

Dampak Keberadaan Ritel Modern Pada Daya Beli Masyarakat Di Pasar Tradisional Di Kota Banjarmasin

Noor Ritawaty¹, Hardika Muhammad Fatih²

^{1,2}STIE Pancasetia, Indonesia

E-mail: noor_ritawaty@yahoo.com¹, hardikamf@gmail.com²

Article History:

Received: 11 Desember 2025

Revised: 25 Januari 2026

Accepted: 01 Februari 2026

Keywords:

Pasar Tradisional, Ritel Modern

Abstract: Penelitian ini dilaksanakan di Kota Banjarmasin, dengan obyek masyarakat yang berbelanja di ritel modern dan pasar tradisional. Tujuan penelitian untuk melihat dampak keberadaan ritel modern pada daya beli masyarakat di pasar tradisional. Penelitian berupa penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern di kota Banjarmasin, tidak berdampak besar terhadap daya beli masyarakat di pasar tradisional, karena menurut masyarakat pasar tradisional tidak bisa disamakan atau dibandingkan dengan ritel modern. Pasar tradisional memiliki keunggulan tersendiri khususnya sebagai interaksi sosial dan budaya yang tidak ada di ritel modern, seperti adanya tawar-menawar, komunikasi antara penjual dan pembeli, serta komunikasi antar pembeli, walaupun ritel modern menawarkan kebersihan, kenyamanan, keamanan.

PENDAHULUAN

Pada saat ini, keberadaan pasar tradisional sudah tergeser dan disaingi oleh bisnis eceran modern yang sering disebut ritel modern. Ritel modern sangat terasa keberadaannya dalam masyarakat, yang mana dicerminkan dengan banyaknya masyarakat beraktivitas belanja di ritel modern tersebut dibandingkan dengan ritel tradisional (pasar tradisional). Hal ini merupakan perubahan pola belanja masyarakat, kearah modernisasi, dimana ritel modern mampu memberikan kenyamanan yang dapat menyebabkan masyarakat enggan untuk berbelanja ke ritel tradisional. Pada umumnya ritel tradisional memiliki permasalahan internal pasar seperti masih buruknya sarana dalam pasar, manajemen pasar yang tidak dikelola dengan baik, tidak praktis, faktor keamanan yang buruk dan lain sebagainya. Dengan banyaknya persoalan tersebut mampu menggiring paradigma masyarakat dalam berpikir beralih ke pasar yang dapat memberikan kepuasan.

Menurut Mardhiyah dan Safrin (2021) Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Format ritel muncul dan berkembang seiring perkembangan perekonomian, teknologi dan gaya hidup masyarakat yang menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja. Ritel merupakan kegiatan bisnis yang menjual produk dan jasa pelayanan yang memberikan nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini. Ritel merupakan mata rantai yang sangat penting dalam kegiatan distribusi barang dan jasa, serta merupakan mata

rantai terakhir dalam suatu proses distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen (Christina Widya Utami, 2010).

Kemunculan ritel di Indonesia merupakan salah satu bagian kecil dari pengaruh industri perdagangan global. Menurut Christina Widya Utami (2010) Ritel diartikan sebagai kegiatan yang terkait dalam aktivitas penjualan dan menambah nilai barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis. Adanya perusahaan multi nasional yang sudah beroperasi memunculkan persaingan tersendiri diantara pelaku industri. Persaingan tersebut dapat berupa persaingan dari segi harga yang terjangkau atau permainan monopoli perdagangan yang dapat berdampak positif dan negatif.

Keberadaan ritel modern di Indonesia diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dengan Nomor 70 Tahun 2013 Pada pasal 2 disebutkan bahwa pendirian Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib berpedoman pada Tata Ruang Wilayah dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Provinsi/Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasi. Peraturan zonasi yang dimaksud oleh Pemerintah tersebut adalah untuk menjaga jarak serta keseimbangan antara jumlah pasar tradisional dengan jumlah pusat perbelanjaan dan toko modern. Diharapkan keberadaan pasar tradisional dan toko modern dapat berdiri berdampingan serta dapat kerjasama dan bersaing dengan sehat.

Sedangkan Pasar tradisional yang dimaksud dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta, dengan tempat usaha berupa Toko, Kios, Los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli dagangan melalui tawar menawar.

Ritel tradisional di perkotaan saat ini terancam akibat pesatnya pembangunan ritel modern yang berskala menengah. Pemerintah telah membuat beberapa regulasi, antara lain undang-undang maupun peraturan pemerintah dalam rangka memberikan perlindungan kepada usaha kecil, seperti UU Nomor. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Keputusan Presiden Nomor. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Keputusan Menteri Perdagangan No. 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, semua kebijakan Pemerintah tersebut bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ditegaskan bahwa minimarket dikategorikan sebagai pasar modern yang tidak termasuk kriteria usaha kecil dan menengah, karena pengelolaannya dilakukan oleh perusahaan besar dan pengusaha kecil.(Ferricha & Fauzan, 2020). Pasar tradisional merupakan tumpuan bagi para petani, peternak, atau produsen lainnya selaku pemasok. (Syukria, 2023)

Walaupun pemerintah telah membuat kebijakan dan perundangan terkait ritel, namun saat ini dengan berkembang pesatnya ritel modern, diindikasikan akan menimbulkan potensi persaingan usaha yang kurang sehat dan berpotensi dapat mematikan ritel tradisional jika regulasi yang ada tidak diatur secara jelas.

Dengan adanya fenomena secara umum ini, maka penulis tertarik untuk melihat Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Pasar Tradisional khususnya di Kota Banjarmasin. Dimana

Permasalahan yang ada pada pasar tradisional di Kota Banjarmasin bersumber pada dua hal yakni yang pertama terkait supply side menyangkut lokasi pasar tradisional dan fisik bangunan pasar tradisional, yang kedua adalah demand side terkait daya beli dan pola belanja masyarakat. Saat ini terjadi perubahan yang sangat besar pada pola belanja masyarakat, akibat perubahan tatanan bisnis seperti timbulnya ritel modern berskala menengah yang sangat cepat dengan dukungan teknologi, sementara ritel tradisional tidak dapat beradaptasi dengan inovasi baru yang berujung pada kemunduran dan bangkrut.

Kota Banjarmasin adalah salah satu kota besar di Kalimantan Selatan. Kota yang dijuluki kota seribu sungai ini memiliki luas wilayah 98.46 km² atau sekitar 0.26% dari wilayah propinsi Kalimantan Selatan, wilayahnya merupakan delta atau kawasan kepulauan yang terdiri dari sekitar 25 buah pulau kecil yang dipisahkan oleh sungai-sungai. Berada ditinggian rata-rata 0.16 m dibawah permukaan laut, dengan kondisi daerah rawa dan relatif datar, hampir seluruh wilayah digenangi air pada saat pasang.

Lokasi pasar di Kota Banjarmasin, seperti pasar tradisional terpusat di tengah kota, pusat perbelanjaan dan ritel modern terpusat di jalan utama. Sedangkan minimarket lokal dan jaringan nasional tersebar mendekati pemukiman. Keberadaan pasar tradisional ini kurang kompetitif dari aspek lokasi dibandingkan dengan pasar modern. Jika dikaitkan dengan daya beli masyarakat menunjukkan bahwa pasar tradisional terpusat di tengah kota dan berada pada kelurahan dengan daya beli cenderung lebih rendah. Pasar modern khususnya minimarket cenderung menyebar pada kelurahan-kelurahan dengan daya beli lebih tinggi. Ditinjau dari aspek daya beli, pasar tradisional menjadi kurang kompetitif dibandingkan pasar modern di kota Banjarmasin.

Data tahun 2023, jumlah ritel modern di Kota Banjarmasin sebanyak 197 ritel yang tersebar pada 5 Kecamatan dengan rincian sebagai berikut : Kecamatan Banjarmasin Barat berjumlah 26 ritel modern, Banjarmasin Selatan sebanyak 35 ritel modern, Banjarmasin Tengah sebanyak 46 ritel modern, Banjarmasin Timur 43 ritel modern dan Banjarmasin Utara 47 ritel modern, sementara jumlah pasar tradisional sebanyak 27 pasar dengan jumlah pedagang sebanyak 6.573, dengan berbagai macam jenis barang yang dijual.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis ingin melihat dari Dampak Keberadaan Ritel Modern Pada Daya Beli Masyarakat Di Pasar Tradisional Di Kota Banjarmasin

LANDASAN TEORI

Pengertian Ritel

Dalam kamus Bahasa Inggris - Indonesia, Retail bisa juga diartikan sebagai “Eceran”. Menurut Sunyoto & Mulyono (2022) ritel merupakan kegiatan yang melibatkan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada konsumen. Jadi ritel adalah semua usaha kegiatan bisnis yang secara langsung menuju ke kemampuan pemasaran agar mampu memuaskan konsumen akhir. Ritel juga merupakan kegiatan yang terdiri dari aktivitas-aktivitas bisnis yang melibatkan kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen. Sedangkan manajemen ritel adalah proses dari keseluruhan faktor-faktor yang memberi pengaruh dalam proses perdagangan ritel, yaitu perdagangan langsung barang dan jasa kepada pelanggan. (Sunyoto & Mulyono, 2022).

Menurut Levy dan Weitz (2001) Retailing adalah satu rangkaian aktivitas bisnis untuk menambah nilai guna barang atau jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari retailing adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri. Menurut Halili (2013) Di Indonesia, ritel dibagi menjadi dua, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Peraturan Presiden Republik Indonesia No

112 tahun 2007 menyebutkan bahwa ritel tradisional adalah tempat usaha berupa kios, los dan tenda yang dimiliki dan dikelola pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil.

Menurut Sopiah Syihabudhin (2008), bisnis ritel dibagi menjadi dua kategori yaitu ritel besar dan ritel kecil. Jenis ritel besar terdiri dari Specialty store, department store (Toko Serba Ada), supermarket, discount store, hypermarket dan chain store. Ritel kecil dibagi menjadi dua jenis yaitu perdagangan eceran berpangkalan dan eceran tidak berpangkalan. Dimana perdagangan eceran berpangkalan dibagi menjadi dua jenis yaitu berpangkalan tetap, seperti kios dan warung, sedangkan perdagangan eceran tidak berpangkalan tetap, seperti pedagang kaki lima.

Fungsi Utama Ritel

Industri ritel memiliki peran penting dalam perputaran bisnis dagang, baik dilihat dari sisi pemasok/produsen maupun konsumen. Dari sisi produsen, peritel merupakan mitra yaitu, pihak atau orang yang memiliki peran penting sebagai ujung tombak dan mampu memasarkan, mempromosikan dan menyampaikan produk untuk dikonsumsi oleh konsumen. Sedangkan dari sisi pandangan konsumen, peritel merupakan pihak yang melakukan pembelian, pengumpul dan penyedia produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keperluan konsumen.(Huda, 2021). Fungsi yang dilakukan ritel bermanfaat baik bagi konsumen maupun produsen, karena : Mampu menyediakan berbagai jenis produk dan jasa ; Menghasilkan jasa ; serta Meningkatkan nilai produk dan jasa

Ritel Modern

Menurut Serfianto D. Purnomo, Cita Yustisia Serfiyanti,(2013) Ritel modern merupakan toko modern dengan menggunakan pelayanan mandiri dengan sistem harga tetap tanpa tawar menawar, dan menjual berbagai produk secara eceran. Ritel modern dapat berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket, dan perkulakan/grosir. Pertokoan modern dan pusat perbelanjaan merupakan bagian dari pasar modern. Adapun macam-macam jenis ritel modern seperti : Supermarke, Minimarket, Department store, Hypermarket, Speciality store (toko produk khusus), Perkulakan atau grosir.

Adapun kelebihan dari ritel modern adalah : pelayanan lebih mutakhir dan nyaman, harga sudah tetap/dibandrol, tempat yang aman dan nyaman, Dapat di akses 24 jam, Memiliki startegi promosi barang (discount), tempat paker yang memadai. Kekurangan dari ritel modern adalah : Tidak bisa order atau pesan barang, Banyaknya antrian, Barang tidak dapat dikembalikan, Tidak ada bonus atau hadiah saat lebaran, Tidak bisa hutang.

Ritel Tradisional

Menurut Serfianto D. Purnomo, Cita Yustisia Serfiyanti (2013) yang dimaksud dengan Ritel tradisional adalah suatu kegiatan jual beli barang di toko eceran dan langsung sampai ke konsumen akhir, dimana tempat penjualannya tidak terlalu luas, barang yang dijual tidak terlalu banyak, sistem pengelolaannya masih sederhana, dan masih terdapat negosiasi (tawar menawar). Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dipelihara oleh negara, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan badan usaha daerah, termasuk kerjasama dengan swasta dalam hal penyediaan tempat usaha berupa toko, kios dan lain-lain serta dijalankan oleh pedagang kecil, pedagang menengah, lembaga swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil dan yang membeli dan menjual barang melalui tawar menawar.

Adapun kelebihan dari ritel tradisional adalah : Masih mudahnya mendirikan usaha, Masih bisa

hutang, Setiap produk yang mengalami kecacatan masih dapat dikembalikan, Masih terdapat hubungan kekerabatan antara penjual dan pembeli, Dapat dengan system pesan. Sedangkan kekurangan dari ritel tradisional adalah : Layanan yang masih manual, Tempat yang relatif sempit dan padat, Tidak ada bandrol harga, Layanan buka yang terbatas, Tidak ada system promosi barang

Karakteristik Ritel Tradisional Dan Ritel Modern

Karakteristik dari ritel tradisional dan ritel modern dilihat dari beberapa aspek seperti :

Ritel Modern : secara historis timbulnya Fenomena baru, secara Fisik fasilitas Baik dan mewah, dari aspek Pemilikan/kelembagaan Umumnya perorangan/swasta, permodal Modal kuat/digerakkan oleh swasta, pembeli/konsumen kebanyakan Umumnya golongan menengah ke atas, alat/ Metode pembayaran Ada ciri swalayan, Status tanah/kepemilikan tanah swasta/perorangan, Pembiayaan Tidak ada subsidi, Pembangunan fisik umumnya oleh swasta, Pedagang yang masuk adalah Pemilik modal juga perdagangan atau beberapa pedagang formal skala menengah dan besar serta Peluang masuk/ partisipasi bersifat Terbatas, umunya pedagang tunggal dan menengah ke atas.

Ritel Tradisional : secara historis timbulnya Evolusi yang panjang, secara Fisik fasilitas Kurang baik, sebagian baik, dari aspek Pemilikan/kelembagaan Umumnya Milik masyarakat/desa, pemda, sedikit swasta, permodal Modal lemah/subsidi/swadaya masyarakat, pembeli/konsumen kebanyakan Umumnya golongan menengah ke bawah, alat/ Metode pembayaran Ciri dilayani, tawar-menawar, Status tanah/kepemilikan Tanah Negara, sedikit sekali tanah swasta, Pembiayaan Tidak Kadang ada subsidi, Pembangunan fisik umumnya dilakukan oleh Pemda/desa dan masyarakat, Pedagang yang masuk adalah Beragan, masal dari sector sampai pedagangmengarah dan besar, serta Peluang masuk/ partisipasi bersifat Bersifat masal

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survey untuk mengetahui apakah hadirnya ritel modern berimbas pada daya beli masyarakat di pasar tradisional Kota Banjarmasin, dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif, dengan responden masyarakat yang berbelanja di pasar tradisional dan ritel modern. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara pada responden yang ditemui.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat ini di Kota Banjarmasin telah berkembang pesat kehadiran ritel modern berskala menengah seperti Indomaret dan Alfamart dengan memposisikan lokasi yang strategis. Keberadaan ritel-ritel ini sangat berdampak pada pasar tradisional atau pedagang eceran kecil. Namun berdasarkan beberapa hasil penelitian menyatakan bahwa kehadiran ritel modern tidak dapat menggantikan posisi pasar tradisional dihati masyarakat, karena pasar tradisional memiliki keunggulan tersendiri khususnya sebagai interaksi sosial dan budaya yang tidak ada di ritel modern, seperti adanya tawar menawar, komunikasi antara penjual dan pembeli, serta komunikasi antar pembeli.

Berdasarkan hasil survey, bahwa masyarakat Kota Banjarmasin masih cenderung memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja utama, karena pada pasar tradisional tersedianya keberagaman produk, khususnya untuk kebutuhan makanan segar, seperti beras, sayur, ikan, telur, daging, ayam segar, buah dan rempah-rempah dan bumbu-bumbu. sementara ritel modern hanya menyediakan kebutuhan makanan yang bersifat instant walaupun ada yang segar tapi terbatas.

Masyarakat biasanya menginginkan produk yang segar dan berkualitas yang lebih mudah ditemukan pada pasar tradisional. Di Pasar tradisional ada tradisi yang unik yang menjadi masyarakat tidak ingin meninggalkannya, yaitu adanya tradisi tawar-menawar yang merupakan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, serta adanya negosiasi yang menjadikan kesepakatan harga. Karena pada umumnya pembeli di pasar adalah kaum wanita, yang mana merupakan pengatur ekonomi rumah tangga yang selalu mempertimbangkan segalanya terkait berbelanja dan penghematan pengeluaran. Tradisi Tawar-menawar yang terjadi adalah kesempatan bagi masyarakat untuk mendapatkan nilai tambah, seperti diskon atau bonus. Selain itu, harga di pasar tradisional cenderung lebih kompetitif dibandingkan dengan ritel modern, masyarakat juga dapat berinteraksi secara langsung baik dengan penjual maupun dengan masyarakat lainnya yang ada di pasar tradisional tersebut, sehingga suasana yang memiliki ciri khusus dari pasar tradisional ini adanya ikatan emosional dan kepuasan tersendiri bagi masyarakat yang tidak didapatkan di ritel modern. Walaupun ritel modern menawarkan pelayanan yang baik dan nyaman, lokasi yang strategis, jam operasional yang fleksibel, serta produk makanan dan nonmakanan yang beragam, minat belanja masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional ternyata masih tetap tinggi. Sebenarnya Ritel modern dan pasar tradisional tidak mengalami perbedaan signifikan, hanya saja pada ritel modern, pembeli memiliki kebebasan untuk memilih barang yang diinginkan berdasarkan daya belinya. Daya beli tersebut bisa langsung diukur dari harga yang tertera di produk (barcode), pada ritel modern barang tertata dengan rapi menurut jenisnya. Produk yang ditawarkan di pasar modern juga beragam dengan berbagai jenis barang, dari bahan makanan seperti buah, sayuran, daging, hingga produk dengan masa simpan yang lebih lama. Jika dilihat dari pola berbelanja masyarakat saat ini antara pasar tradisional dengan ritel modern, maka pasar tradisional masih dominan diminati masyarakat, terutama untuk produk makanan dan non-makanan seperti beras, ikan, daging, telur, buah-buahan, sayuran, serta bumbu-bumbuan atau rempah-rempah.

Dengan demikian bahwa pilihan masyarakat untuk memilih tempat berbelanja apakah pada pasar tradisional atau ritel modern tergantung dari ragam produk yang dijual, harga yang terjangkau, pengalaman berbelanja, kenyamanan akses/lokasi, dan faktor pribadi, karena baik pasar tradisional maupun ritel modern berperan penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menunjang kehidupan.

Berdasarkan survei pada beberapa masyarakat yang berbelanja pada ritel modern, mereka lebih dominan memilih berbelanja di warung atau pasar tradisional, dengan alasan bahwa harga dipasar tradisional lebih murah, tetapi mereka akan berbelanja di ritel modern jika tidak menemukan barang yang dijual di pasar tradisional dan bersifat kebetulan saja. Sementara yang lain memberikan komentar bahwa lebih memilih berbelanja di ritel modern jika diskon saja.

Untuk menjaga eksistensi kelangsungan hidup pasar tradisional, maka peran pemerintah sangat penting untuk mewujudkan keadilan bagi para pedagang pasar tradisional terutama dalam hal pembatasan perijinan untuk ritel modern sesuai dengan Peraturan Presiden No, 112/2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern, sebagaimana yang terdapat pada pasal 1 ayat 12 tentang peraturan zona jarak, yang di mampukan dapat melindungi pedagang tradisional. meski zona jarak antara toko modern dan tradisional telah di tetapkan oleh pemerintah namun masih banyak di temukan dilapangan para pelaku ritel modern yang mendirikan ritelnya berdekatan dengan pasar tradisional atau pedagang kecil. Terlebih lagi barang yang di jual oleh ritel modern dan ritel tradisional tergolong hampir sama.

Inilah yang menjadi tantangan utama yang dihadapi Pasar tradisional jika keberadaan ritel modern yang tumbuh pesat dan berpotensi mengancam eksistensi pasar tradisional. Sebagai

respons, Pemerintah Daerah perlunya menerapkan strategi penguatan infrastruktur di pasar tradisional, peningkatan daya saing pedagang, dan pengaturan zonasi agar ritel modern tidak berdekatan dengan lokasi pasar tradisional. Namun pada kenyataannya bahwa masih ada saja ritel modern yang berdekatan dengan pasar tradisional/pedagang kecil. Keberadaan pasar tradisional harus tetap dijaga dan dilestarikan karena pasar tradisional merupakan gambaran budaya dari ekonomi rakyat dan sumber mencari uang para pedagang dari skala kecil-menengah.

Berdasarkan hasil yang ditemukan pada penelitian ini bahwa keberadaan ritel modern di kota Banjarmasin tidak berdampak besar terhadap daya beli masyarakat di pasar tradisional, karena menurut masyarakat bahwa harga pada ritel modern masih dianggap lebih tinggi dari pasar tradisional jika ritel modern tidak ada diskon, dan masyarakat akan tetap berbelanja pada pasar tradisional, walaupun ritel modern memiliki fasilitas yang baik, lokasi dan kenyamanan. Artinya bahwa secara psikologis, masyarakat dalam memilih tempat belanja tidak terlalu tertarik dengan yang ditawarkan oleh ritel modern seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan, serta image yang ada. Masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar tradisional daripada di ritel modern karena masyarakat beranggapan bahwa harga yang ada di pasar tradisional lebih fleksibel, karena pasar tradisional biasanya menetapkan harga jual produknya berdasarkan harga pasar yang berlaku dan pasar tradisional biasanya menjual produknya dengan mengambil sedikit laba dari harga brutonya (transportasi dan pajak produk), sehingga ritel tradisional dapat menetapkan harga jual produknya lebih terjangkau. Berbeda dengan ritel modern, dalam menjual produknya berorientasi pada biaya mata rantai strategi pemasaran dan adanya tanggungan pajak yang dibebankan ke konsumen, dengan demikian masyarakat beranggapan bahwa harga merupakan hal yang membedakan pasar tradisional dengan ritel modern.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat pada umumnya masih memilih berbelanja di pasar tradisional, walaupun ritel modern saat berkembang dengan pesat. Karena menurut masyarakat keunikan yang ada dipasar tradisional tidak ditemukan di ritel modern

DAFTAR REFERENSI

- Alfi Syukria (2023) Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat
Christina Widya Utami (2010), *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta
Dian Ferricha, H Fauzan (2020). How The Policy And Empowerment Of Traditional Markets In Indonesia?
Halili. (2013). Analisis perbandingan persepsi konsumen ritel tradisional dengan ritel modern di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi.
Huda, B. (2021). *BISNIS RITEL PESANTREN*. ABDA PUBLISHER
Halili. (2013). *Analisis perbandingan persepsi konsumen ritel tradisional dengan ritel modern di kecamatan muncar kabupaten banyuwangi*
Levy & Weitz.(2001). Retailing Management, 4th edition. New York: Mc.Graw Hill, Irwin Levy
Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5454>
Sunyoto, D., & Mulyono, A. (2022). Manajemen Bisnis Retail. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.
Sopiah Dan Syihabudhin. 2008. Manajemen Bisnis Ritel. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.
Peraturan Presiden (Perpres) No. 112 Tahun 2007 tentang **Penataan dan Pembinaan Pasar**

Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern