

ANALISIS DAMPAK ONLINE SHOP TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN DAN TAS DI PASAR TRADISIONAL KELURAHAN OESAPA

Analysis of the Impact of Online Shop on Income of Clothing and Bag Traders in the Traditional Market of Oesapa Village

Yolanda Nataliani D. Lado^{1,a)}, Wehelmina M. Ndoen^{2,b)}, Yuri S. Faah^{3,c)}, Paulina Y. Amtiran^{4,d)}

^{1,2,3,4)} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} ylado85@gmail.com, ^{b)} wehelmina.ndoen@staf.undana.ac.id,
^{c)} yuri.faah@staf.undana.ac.id, ^{d)} paulinaamtiran@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa dan menganalisis dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa memulai usaha dengan menggunakan modal yang berasal dari pinjaman dan modal sendiri. Dalam penentuan harga jual terdapat pedagang yang sudah menentukan standar dalam penentuan harga jual dan terdapat juga pedagang yang belum menentukan standar dalam penentuan harga jual. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang meliputi biaya retribusi, biaya makan, biaya listrik dan biaya sewa tempat usaha. Semakin maraknya *online shop* saat ini membuat pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa mengalami penurunan pendapatan dengan rata-rata penurunan pendapatan sebesar 61% dikarenakan oleh perubahan pola belanja konsumen. Konsumen yang awalnya berbelanja di pasar tradisional telah berpindah dan lebih memilih berbelanja secara *online* dikarenakan berbagai kemudahan yang diberikan *online shop*. Selain itu harga yang ditawarkan *online shop* lebih murah dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pedagang di pasar tradisional. Pedagang juga belum mampu menggunakan *online shop* sebagai media untuk berdagang sehingga pedagang tidak mampu bersaing dengan *online shop* oleh karena itu pedagang merasa bahwa kehadiran *online shop* sangat merugikan.

Kata Kunci : *Online Shop*, Pedagang Pasar Tradisional, Pendapatan

PENDAHULUAN

Dengan adanya kebijakan pembatasan sosial berskala besar, pemenuhan kebutuhan hidup menjadi salah satu masalah yang harus dihadapi oleh masyarakat. Oleh karena itu, pada akhirnya masyarakat mulai menggunakan *online shop* sebagai sarana dalam melakukan aktivitas jual beli demi memenuhi kebutuhan sehari-hari (Tumandung, 2023). Pada saat sebelum pandemi covid-19 *online shop* hanyalah sebuah pilihan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas jual beli. Namun saat pandemi covid-19 terjadi sangat penting bagi toko konvensional dan produsen untuk menjual produk melalui platform *online shop* agar mampu mempertahankan bisnis mereka dan memperoleh pendapatan. Hal ini membuat *online shop* semakin berkembang di Indonesia (Dinisari, 2020). Banyak pengaruh positif yang mendukung perekonomian Indonesia setelah adanya *online shop* seperti meningkatkan

pertumbuhan ekonomi, meningkatkan penerimaan negara, meningkatkan konsumsi domestik, meningkatkan lapangan kerja dan meningkatkan akses pasar bagi pelaku UMKM (Lanteng, 2024). Pertumbuhan pesat bisnis *online* ini disebabkan kebiasaan para konsumen yang mulai bergantung pada *online shop* untuk membeli berbagai macam produk, terutama yang sulit ditemukan di toko-toko konvensional. Hal ini juga didukung oleh meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahun (Karyati, 2019). Berdasarkan *Consumer Report* Indonesia 2023 dari *Standard Insights*, sebanyak 24,11% masyarakat Indonesia berbelanja *online* setidaknya satu kali dalam sebulan. Terdapat pula sebanyak 4,05% masyarakat yang berbelanja daring setiap hari. Laporan tersebut juga menunjukkan bahwa secara keseluruhan, produk yang paling banyak dibeli secara daring adalah produk *fashion* atau mode yang mencakup pakaian, tas hingga alas kaki. Sebesar 70,13% masyarakat memilih kategori produk tersebut sebagai produk yang sering dibeli secara daring (Jauhari, 2023).

Kehadiran *online shop* memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja. Kemudahan transaksi pada aplikasi belanja *online* semakin didorong oleh munculnya *digital payment* (pembayaran digital). Adanya *digital payment* menjadi faktor daya tarik situs jual beli *online* dan dapat menguntungkan para pelaku bisnis dalam menarik konsumen lebih banyak (Ridwan, 2018). Selain itu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja secara *online* diantaranya yaitu harga, desain produk, promosi, kemudahan dan informasi, kecepatan dan kepraktisan, keamanan dan kepercayaan (Putri, 2021). Diantara beberapa faktor tersebut harga merupakan salah satu faktor yang memberikan pengaruh tertinggi dalam pengambilan keputusan pembelian secara *online* (Putri, 2021). Faktanya, beberapa masyarakat sekarang sudah beralih, yang tadinya selalu membeli kebutuhan rumah tangga di pasar tradisional sekarang malah beralih ke *online shop* dengan alasan *range* harga antara pasar tradisional sangat jauh lebih mahal dari pada *online shop*. *Online shop* juga mempermudah transaksi, dan menghemat waktu tanpa harus pergi ke pasar. Salah satu alasan harga yang ditawarkan di *online shop* lebih murah adalah karena biaya operasional untuk menjalankan toko *online* lebih rendah dibandingkan dengan toko konvensional. Pedagang di *online shop* biasanya hanya memerlukan tenaga kerja lebih sedikit dan biaya investasi gedung yang lebih rendah. Sedangkan pedagang konvensional seperti di pasar tradisional perlu untuk memikirkan mengenai biaya sewa, biaya pegawai dan lainnya. Hal ini juga turut mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar tradisional (Puspapertiwi & Nugroho, 2023). Salah satu contoh pedagang konvensional yang dirugikan akibat kehadiran *e-commerce* ialah pedagang sandang konvensional Pasar Tanah Abang. Oleh karena itu, mereka menuntut pemerintah Indonesia agar menghapuskan *e-commerce* di Indonesia karena pendapatan mereka telah menurun drastis akibat kehadiran *e-commerce* (Rachmawati, 2023). Perkembangan *online shop* pada satu sisi memudahkan dalam proses belanja karena memberikan berbagai kemudahan, tetapi di sisi lain juga memberikan kerugian pada pedagang yang berada di pasar tradisional. Hal ini seperti yang terjadi di salah satu pasar tradisional yang berada di kota Kupang yaitu Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa. Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan bahwa Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa mengalami sepi pembeli khususnya pada lapak-lapak yang menjual pakaian dan tas. Berdasarkan keterangan pedagang hal ini dikarenakan saat ini konsumen sudah mulai beralih dengan berbelanja secara *online*. Konsumen lebih memilih

berbelanja secara *online* dikarenakan *online shop* menawarkan banyak kemudahan kepada pembeli. Selain itu harga yang ditawarkan oleh *online shop* dinilai oleh pembeli lebih murah dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pedagang yang berada di pasar tradisional. Harga yang ditawarkan oleh *online shop* lebih murah dikarenakan kebanyakan pedagang *online* merupakan produsen sedangkan pedagang di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa merupakan pedagang tangan kedua dan ketiga, selain itu biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pasar tradisional lebih besar dibandingkan dengan yang dikeluarkan oleh *online shop* sehingga harganya cenderung lebih mahal agar pedagang dapat memperoleh keuntungan. Hal ini akhirnya membuat pedagang pasar tradisional mengalami penurunan pendapatan. Pada awalnya pedagang dapat memperoleh keuntungan mulai dari Rp 800.000,00 sampai dengan Rp 4.000.000,00 per harinya tetapi dikarenakan semakin maraknya *online shop* saat ini, maka pedagang hanya mendapatakan keuntungan Rp 200.000,00 per hari, bahkan terdapat hari-hari dimana pedagang tidak mendapatkan keuntungan sama sekali. Hal ini makin diperparah karena rata-rata pedagang pasar tradisional tidak memahami bagaimana cara mengoperasikan *online shop* sehingga pedagang kesulitan untuk beradaptasi dan memperoleh keuntungan serta bersaing dengan *online shop*.

KAJIAN TEORI

Online Shop

Alimin (2004) mendefinisikan jual beli *online* sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Selain itu jual beli *online* juga merupakan aktivitas pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik (Wong, 2013). Terdapat beberapa tempat yang biasa ditempati oleh pelaku usaha untuk berjualan *online* (Wahid, 2013), yaitu *marketplace*, *website*, *weblog*, forum, dan media sosial. Penentuan indikator jual beli *online* dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2021), yang dimana indikator yang mempengaruhi masyarakat melakukan pembelian secara *online* yaitu harga, desain produk, promosi, kemudahan dan informasi, kecepatan dan kepraktisan, keamanan dan kepercayaan. Adapun pada penelitian ini terfokus pada indikator harga jual. Harga merupakan faktor yang memberikan pengaruh tinggi dalam pengambilan keputusan pembelian secara *online*. Kemampuan platform *online* dalam menyajikan preferensi harga yang kompetitif terhadap suatu produk *fashion*, mendorong konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian produk secara *online* daripada secara *offline* (Putri, 2021).

Pendapatan

Pendapatan merupakan sejumlah penghasilan yang diterima oleh masyarakat atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan (Sukirno, 2006). Rahardja & Manurung (2004) mengemukakan bahwa pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu. Pendapatan menunjukkan seluruh uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi (Winardi, 2015). Penelitian ini menggunakan variabel pendapatan dengan indikator yang diadopsi dari Furqon (2018) yaitu:

1. Penghasilan atau omset penjualan, penghasilan yang didapatkan dari pelaku usaha dalam kurun waktu tertentu.
2. Laba usaha, laba atau keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan produksi.

Pedagang

Menurut Pangiuk (2021) pedagang sebagai orang yang menawarkan hasil produk dan jasanya untuk di pasarkan sesuai kebutuhan konsumen. Menurut Damsar (2002) pedagang disebut sebagai orang atau pelaku usaha yang memasarkan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak.

Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta biasanya ada proses tawar menawar dan transaksi secara langsung ditempat tersebut. Bangunan pasar biasanya terdiri atas kios-kios, los, dan dasaran terbuka yang disediakan oleh pengelola pasar maupun penjual tersebut (Malano, 2013).

Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari semakin berkembangnya *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa. Pasar yang dulunya merupakan jantung aktivitas ekonomi lokal, kini menghadapi tantangan serius akibat persaingan ketat dengan platform *online*. Kehadiran *online shop* membuat masyarakat yang awalnya berbelanja di pasar tradisional berpindah ke *online shop*. Banyak hal yang memfaktori fenomena ini, salah satunya yaitu disebabkan oleh harga yang ditawarkan di *platform online shop* jauh lebih murah dibandingkan dengan yang ditawarkan di pasar tradisional. Disamping itu pedagang di pasar tradisional juga harus mengatur pendapatannya untuk membayar biaya sewa tempat dan biaya lain-lain. Selain itu terdapat beberapa pedagang di pasar tradisional yang belum mengetahui cara menggunakan *platform online shop* untuk berdagang. Hal ini membuat pedagang semakin mengalami kesulitan dalam mempertahankan usahanya yang dapat berdampak buruk terhadap para pedagang mengingat para pedagang menggantungkan hidupnya dengan berjualan di pasar tradisional.



Gambar 1.
Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam jenis penelitian ini adalah metode studi kasus. Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu objek tertentu untuk mempelajarinya sebagai suatu kasus, dimana dalam penelitian ini merupakan analisis dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa. Penelitian ini berlokasi di Pasar Tradisional yang berada di Kelurahan Oesapa. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Fokus dalam penelitian ini adalah menganalisis dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa. Peneliti ingin menganalisis dampak yang ditimbulkan dari semakin maraknya *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi profil pemilik, proses usaha, serta data yang berhubungan dengan dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang dan data berupa keterangan dari konsumen. Untuk mengumpulkan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 20 informan yang terdiri dari 15 pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa sebagai informan kunci dan 5 konsumen sebagai informan tambahan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis Miles and Huberman yang meliputi proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pedagang Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa

Untuk mengetahui usaha pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa maka peneliti melakukan wawancara dengan pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa. Berdasarkan kegiatan pengumpulan data tersebut maka peneliti mendapatkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Modal

Modal dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis maupun usaha. Dalam memulai sebuah kegiatan usaha, pedagang konvensional harus memiliki modal awal berupa uang di awal membuka usaha. Modal awal tersebut dapat dipergunakan untuk memiliki ataupun menyewa tempat usaha (kios) dan juga untuk berbelanja barang yang nantinya akan dijual kepada pembeli. Berdasarkan hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa terdapat 7 pedagang yang memulai berdagang dengan menggunakan modal yang dipinjam dari bank dan juga terdapat 8 pedagang yang memulai berdagang dengan menggunakan modal milik sendiri. Modal milik sendiri ini merupakan modal yang didapatkan oleh pedagang dari usaha pedagang sendiri dan juga dari keluarga. Modal awal yang dikeluarkan merupakan modal yang digunakan untuk menyewa tempat berdagang atau kios dan juga modal yang digunakan untuk membeli barang-barang dagangan. Jumlah modal yang dikeluarkan oleh masing-masing pedagang berbeda-beda tergantung dengan biaya sewa dan juga jenis dan jumlah barang yang dibeli.

2. Penentuan Harga Jual

Berdasarkan hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa terdapat sebanyak 7 pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oespa yang belum menentukan standar dalam penentuan harga jualnya, dimana pedagang hanya mengutamakan agar mereka memperoleh keuntungan dan harga yang ditetapkan lebih tinggi dibandingkan dengan modal dan biaya yang mereka keluarkan, selain itu terdapat juga sebanyak 8 pedagang yang sudah menentukan standar dalam penentuan harga jual, hal ini memungkinkan pedagang mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal.

3. Pengeluaran

Berdasarkan hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa wajib mengeluarkan biaya untuk retribusi per harinya dan semua pedagang yang menjadi informan tidak memiliki karyawan dikarenakan mereka dibantu oleh suami/istri dan juga anak-anak mereka sehingga hanya mengeluarkan biaya untuk makan sehari-hari, selain itu dari 15 informan sebanyak 13 informan masih harus mengeluarkan biaya untuk sewa kios atau tempat usaha per tahunnya sedangkan 2 informan lainnya tidak mengeluarkan biaya untuk sewa tempat dikarenakan kios atau tempat usaha tersebut sudah menjadi milik pedagang.

Dampak *Online Shop* Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa

1. Perubahan Pola Belanja Konsumen

Berdasarkan hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa konsumen yang merupakan mahasiswa lebih sering berbelanja pakaian dan tas secara *online*, sedangkan ibu rumah tangga yang bekerja sebagai PNS lebih sering berbelanja pakaian dan tas secara *online* atau di toko pakaian. Hal ini dikarenakan *online shop* menawarkan harga yang lebih murah dan berbagai kemudahan lainnya yang ditawarkan. Konsumen hanya berbelanja ke pasar tradisional untuk membeli kebutuhan pangan dan perabotan dan juga kebutuhan yang mendesak. Selain keempat informan tersebut masih terdapat satu informan yang berbelanja semua kebutuhan di pasar tradisional. Selain karena harga yang murah, konsumen juga tidak dapat menggunakan platform *online shop*.

2. Pemahaman Pedagang Tentang *Online Shop*

Berdasarkan hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa sebanyak 14 pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa yang menjadi informan dalam penelitian ini tidak memiliki pemahaman dalam menggunakan *online shop* sebagai media untuk berjualan sedangkan 1 informan sudah pernah berdagang melalui *online shop*, tetapi kemudian berhenti berdagang menggunakan *online shop*. Pedagang hanya menggunakan *online shop* untuk berbelanja dan sebagai hiburan. Selain itu pedagang juga merasa bahwa mereka tidak mampu bersaing dengan pedagang *online shop* dalam hal harga dikarenakan pedagang di pasar tradisional merupakan pedagang tangan kedua atau pedagang tangan ketiga.

3. Dampak *Online Shop* Terhadap Pendapatan Pedagang

Tabel 2.

Pendapatan Pedagang Per Hari Setelah Maraknya *Online Shop*

No	Nama Pedagang	Pendapatan per hari sebelum maraknya <i>online shop</i>	Pendapatan per hari sesudah maraknya <i>online shop</i>	Persentase Penurunan
1	Jhon	Rp 3.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	Rp 500.000,00 - Rp 600.000,00	67%
2	Eni	Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00	Rp 500.000,00	50%
3	Sumber	Rp 1.000.000,00	Rp 300.000,00 – Rp 500.000,00	70%
4	Yina	Rp 2.000.000,00 – Rp 5.000.000,00	Rp 300.000,00 – Rp 2.000.000,00	35%
5	Lisa	Rp 800.000,00 – Rp 3.000.000,00	Rp 500.000,00	38%
6	Sch	Rp 1.000.000,00	Rp 300.000,00	70%
7	Heri	Rp 1.000.000,00 – Rp 4.000.000,00	Rp 300.000,00 - Rp 500.000,00	70%
8	Fatma	Rp 2.000.000,00	Rp 300.000,00	85%
9	Juana	Rp 800.000,00 – Rp 1.000.000,00	Rp 400.000,00	50%
10	Ayu	Rp 1.000.000,00 – Rp 3.000.000,00	Rp 500.000,00	50%
11	Dewi	Rp 2.000.000,00 – Rp 3.000.000,00	Rp 500.000,00	75%
12	Dini	Rp 2.000.000,00	Rp 400.000,00	80%
13	Arini	Rp 3.000.000,00	Rp 800.000,00	73%
14	Aisyah	Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00	Rp 200.000,00 – Rp 500.000,00	50%
15	Afifah	Rp 800.000,00 – Rp 2.000.000,00	Rp 300.000,00	50%
Rata-rata Penurunan Pendapatan				61%

Sumber: Data Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa para pedagang mengalami rata-rata penurunan pendapatan sebesar 61%. Hal ini disebabkan oleh sepi pembeli yang datang sehingga membuat pedagang mengalami penurunan pendapatan bahkan sampai dengan tidak mendapatkan keuntungan sama sekali. Hal ini juga sejalan dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti dimana saat peneliti melakukan penelitian, kondisi pasar terlihat sangat sepi dan hanya terdapat sedikit pembeli yang datang khususnya ke lapak yang menjual pakaian dan tas.

4. Pendapat Pedagang Tentang Maraknya *Online Shop*

Mengenai pendapat pedagang tentang semakin maraknya *online shop*, peneliti memperoleh data bahwa pedagang merasa bahwa semakin maraknya *online shop* sangat merugikan bagi pedagang pasar tradisional. Pedagang merasa bahwa kehadiran *online shop* membuat pembeli lebih memilih berbelanja secara *online* sehingga semakin sedikit pembeli yang datang untuk berbelanja di pasar tradisional. Selain itu pedagang juga merasa bahwa pembeli lebih membeli berbelanja di *online shop* dikarenakan *online shop* menawarkan harga yang lebih murah dan juga barang-barang yang dijual merupakan barang-barang dengan model terbaru. Hal ini membuat pembeli beralih ke *online shop* dan menyebabkan pedagang pasar tradisional mengalami penurunan pendapatan sehingga pedagang kesulitan untuk memutar modal untuk membeli barang yang baru.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi pedagang di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa dan juga menganalisis dampak *online shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa. Kondisi pedagang dalam penelitian ini membahas mengenai modal usaha yang digunakan oleh pedagang dalam memulai usaha, penentuan harga jual yang ditetapkan oleh pedagang dalam menjual barang dagangannya dan juga pengeluaran atau biaya-biaya yang dikeluarkan oleh

pedagang. Modal usaha yang digunakan oleh pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa bersumber dari modal sendiri yang berasal dari modal yang diberikan oleh keluarga dan modal yang berasal dari pinjaman bank. Modal ini digunakan oleh pedagang untuk menyewa tempat usaha dan juga membeli barang dagangan yang akan dijual kembali kepada pembeli. Modal yang dikeluarkan oleh pedagang juga berbeda-beda tergantung dengan seberapa besar biaya yang digunakan untuk menyewa tempat usaha dan juga seberapa banyak barang yang dibeli oleh pedagang. Semakin banyak modal yang dikeluarkan oleh pedagang maka semakin beragam juga barang yang akan dijual.

Penentuan harga jual merupakan suatu proses untuk menentukan seberapa besar keuntungan yang didapatkan oleh pedagang. Penetapan harga jual juga memperhitungkan biaya –biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan. Selain itu harga juga berperan penting dalam menarik konsumen. Dalam menetapkan harga jual, terdapat pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa yang sudah memiliki standar dalam menentukan harga jual. Standar ini ditentukan berdasarkan dari mana barang dagangan tersebut diperoleh dan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang untuk memperoleh barang dagangan, hal ini membuat pedagang dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Sementara itu terdapat juga pedagang yang tidak menentukan standar dalam penentuan harga jual, pedagang hanya mengutamakan untuk memperoleh keuntungan dan harga barang yang ditetapkan sudah melebihi dari modal yang dikeluarkan oleh pedagang. Biaya merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari sebuah kegiatan usaha. Pendapatan yang diperoleh pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa harus dibagi dengan biaya pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh pedagang setiap harinya, bulanan dan tahunan. Pembagian biaya pengeluaran pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa adalah biaya yang digunakan untuk makan dan retribusi perharinya, biaya listrik dan juga biaya untuk menyewa tempat usaha. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa juga berbeda-beda, tergantung pada kebutuhan dan juga besarnya biaya sewa untuk tempat usaha.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, semakin maraknya *online shop* memberikan dampak negatif terhadap pendapatan pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa. Para pedagang mengalami penurunan pendapatan dengan rata-rata penurunan sebesar 61% dikarenakan sepiunya pelanggan karena sudah ada pesaing lebih canggih yang tengah di gemari masyarakat melalui *smartphone*. Kehadiran *online shop* ditengah-tengah masyarakat menyebabkan perubahan pola belanja pada konsumen. Hal ini dikarenakan menurut konsumen harga yang ditawarkan oleh *online shop* lebih murah dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pedagang di pasar tradisional. Selain itu *online shop* juga meberikan banyak diskon dan kemudahan kepada konsumen salah satunya konsumen dapat menghemat waktu dan biaya karena dengan *online shop* konsumen dapat berbelanja dari rumah. Semakin berkembangnya *online shop* ini didukung oleh perkembangan teknologi dimana pada saat ini perkembangan dunia memaksa semua kalangan untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi termasuk juga dalam hal jual beli. Pedagang dituntut untuk dapat melakukan aktivitas jual beli secara *online* untuk dapat memperoleh keuntungan tambahan dan juga mempertahankan usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa belum mampu mengoperasikan *online shop* untuk berdagang. Hanya terdapat satu pedagang yang pernah menggunakan *platform online shop* untuk berjualan namun pada akhirnya berhenti dikarenakan pedagang merasa bahwa mereka tidak dapat bersaing dalam hal harga dengan pedagang yang merupakan produsen. Pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa merupakan pedagang tangan kedua dan ketiga sehingga pedagang tidak dapat menetapkan harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan pedagang yang menjadi produsen. Oleh sebab itu pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa merasa bahwa kehadiran *online shop* merugikan bagi pedagang di pasar tradisional. Pada penelitian terdahulu tentang Dampak Kehadiran Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Mandonga Kota Kendari), yang dilakukan oleh Sariyanti et al., (2024) menunjukkan hasil yang tidak jauh berbeda dengan penelitian ini, dimana hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dampak keberadaan pasar modern terhadap para pedagang pasar tradisional adalah penurunan pendapatan sebesar 36,6%.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa memulai usaha dengan menggunakan modal yang berasal dari pinjaman dan modal sendiri. Dalam penentuan harga jual terdapat pedagang yang sudah menentukan standar dalam penentuan harga jual dan terdapat juga pedagang yang belum menentukan standar dalam penentuan harga jual. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa meliputi biaya untuk retribusi, biaya makan, biaya listrik dan biaya untuk sewa tempat usaha. Semakin maraknya *online shop* saat ini membuat pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa mengalami penurunan pendapatan dengan rata-rata penurunan pendapatan sebesar 61%. Hal ini dikarenakan oleh perubahan pola belanja konsumen. Konsumen yang awalnya berbelanja di pasar tradisional telah berpindah dan lebih memilih berbelanja secara *online* dikarenakan berbagai kemudahan yang diberikan *online shop*. Selain itu harga yang ditawarkan *online shop* lebih murah dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pedagang di pasar tradisional. Pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa juga belum mampu menggunakan *online shop* sebagai media untuk berdagang sehingga pedagang tidak mampu bersaing dengan *online shop* oleh karena itu pedagang merasa bahwa kehadiran *online shop* sangat merugikan.

Saran

Bagi pedagang pakaian dan tas di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa. Para pedagang pakaian dan tas di pasar tradisional diharapkan untuk dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dalam hal ini *online shop*. Selain itu pedagang juga harus menentukan strategi yang tepat agar tetap dapat mempertahankan usahanya dan memperoleh keuntungan. Bagi penelitian selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan penelitian selanjutnya

mengenai temuan-temuan baru yang berkaitan dengan analisis *online shop* terhadap pendapatan pedagang seperti menambahkan faktor tentang strategi pedagang konvensional dalam mempertahankan usaha ditengah persaingan dengan sistem perdagangan *online* dan pedagang modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, M. (2004). *Etika & perlindungan konsumen dalam ekonomi Islam*. BPFE-Yogyakarta. <https://books.google.co.id/books?id=eFCaAAAAMAAJ>
- Damsar. (2002). *Sosiologi ekonomi Edisi revisi*. RajaGrafindo Persada.
- Dinisari, M. C. (2020). *E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia, selama Pandemi Covid-19*. Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200417/12/1228750/e-commerce-dorong-perekonomian-indonesia-selama-pandemi-covid-19->
- Furqon, D. F. (2018). PENGARUH MODAL USAHA, LAMA USAHA, DAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENDAPATAN PENGUSAHA LANTING DI LEMAH DUWUR, KECAMATAN KUWARASAN, KABUPATEN KEBUMEN. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(4), 51–59.
- Jauhari, S. S. (2023). *Produk Fashion Jadi Produk yang Paling Banyak Dibeli di Online Shop*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/produk-fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-WNrZx>
- Karyati, I. P. (2019). *E-Commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Pusdiklat Keuangan Umum. <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklat-keuangan-umum/berita/e-commerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-237095>
- Malano, (2013). *Selamatkan Pasar Tradisional*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Lanteng, M. (2024). *Dampak E-commerce bagi Perekonomian Indonesia*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. [https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-parepare/baca-artikel/17140/Dampak-E-commerce-bagi-Perekonomian-Indonesia.html#:~:text=E-commerce memberikan akses pasar,tengah persaingan yang semakin ketat.](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-parepare/baca-artikel/17140/Dampak-E-commerce-bagi-Perekonomian-Indonesia.html#:~:text=E-commerce%20memberikan%20akses%20pasar,tengah%20persaingan%20yang%20semakin%20ketat.)
- Malano, H. (2013). *Selamatkan Pasar Tradisional*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=4F9nDwAAQBAJ>
- Pangiuk, A. (2021). *Strategi daya saing pasar tradisional di Indonesia*. Foru Pemuda Aswaja.
- Puspapertiwi, E. R., & Nugroho, R. S. (2023). *Kenapa Barang yang Dijual di Toko Online Lebih Murah dari Offline?* Kompas.Com. [https://www.kompas.com/tren/read/2023/09/19/180000865/kenapa-barang-yang-dijual-di-toko-online-lebih-murah-dari-offline-?page=all#:~:text=Penyebab harga barang yang dijual,rendah daripada buka toko offline.](https://www.kompas.com/tren/read/2023/09/19/180000865/kenapa-barang-yang-dijual-di-toko-online-lebih-murah-dari-offline-?page=all#:~:text=Penyebab%20harga%20barang%20yang%20dijual,rendah%20daripada%20buka%20toko%20offline.)

- Putri, G. E. (2021). Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*, 16(1), 1–8.
- Rachmawati, D. (2023). *Pedagang Tanah Abang Minta Tiktok Ditutup, Omzet Anjlok Terancam Bangkrut*. Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230919/12/1696551/pedagang-tanah-abang-minta-tiktok-ditutup-omzet-anjlok-terancam-bangkrut>
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2004). *Teori Ekonomi Makro Suatu Pengantar Edisi Kedua*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (FEUI).
- Ridwan, M. (2018). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan). *Tesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 1–202. [http://repository.uinsu.ac.id/6202/1/Tesis Muhammad Ridwan.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/6202/1/Tesis%20Muhammad%20Ridwan.pdf)
- Sariyanti, Halim, M., Nia, M., & Yamin, L. O. M. (2024). DAMPAK KEHADIRAN PASAR MODERN TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus Pasar Mandonga Kota Kendari). *Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 946–958.
- Sukirno, S. (2006). *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta Rajagrafindo Persada.
- Tumandung, N. (2023). *Meningkatnya Penggunaan Marketplace di Era Pandemi Covid-19*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/lingkuadrat/64f379015886fe70dd74c322/meningkatnya-penggunaan-marketplace-di-era-pandemi-covid-19?page=all#section2>
- Wahid. (2013). *Lima Tempat Jualan Online*. Marketing.Co.Id. <https://marketing.co.id/lima-tempat-jualan-online/>
- Winardi. (2015). *Manajemen Perilaku Organisasi*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=sMLvDwAAQBAJ>
- Wong, J. (2013). *Internet Marketing For Beginners*. Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=4H1cDwAAQBAJ>