

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada era digital saat ini telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, khususnya dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Kemajuan teknologi internet mendorong terjadinya transformasi sistem transaksi jual beli yang sebelumnya dilakukan secara konvensional menjadi berbasis digital melalui berbagai *platform e-commerce*. Kehadiran *e-commerce* memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan. Konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga, memilih produk, serta melakukan transaksi secara cepat dan praktis melalui perangkat digital.

Perkembangan *e-commerce* tersebut secara tidak langsung turut mempengaruhi pola perilaku konsumsi masyarakat. Jika sebelumnya masyarakat cenderung melakukan aktivitas jual beli secara langsung di pasar tradisional, maka saat ini sebagian masyarakat mulai beralih memanfaatkan layanan perdagangan daring (*online marketplace*). Perubahan perilaku ini menunjukkan adanya kecenderungan penurunan aktivitas transaksi secara langsung di pasar tradisional.

Selain perkembangan *e-commerce*, keberadaan pasar modern juga menjadi faktor yang mempengaruhi aktivitas perdagangan tradisional. Pasar modern menawarkan berbagai keunggulan seperti fasilitas yang lebih nyaman, sistem penataan yang lebih tertata, serta pelayanan yang lebih baik. Kondisi tersebut menjadikan pasar modern sebagai alternatif pilihan

masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga berpotensi mempengaruhi daya jual pedagang pasar tradisional.

Secara teoritis, pasar tradisional memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat, khususnya bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi lokal serta penyedia lapangan pekerjaan. Namun demikian, perkembangan pasar modern dan *e-commerce* yang semakin pesat menimbulkan persaingan yang cukup ketat bagi pedagang pasar tradisional.

Kondisi tersebut juga terjadi di Pasar Paringin Kabupaten Balangan yang merupakan salah satu pusat aktivitas perdagangan masyarakat. Pasar ini menyediakan berbagai kebutuhan pokok seperti sayuran, ikan, daging, pakaian, serta kebutuhan rumah tangga lainnya. Akan tetapi, dalam beberapa tahun terakhir aktivitas perdagangan di Pasar Paringin mengalami penurunan yang cukup signifikan. Data dari pengelola pasar menunjukkan bahwa dari sekitar 300 unit kios yang tersedia, hanya sekitar 170 unit yang masih tercatat aktif. Bahkan berdasarkan hasil observasi lapangan pada tahun 2026, jumlah kios yang benar-benar beroperasi setiap harinya diperkirakan hanya berkisar antara 20 hingga 40 kios.

Penurunan jumlah pedagang aktif serta berkurangnya tingkat kunjungan masyarakat ke pasar menunjukkan adanya perubahan dalam daya jual pedagang pasar tradisional. Kondisi ini diduga dipengaruhi oleh keberadaan pasar modern dan perkembangan *e-commerce* yang semakin diminati oleh

masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kedua faktor tersebut terhadap daya jual pedagang pasar tradisional.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Analisis Pasar Modern dan Analisis *E-commerce* Terhadap Daya Jual Pasar Tradisional Kota Paringin Kabupaten Balangan”.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan upaya untuk memperjelas ruang lingkup penelitian agar pembahasan tidak terlalu luas serta tetap terfokus pada permasalahan yang akan diteliti. Dengan adanya pembatasan masalah, penelitian dapat dilakukan secara lebih terarah sehingga hasil yang diperoleh dapat menjawab permasalahan penelitian secara lebih tepat.

Dalam penelitian ini, penulis membatasi permasalahan pada pengaruh pasar modern dan *e-commerce* terhadap daya jual pedagang pasar tradisional. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari pasar modern sebagai variabel independen (X1), *e-commerce* sebagai variabel independen (X2), serta daya jual pedagang sebagai variabel dependen (Y).

Penelitian ini difokuskan pada pedagang yang masih aktif berjualan di Pasar Paringin Kabupaten Balangan. Aspek yang diteliti dibatasi pada persepsi pedagang terhadap keberadaan pasar modern dan perkembangan *e-commerce* serta pengaruhnya terhadap daya jual. Penelitian ini tidak membahas secara mendalam mengenai strategi bertahan pedagang, manajemen pengelolaan pasar secara keseluruhan, maupun kebijakan

pemerintah daerah. Penelitian ini hanya difokuskan pada pengaruh variabel yang telah ditentukan terhadap daya jual pedagang pasar tradisional.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara analisis pasar modern dan analisis *e-commerce* terhadap daya jual pasar tradisional Kota Paringin Kabupaten Balangan ?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara analisis pasar modern dan analisis *e-commerce* terhadap daya jual pasar tradisional Kota Paringin Kabupaten Balangan ?
3. Variabel mana antara analisis pasar modern dan analisis *e-commerce* yang memiliki pengaruh dominan terhadap daya jual pasar tradisional Kota Paringin Kabupaten Balangan ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sasaran yang ingin dicapai dalam pelaksanaan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh pasar modern terhadap daya jual pedagang pasar tradisional di Pasar Paringin Kabupaten Balangan.

- b. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap daya jual pedagang pasar tradisional di Pasar Paringin Kabupaten Balangan.
- c. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan mempengaruhi daya jual pedagang pasar tradisional di Pasar Paringin Kabupaten Balangan.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang administrasi bisnis yang berkaitan dengan pengaruh pasar modern dan *e-commerce* terhadap daya jual pada pasar tradisional.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Pedagang Pasar Tradisional

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh pasar modern dan *e-commerce* terhadap daya jual, sehingga pedagang dapat menyesuaikan aktivitas usahanya dalam menghadapi persaingan.

2) Bagi Pengelola Pasar dan Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan pasar tradisional.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji permasalahan serupa.