertiwi et al. 2024). Relokasi pasar biasanya dilakukan karena berbagai

faktor, termasuk pengembangan kawasan, pembangunan infrastruktur, atau kondisi pasar sebelumnya yang sudah tidak memadai. Walaupun tujuan dari relokasi adalah untuk memperbaiki kualitas fasilitas dan lingkungan pasar, dalam praktiknya, kebijakan ini seringkali menciptakan masalah baru bagi pedagang dan konsumen (Saragih, 2021).

Tabel 1. 1 Relokasi Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun 2021-2025

Tahun	Lokasi Aktifitas Pasar
2021	Sepanjang Jalan Ki Hajar Dewantara.
2022	Lokasi Lama (Jalan Ki Hajar Dewantara).
2023	Lokasi Lama (Jalan Ki Hajar Dewantara).
2024	Lokasi Lama (Jalan Ki Hajar Dewantara).
14 September 2025	Pasar Darurat Belakang Polsek Arjawinangun.

Sumber : Pra-Observasi

Fenomena tersebut terjadi di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon. Berdasarkan Pra-Observasi awal yang dilakukan peneliti di Pasar Jungjang di Kecamatan Arjawinangun, Kabupaten Cirebon, Pada tahun 2021 terjadi relokasi aktivitas perdagangan yang disebabkan oleh kondisi pasar yang memerlukan penataan dan pembangunan kembali. Pada awal relokasi tersebut, para pedagang keluar dari kawasan pasar dan menempati lokasi sementara di sepanjang Jalan Ki Hajar Dewantara, Penempatan ini dilakukan dengan izin dari pemerintah desa setempat sebagai solusi sementara agar aktivitas ekonomi tetap berjalan. Izin pengguna jalan tersebut diberikan jangka waktu tiga tahun, yaitu dari 2021 hingga 2024. Kebijakan ini juga didukung melalui koordinasi dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah dan instansi terkait, dengan tujuan memberikan ruang sementara bagi pedagang sambil menunggu realisasi pembangunan pasar yang layak. Namun, dalam kenyataannya, aktivitas perdagangan di sepanjang jalur utama semakin meningkat dan meluas, menciptakan berbagai masalah baru. Keadaan di lapangan menunjukkan bahwa jumlah pedagang terus bertambah seiring bertambahnya waktu, dengan lapak-lapak mereka semakin meluas ke jalan. Hal

ini mengganggu kelancaran lalu lintas, menyebabkan kemacetan, serta mengurangi kenyamanan bagi pengguna jalan dan warga setempat. Oleh karena itu, dilakukan beberapa kali pertemuan koordinasi antara pihak kecamatan, dinas perdagangan, dan kepolisian untuk mencari solusi yang lebih baik. Hasil koordinasi tersebut menghasilkan kesepakatan bahwa seluruh pedagang harus direlokasi ke lokasi baru yang disediakan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), yaitu Pasar Darurat yang terletak di belakang Polsek Arjawinangun. Proses pemindahan resmi dilakukan pada tanggal 14 September 2025. Relokasi ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan pasar yang lebih teratur, aman, dan tidak mengganggu aktivitas lalu lintas.

Selain faktor relokasi, perkembangan teknologi juga turut mempengaruhi dinamika perdagangan. Kemajuan di bidang teknologi dan internet telah menyebabkan perubahan besar dalam pemasaran. Munculnya transformasi digital telah mempercepat pengembangan metode pemasaran yang dirancang untuk menyelesaikan tantangan baru. Salah satu masalah utama yang dihadapi perusahaan di era digital adalah perubahan dalam perilaku konsumen. Konsumen memiliki akses yang jauh lebih luas terhadap informasi dan lebih banyak opsi ketika membeli produk atau layanan (Ananda et al., 2023). Di era serba digital, para konsumen semakin menggunakan media online untuk mencari, memilih, dan membeli barang, sehingga memberikan tekanan bagi para pedagang tradisional untuk bisa lebih beradaptasi dan melakukan inovasi (Laudon, K. C., & Traver, 2022). Sejalan dengan kemajuan, proses distribusi di pasar juga mengalami pergeseran. Pergantian ini dipicu oleh keinginan para pedagang untuk memperbesar pendapatan, serta situasi ekonomi yang sulit, yang mendorong mereka untuk mencari metode baru dalam melakukan transaksi. Pergantian ini juga mendorong perubahan dalam budaya perdagangan di pasar tradisional yang semula bersifat tradisional menjadi lebih modern dan berbasis digital (Arini et al., 2025). Transformasi digital telah mengubah secara mendasar cara perdagangan di Indonesia, terutama terkait dengan persaingan antara pasar modern dan tradisional. Digitalisasi dalam sistem pembayaran dan

pengelolaan di pasar modern telah menetapkan standar baru dalam pengalaman berbelanja bagi konsumen. Beberapa pasar tradisional mulai beradaptasi meskipun hanya dalam ukuran kecil. Langkah-langkah penyesuaian ini meliputi pemanfaatan aplikasi pembayaran digital, ikut serta dalam *platform e-commerce*, serta memanfaatkan media sosial untuk pemasaran (Dwika Putri Pamelang et al., 2024).

Secara umum, aksesibilitas berarti seberapa mudah seseorang dapat tiba di suatu lokasi atau tujuan. Dalam hal pasar, aksesibilitas merupakan kemudahan bagi masyarakat, pembeli, dan pedagang untuk mencapai pasar dengan transportasi, jarak yang harus ditempuh, waktu yang dibutuhkan untuk perjalanan, serta keadaan infrastruktur jalan menuju tempat pasar tersebut (Nurhidayat & Anggani, 2025). Aksesibilitas terdiri dari dua aspek penting, yaitu jarak dan kemampuan untuk dijangkau. Semakin dekat dan gampang diakses suatu tempat, maka akan semakin meningkat aktivitas ekonomi yang terjadi di lokasi tersebut. Dalam hal pasar tradisional, aksesibilitas yang baik bisa menarik lebih banyak pembeli karena memberikan kemudahan dan penghematan waktu bagi masyarakat saat berbelanja (Litman, 2017). Selain itu, jalan yang memiliki kualitas baik dan bisa dilalui dengan mudah membuat waktu tempuh menjadi lebih cepat. Keberadaan jalan yang baik akan sangat dirasakan oleh para konsumen yang ingin menuju, baik dengan kendaraan pribadi maupun angkutan umum (Redempta Sewai B. K. Sulaona et al., 2024).

Jumlah Konsumen dapat diartikan sebagai seberapa banyak orang atau pembeli yang memerlukan serta menginginkan produk atau layanan yang ada di masyarakat. Konsumen itu sendiri adalah setiap orang yang memanfaatkan barang atau layanan untuk kebutuhan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain, dan bukan untuk dijual kembali (Eleanora et al., 2023). Menurut Manalu et al. (2023), jumlah konsumen adalah faktor penting yang memengaruhi level penjualan dan pendapatan para pedagang. Semakin banyak pembeli yang datang, maka semakin besar pendapatan yang diterima oleh pedagang.

Adapun penelitian terdahulu dari penelitian yang dilakukan oleh Prasaja et al. (2022) menunjukkan bahwa relokasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Irawan, (2023) juga menunjukkan bahwa relokasi pasar berpengaruh terhadap pendapatan pedagang kaki lima di kota Padangsidrapan. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Eva Pertiwi et al., 2024) pendapatan pedagang setelah direlokasi mengalami perubahan pendapatan dari 40 pedagang yang diwawancarai sebanyak 38 pedagang pendapatannya mengalami penurunan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahyati, (2025), menunjukkan bahwa transformasi digital melalui penggunaan media sosial dan e-commerce berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan usaha. Sedangkan, penelitian yang dilakukan Wulandari & Tomanggor, (2024), menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan dampak negative berupa penurunan omzet penjualan bagi pedagang yang tidak mampu melakukan digitalisasi, disebabkan oleh terbatasnya akses teknologi dan rendahnya literasi digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Redempta Sewai B. K. Sulaona et al. (2024) yang berjudul “Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Pada Lewoleba” menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang di Pasar Lewoleba. Sedangkan penelitian yang dilakukan Sari, (2025) menunjukkan bahwa Aksesibilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang.

Penelitian yang dilakukan oleh Manalu et al. (2023) menunjukkan bahwa jumlah konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha kecil, yang berarti semakin banyak konsumen yang datang dan melakukan transaksi, maka pendapatan pedagang juga akan meningkat. Sebaliknya, jika jumlah konsumen menurun, maka pendapatan yang diperoleh pedagang cenderung menurun.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti ingin melihat pengaruh dari relokasi pasar fisik, transformasi digital, aksesibilitas, dan jumlah konsumen terhadap pendapatan pedagang. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Relokasi Pasar Fisik dan Transformasi Digital: Studi Pengaruh Aksesibilitas, dan Jumlah Konsumen terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Terjadi ketidaksesuaian antara tujuan relokasi pasar dengan kondisi nyata di lapangan, dimana relokasi yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pedagang justru berpotensi menurunkan pendapatan akibat perubahan lokasi dan pola aktivitas perdagangan.
2. Rendahnya tingkat pemanfaatan transformasi digital oleh pedagang menyebabkan peluang peningkatan penjualan melalui media online belum optimal, sehingga pedagang kurang mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen di era digital.
3. Aksesibilitas lokasi pasar hasil relokasi belum optimal, ditandai dengan terbatasnya sarana transportasi, jarak yang lebih jauh, serta kondisi infrastruktur jalan yang mempengaruhi kemudahan konsumen dalam menjangkau pasar.
4. Terjadi penurunan jumlah konsumen pasca relokasi pasar, yang mengindikasikan adanya penurunan daya tarik pasar akibat perubahan lokasi dan belum efektifnya strategi adaptasi pedagang.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah diadakan untuk mencegah adanya penyimpangan dan permasalahan pokok, agar penelitian ini terarah dan memudahkan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian sehingga penelitian sesuai dengan tujuan. Adapun beberapa masalah yang diungkapkan, untuk menghindari

meluasnya masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi masalah pada:

1. Pengaruh Relokasi Pasar Fisik terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.
2. Pengaruh Transformasi Digital terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.
3. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.
4. Pengaruh Jumlah Konsumen terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.
5. Pengaruh Relokasi Pasar Fisik, Transformasi Digital, Aksesibilitas Pasar, dan Jumlah Konsumen secara simultan terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah Relokasi Pasar Fisik berpengaruh terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun?
2. Apakah Transformasi Digital pengaruh Relokasi Pasar terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.
3. Apakah Aksesibilitas berpengaruh terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun?
4. Apakah Jumlah Konsumen berpengaruh terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun?
5. Apakah Relokasi Pasar, Transformasi Digital, Aksesibilitas, dan Jumlah Konsumen berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Relokasi Pasar terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Transformasi Digital terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.
 - c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Aksesibilitas terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.
 - d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Jumlah Konsumen terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.
 - e. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Relokasi Pasar, Transformasi Digital, Aksesibilitas, dan Jumlah Konsumen secara simultan terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun.
2. Manfaat Penelitian
- Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:
- a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini berfungsi sebagai bukti empiris yang berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan. Manfaat teoritis yang dihasilkan adalah untuk memperkuat dan membuktikan teori-teori yang berkaitan serta mendukung temuan penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti topik serupa, khususnya mengenai Relokasi Pasar Fisik dan Transformasi Digital: Studi Pengaruh Aksesibilitas, dan Jumlah Konsumen terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon.
 - b. Manfaat Praktis
 - 1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman terkait permasalahan yang diteliti khususnya faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar.

2. Bagi Fakultas dan Universitas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan atau referensi bagi penulis lainnya yang akan melakukan ataupun melanjutkan penelitian dengan topik yang sama yang akan datang.

3. Pengelola Pasar dan Pemerintah Daerah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu informasi dan sumbangan pemikiran terhadap arah kebijakan yang ditempuh pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang pada khususnya dan kesejahteraan masyarakat pada umumnya.

4. Bagi Pedagang di Pasar Jungjang

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan pembelajaran untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan sehingga dapat dijadikan acuan dalam meningkatkan usaha dagang mereka.

F. Sistematika Penelitian

Peneliti menyusun sistematika penelitian agar dapat memahami gambaran secara umum, dapat terarah, dan mudah dibaca dalam riset ini, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Membahas terkait latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas terkait *grand theory* mengenai relokasi pasar, transformasi digital, aksesibilitas pasar, jumlah konsumen dan pendapatan pedagang serta *literature review*, kerangka konseptual, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Membahas terkait metode dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, rencana penelitian, populasi dan sampel, variabel dan indikator, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Membahas terkait gambaran umum tempat penelitian, kriteria identitas responden, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis statistik dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisi penutup yang meliputi kesimpulan hasil analisis dan saran dari hasil temuan penelitian.

