AGRICA: Journal of Sustainable Dryland Agriculture, 19 (1): 151-166 (2026)
URL: https://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/Agr/article/view/7641
DOI: https://doi.org/ 10.37478/agr.v19i1.7641

PERSEPSI PEDAGANG SAYURAN DAN BUAH TERHADAP PASAR INDUK SURABAYA SIDOTOPO

PERCEPTIONS OF VEGETABLE AND FRUIT VENDORS TOWARDS THE SURABAYA SIDOTOPO CENTRAL MARKET

Moh Heru Alfin Maulana , Teguh Soedarto, Nisa Hafi Idhoh Fitriana
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jatim
Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Kec. Gununganyar, Surabaya, Jawa Timur
*Email Coresponden: 20024010167@student.upnjatim.ac.id

Info Artikel Diterima: 09/02/2026 Direvisi: 05/05/2026 Disetujui: 07/06/2026

ABSTRAK

Pasar Induk Surabaya Sidotopo memiliki peran krusial sebagai pusat distribusi barang dan pendorong ekonomi lokal di Jawa Timur, namun menghadapi kendala serius seperti tingginya proporsi lapak kosong (46,67%) dan tekanan persaingan dari pasar modern. Studi ini bertujuan untuk menganalisis sudut pandang pedagang sayur dan buah mengenai pengelolaan pasar guna meningkatkan penghasilan mereka, dengan pendekatan kuantitatif deskriptif melalui kuesioner skala Likert yang diberikan kepada 67 pedagang (34 pedagang sayur, 33 pedagang buah). Hasil penelitian menunjukkan persepsi pedagang secara umum positif dengan total skor 54,15 (kategori "Baik"), di mana kebersihan dan fasilitas mendapat skor tertinggi (11,16), diikuti hubungan sosial (11,07), regulasi (10,83), keberlanjutan usaha (10,59), dan inovasi (10,50), sementara tantangan utama mencakup keadilan regulasi, persaingan, dan rendahnya adopsi digitalisasi. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dengan menyediakan kerangka analisis multidimensi yang dapat diadaptasi pada pasar serupa di kota lain; secara praktis, temuan ini memberikan panduan berbasis data bagi pengelola untuk memprioritaskan intervensi mulai dari peningkatan sarana, penyuluhan regulasi, pelatihan kepemimpinan, penguatan komunitas, hingga adopsi teknologi digital guna memperkuat daya saing pasar tradisional dan mendukung kesejahteraan pedagang serta kestabilan ekonomi lokal.

KATA KUNCI: : Pasar induk surabaya sidotopo, pengelolaan pasar, persepsi pedagang

ABSTRACT

The Surabaya Sidotopo Central Market plays a crucial role as a distribution hub and a driver of the local economy in East Java, yet it faces serious challenges such as a high proportion of vacant stalls (46.67%) and competitive pressure from modern markets. This study aims to analyze the perspectives of vegetable and fruit vendors regarding market management to increase their income, using a descriptive quantitative approach via a Likert-scale questionnaire administered to 67 vendors (34 vegetable vendors, 33 fruit vendors). The results indicate that vendors' perceptions are generally positive, with a total score of 54.15 (the "Good" category), where cleanliness and facilities received the highest score (11.16), followed by social relationships (11.07), regulations (10.83), business sustainability (10.59), and innovation (10.50), while the main challenges include regulatory fairness, competition, and low adoption of digitalization. Theoretically, this study contributes by providing a multidimensional analytical framework that can be adapted to similar markets in other cities; practically, these findings provide data-driven guidance for managers to prioritize interventions ranging from infrastructure improvements, regulatory outreach, leadership training, and community empowerment to the adoption of digital technologies in order to strengthen the competitiveness of traditional markets and support the well-being of vendors as well as local economic stability.

KEYWORDS: *Market management, Surabaya Sidotopo Central Market, Traders' perceptions*

Cite this as: Moh H.A Maulana, Teguh Soedarto, Nisa H.I Fitriana (2026). Persepsi pedagang sayuran dan buah terhadap pasar induk Surabaya Sidotopo. Agrica: Journal of Sustainable Agriculture, 19(1), 151-166. doi: https://doi.org/ 10.37478/agr.v19i1.7641

Copyright (c) 2026 Moh H.A Maulana, Teguh Soedarto, Nisa H.I Fitriana. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Pasar tradisional memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia sebagai pusat distribusi barang, penyedia lapangan kerja, dan motor penggerak ekonomi lokal. Dalam perspektif yang lebih luas, pasar induk berfungsi sebagai jembatan utama antara produsen dan para pedagang, sehingga berkontribusi dalam menjaga kestabilan harga dan ketersediaan bahan pangan pokok (Mirah *et al.,* 2016).

Seiring berjalannya waktu, keberadaan pasar tradisional kini menghadapi berbagai tantangan dari pasar modern yang menawarkan kenyamanan, kebersihan, dan metode transaksi yang lebih efisien (Anom, 2017). Ditambah lagi, kemajuan teknologi digital juga mendorong perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform online (Pangestu, 2024).

Digitalisasi menjadi salah satu faktor kunci dalam memperkuat daya saing pasar tradisional. Penggunaan teknologi seperti media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital terbukti mampu meningkatkan aktivitas ekonomi pedagang (Anas *et al.,* 2025; Kusnindar *et al.,* 2022). Namun, tingkat penerapan teknologi oleh pedagang pasar tradisional masih rendah karena keterbatasan literasi digital dan akses terhadap teknologi (Fadilah, 2023; Masruroh *et al.,* 2024).

Berbagai studi sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi pedagang terhadap pengelolaan pasar umumnya berada pada kategori baik, namun masih terdapat kesenjangan antara harapan dan kondisi aktual di lapangan. Gunawan (2023) mengungkapkan bahwa pedagang memiliki persepsi positif terhadap revitalisasi pasar, namun belum sepenuhnya puas dengan fasilitas dan kebijakan yang ada. Hasil serupa ditemukan oleh Susilo (2016), yang menyatakan bahwa keadilan dalam regulasi masih menjadi isu utama.

Di samping itu, faktor sosial seperti interaksi antar pedagang juga memiliki peran vital dalam mendukung keberlangsungan usaha mereka. Ama *et al., (*2024) menunjukkan bahwa modal sosial yang kokoh dapat memperkuat ketahanan ekonomi pedagang. Sementara itu, aspek distribusi dan jaringan pasokan juga menjadi elemen penting yang menentukan keberhasilan usaha pedagang (Sari, 2024).

Meski demikian, sebagian besar kajian sebelumnya lebih menitikberatkan pada aspek tertentu, seperti revitalisasi pasar, digitalisasi, atau kondisi fisik pasar secara terpisah. Penelitian yang mengintegrasikan berbagai perspektif pengelolaan pasar secara menyeluruh masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, terdapat kekurangan dalam penelitian yang menganalisis dengan menggabungkan aspek fasilitas, regulasi, keberlanjutan usaha, hubungan sosial, dan inovasi dalam satu kerangka analisis yang terpadu, terutama pada pasar induk yang relatif baru.

Inovasi dari penelitian ini terletak pada pendekatan menyeluruh untuk mengukur persepsi pedagang berdasarkan lima aspek utama: fasilitas, regulasi, keberlanjutan usaha, hubungan sosial, dan inovasi dengan menjadikan Pasar Induk Surabaya Sidotopo sebagai

objek kajian. Pasar ini merupakan pasar distribusi modern yang masih dalam tahap pengembangan, namun menghadapi permasalahan konkret yang cukup serius. Data menunjukkan bahwa sebanyak 46,67% lapak di pasar ini dalam kondisi kosong atau tidak beroperasi aktif, mencerminkan rendahnya tingkat hunian yang berdampak langsung pada vitalitas pasar sebagai pusat distribusi. Selain itu, jumlah pengunjung harian tercatat mengalami penurunan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan semakin maraknya keberadaan pasar modern dan supermarket di radius yang berdekatan tercatat terdapat Super Indo Kenjeran dalam radius 5 km dari lokasi pasar yang menawarkan kenyamanan berbelanja dan sistem pembayaran yang lebih beragam. Kondisi ini memperkuat urgensi untuk memahami persepsi pedagang secara mendalam sebagai dasar perbaikan pengelolaan pasar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis persepsi pedagang terhadap pengelolaan Pasar Induk Surabaya Sidotopo guna memberikan rekomendasi berbasis data yang dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang dan memperkuat daya saing pasar dalam menghadapi tekanan dari pasar modern maupun pergeseran perilaku konsumen ke platform digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam studi ini adalah deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai persepsi pedagang terhadap pengelolaan Pasar Induk Surabaya Sidotopo. Penelitian ini dilakukan dari bulan Juli hingga Agustus 2025 di area pasar tersebut.

Populasi adalah seluruh entitas atau subjek yang menjadi fokus penelitian, sementara sampel adalah sebagian atau perwakilan yang mencerminkan karakteristik populasi tersebut (Amin et al., 2023). Berdasarkan survei awal, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang sayur dan buah yang berlokasi di Pasar Induk Surabaya Sidotopo, yaitu sebanyak 200 pedagang. Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (margin of error), ditetapkan sebesar 10% (0,10)

Dengan mensubstitusikan nilai-nilai tersebut ke dalam rumus, diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{200}{1 + (200 \times 0{,}10^2)} = \frac{200}{1 + 2} = \frac{200}{3} = 66{,}67 \approx 67 \text{ responden}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 67 responden, terdiri dari 34 pedagang sayur dan 33 pedagang buah, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria aktif berdagang di lokasi penelitian.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin yang mengukur lima aspek pengelolaan pasar, yaitu fasilitas, regulasi, keberlanjutan usaha, hubungan sosial, dan inovasi. Sebelum digunakan dalam pengumpulan data, instrumen terlebih dahulu diuji kelayakannya melalui dua tahap.

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Pengujian menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment, di mana butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5%.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi instrumen apabila digunakan secara berulang. Pengujian menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha ≥ 0,60 (Ghozali, 2018). Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan valid dan instrumen penelitian bersifat reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpul data.

Subjek yang diteliti terdiri dari pedagang sayur dan buah yang terlibat aktif dalam kegiatan jual beli di Pasar Induk Surabaya Sidotopo. Jumlah responden ditentukan menggunakan rumus Slovin, menghasilkan 67 pedagang sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel dilaksanakan dengan *proportionate stratified random sampling* agar setiap kelompok pedagang mendapatkan keterwakilan yang proporsional sesuai dengan besar populasinya.

Penentuan jumlah sampel per lapisan (strata) dihitung menggunakan rumus proporsional sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

n_i= jumlah sampel pada lapisan ke i

N_i= jumlah anggota populasi pada lapisan ke i

N = jumlah keseluruhan anggota populasi

n = jumlah sampel keseluruhan

Dengan mensubstitusikan nilai masing-masing lapisan, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pedagang Sayur (N_i = 102 pedagang)

$$n_i = \frac{102}{200} \times 67 = 34{,}17 \approx 34 \text{ responden}$$

2. Pedagang Buah (N_i = 98 pedagang)

$$n_i = \frac{98}{200} \times 67 = 32{,}83 \approx 33 \text{ responden}$$

Total sampel dalam penelitian ini adalah 67 orang responden gabungan dari pedagang sayur dan pedagang buah.

Pengumpulan data untuk mendukung data penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan pengunjung untuk mendapatkan informasi tambahan dalam pengisian kuesioner. Selanjutnya melakukan observasi dari hasil kegiatan pengamatan dilapangan. Selanjutnya, data sekunder dikumpulkan untuk mendapatkan data laporan para pedagang serta dari beberapa referensi baik melalui buku, jurnal dan studi literatur tentang pasar induk.

Berfokus pada analisis ini untuk mengidentifikasi persepsi pedagang yang menempati Pasar Induk Surabaya Sidotopo dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Variabel yang dianalisis meliputi fasilitas, pengelolaan, dan pendapatan. Setiap variabel ini akan diukur berdasarkan kategori yang telah ditentukan, yaitu fasilitas dari yang paling baik sampai buruk, pengelolaan terhadap pasar, serta pendapatan yang akan diklasifikasikan dari yang paling rendah ke yang paling tinggi.

Analisis deskriptif adalah analisis data yang menggambarkan atau mendeskripsikan data yang dikumpulkan. Metode skoring digunakan untuk menganalisis jawaban responden pada kuisioner. Data disusun menggunakan skala likert, masing-masing indikator penilalian. Pengukuran persepsi pedagang dilakukan menggunakan skala Likert lima poin, di mana setiap butir pernyataan memiliki rentang jawaban dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju (Sugiyono, 2019), sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Skala Likert

Skor	Pernyataan dalam kuisioner	Rentang skala
1	Sangat Tidak Setuju	**1,00 – 1,19**
2	Tidak Setuju	**1,20 – 2,39**
3	Ragu-ragu	**2,40 – 3,59**
4	Setuju	**3,60 – 4,79**
5	Sangat Setuju	**4,80 – 6,00**

Sumber: (Sugiyono, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 67 pedagang sayur dan buah di Pasar Induk Surabaya Sidotopo dengan profil demografis yang beragam. Dari sisi jenis kelamin, pedagang laki-laki mendominasi dengan proporsi 75% (50 orang), sementara perempuan hanya 25% (17 orang). Pola serupa ditemukan oleh Alfany (2020) di Pasar Induk Kota Juang Bireuen, di mana pedagang laki-laki mencapai 72,5%, mengindikasikan bahwa perdagangan di pasar induk yang menuntut aktivitas fisik berat seperti bongkar muat cenderung didominasi laki-laki secara struktural.

Dari sisi usia, kelompok 37–41 tahun merupakan yang terbesar (30%), diikuti usia 32–36 tahun (24%), menunjukkan bahwa mayoritas pedagang berada pada usia produktif matang. Kondisi ini sejalan dengan temuan Choirunnisa (2019) pada pedagang sayur di Pasar Induk Kramat Jati. Namun, rendahnya proporsi pedagang muda (usia 17–26 tahun hanya 21%) perlu mendapat perhatian, karena mengindikasikan kurangnya regenerasi pelaku usaha yang berpotensi memengaruhi keberlanjutan aktivitas pasar dalam jangka panjang.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Lama Usaha

Kategori	Kelompok	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pendidikan	Tidak Sekolah	9	13
	SD	26	39
	SMP	17	25
	SMA	11	17
	S1	4	6
Lama Usaha	< 1	6	9
	1-5	17	25
	6-10	29	44
	> 10	15	22

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tingkat pendidikan pedagang mayoritas hanya setingkat SD (39%), bahkan 13% tidak pernah bersekolah. Rendahnya latar belakang pendidikan ini relevan dengan temuan rendahnya adopsi digitalisasi dalam aspek inovasi, karena keterbatasan literasi menjadi hambatan utama pemanfaatan teknologi (Fadilah, 2023). Temuan ini konsisten dengan Zulfa (2017) yang mendapati pola serupa di Pasar Induk Wonosobo. Dari sisi pengalaman, sebagian besar pedagang telah beroperasi 6–10 tahun (44%), mencerminkan basis pedagang yang relatif stabil. Namun stabilitas ini perlu dibaca secara kritis pengalaman yang panjang belum tentu diiringi adaptasi terhadap perubahan pasar, terutama bila tidak didukung pelatihan dan akses informasi yang memadai.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha dan Pendapatan

Kategori	Kelompok	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Usaha	Sayuran	34	51
	Buah	33	49
Pendapatan/Bulan	< Rp. 1.000.000	6	9
	Rp.1.000.000 – Rp. 2.000.000	22	33
	Rp.2.000.000 – Rp. 3.000.000	20	30
	Rp.3.000.000 – Rp. 4.000.000	11	16
	> Rp. 4.000.000	8	12

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Proporsi pedagang sayur dan buah hampir seimbang (51%:49%), berbeda dengan temuan Sari (2024) di Pasar Induk Puspa Agro Sidoarjo yang mencatat dominasi pedagang sayur (56%) akibat jaringan pasokan yang lebih kuat. Dari sisi pendapatan, sebagian besar pedagang (63%)

berpenghasilan di bawah Rp2.000.000 per bulan angka yang berada di bawah UMK Surabaya tahun 2025. Kondisi ini mengindikasikan bahwa aktivitas berdagang di pasar induk belum sepenuhnya mampu menjamin kesejahteraan ekonomi pedagang secara layak, dan memperkuat urgensi perbaikan pengelolaan pasar sebagai upaya peningkatan daya saing dan pendapatan pedagang.

Persepsi Pedagang Pasar Induk Surabaya Sidotopo

Pandangan pedagang di pasar dipengaruhi oleh cara mereka menginterpretasikan dan menilai situasi pasar berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan informasi yang dimiliki. Elemen seperti situasi ekonomi, persaingan, tingkah laku konsumen, interaksi dengan pembeli, regulasi pemerintah, tarif bahan baku, serta infrastruktur pasar membentuk pandangan ini. Pandangan positif memacu inovasi, sementara pandangan negatif membuat pedagang lebih waspada. Pandangan ini memengaruhi strategi dan keputusan para pedagang dalam menanggapi perubahan pasar. Pasar Induk Surabaya Sidotopo dipilih sebagai tempat penelitian karena baru berdiri selama 3 tahun dan memiliki potensi untuk menjadi pasar modern.

Metode penelitian mencakup distribusi kuesioner kepada para pedagang sayur dan buah di Pasar Induk Surabaya Sidotopo, memakai skala Likert untuk menilai persepsi. Analisis kuesioner dilakukan untuk memperoleh rata-rata skor indikator fasilitas, regulasi, keberlangsungan usaha, hubungan sosial, dan inovasi, demi memberikan gambaran menyeluruh tentang persepsi pedagang.

Pelayanan dan Fasilitas

Tabel 4 Hasil Jawaban Responden Terkait Pelayanan dan Fasilitas

No.	Pertanyaan	Jumlah Skor					Total	Kriteria
		5	4	3	2	1		
1.	Toilet di pasar ini bersih dan terawat dengan baik.	125	120	24	6	1	276	4,11
2.	Fasilitas umum seperti toilet, air bersih, dan tempat sampah tersedia dan berfungsi.	75	100	60	10	2	247	3,68
3.	Kebersihan lingkungan pasar selalu terjaga.	50	80	75	16	4	225	3,35
	Total	250	300	159	32	7	748	11,16

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Aspek pelayanan dan fasilitas memperoleh skor total 748 dengan rata-rata 11,16, masuk dalam kategori Baik dan menjadi aspek dengan skor tertinggi di antara kelima dimensi yang diukur. Namun demikian, terdapat kesenjangan yang signifikan antar

indikator yang perlu dianalisis lebih dalam.

Toilet mendapat penilaian tertinggi (rata-rata 4,11), mengindikasikan bahwa pengelolaan fasilitas sanitasi di area tertentu sudah berjalan dengan baik kemungkinan karena toilet berada di lokasi yang mudah diawasi dan dikelola secara terpusat. Sebaliknya, kebersihan lingkungan pasar secara umum mendapat penilaian terendah (rata-rata 3,35), bahkan hampir mendekati kategori Normal. Kesenjangan antara kondisi toilet (4,11) dan kebersihan lingkungan (3,35) ini mengindikasikan bahwa kebersihan yang terjaga hanya bersifat terlokalisasi pada fasilitas tertentu, sementara area perdagangan secara keseluruhan belum mendapat perhatian yang setara.

Rendahnya skor kebersihan lingkungan diduga disebabkan oleh beberapa faktor struktural. Pertama, karakteristik komoditas sayur dan buah yang mudah busuk menghasilkan limbah organik dalam volume besar setiap harinya, sehingga membutuhkan frekuensi pembersihan yang lebih tinggi dibandingkan jenis pasar lainnya. Kedua, tingginya proporsi lapak kosong (46,67%) menciptakan area-area tidak terkelola yang rawan menjadi titik penumpukan sampah tanpa pengawasan rutin. Ketiga, rendahnya kesadaran kolektif pedagang terhadap kebersihan bersama yang berkaitan erat dengan rendahnya tingkat pendidikan mayoritas responden (52% berpendidikan SD ke bawah) turut memperlemah praktik kebersihan mandiri di luar jadwal pembersihan resmi. Temuan ini sejalan dengan Fadila (2023) yang menegaskan bahwa kualitas sanitasi merupakan elemen kritis kenyamanan pasar, sekaligus memperluas argumen tersebut dengan menunjukkan bahwa sanitasi yang baik pada fasilitas tertentu tidak otomatis mencerminkan kebersihan pasar secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan sistem pengelolaan sampah yang lebih terstruktur, jadwal pembersihan area lapak yang lebih intensif, serta program edukasi kebersihan bagi pedagang sebagai intervensi prioritas.

Kebijakan dan Regulasi

Aspek kebijakan dan regulasi memperoleh skor total 726 dengan rata-rata 10,83, masuk dalam kategori Baik, namun merupakan aspek dengan skor terendah kedua dari lima dimensi yang diukur. Pola distribusi skor antar indikator mengungkapkan dinamika yang kritis untuk dianalisis lebih lanjut.
Pemahaman pedagang terhadap peraturan pasar mendapat penilaian tertinggi (rata-rata 4,08), menunjukkan bahwa sosialisasi regulasi oleh pengelola telah berjalan cukup efektif. Namun, tingginya pemahaman ini justru memperkuat signifikansi rendahnya skor pada dua indikator berikutnya pedagang memahami aturan, tetapi menilai pelaksanaannya tidak adil dan tidak sebanding dengan biaya yang mereka tanggung. Keselarasan retribusi dengan fasilitas mendapat rata-rata 3,38, sementara keadilan penerapan regulasi hanya 3,35 keduanya mendekati batas bawah kategori Baik.

Tabel 5 Hasil Jawaban Responden Terkait Kebijakan dan Regulasi

No.	Pertanyaan	Jumlah Skor					Total	Kriteria
		5	4	3	2	1		
1.	Saya memahami aturan dan kebijakan pasar yang berlaku.	125	112	30	6	1	274	4,08
2.	Biaya retribusi pasar sesuai dengan fasilitas dan layanan yang saya terima.	50	80	75	20	2	227	3,38
3.	Peraturan pasar diterapkan secara adil untuk semua pedagang.	60	72	66	24	3	225	3,35
	Total	235	264	171	50	6	726	10,83

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Ketidakpuasan terhadap retribusi kemungkinan besar dipicu oleh kondisi lapak kosong yang mencapai 46,67% di pasar ini. Pedagang aktif menanggung beban retribusi penuh, sementara mereka menyaksikan sebagian besar area pasar tidak beroperasi menciptakan persepsi ketidakseimbangan antara kontribusi yang dibayarkan dan manfaat yang diterima berupa traffic pengunjung dan vitalitas pasar yang menurun. Adapun rendahnya skor keadilan regulasi (3,35) mengindikasikan adanya persepsi perlakuan yang tidak setara antar pedagang. Dalam konteks pasar induk, ketidakadilan regulasi lazimnya berwujud pada inkonsistensi penerapan sanksi di mana pelanggaran serupa ditangani berbeda tergantung pada kedekatan pedagang dengan pengelola serta ketidaktransparanan dalam alokasi lapak strategis yang letaknya lebih dekat dengan pintu masuk atau jalur utama pengunjung. Ketimpangan akses terhadap lokasi lapak yang menguntungkan secara langsung memengaruhi pendapatan pedagang, sehingga wajar bila isu ini menjadi sumber ketidakpuasan yang konsisten. Temuan ini memperkuat dan memperluas argumen Susilo (2016) bahwa transparansi dan keadilan regulasi merupakan fondasi kepercayaan pedagang terhadap pengelola dengan menunjukkan bahwa ketidakadilan yang dipersepsikan bukan semata soal kebijakan tertulis, melainkan pada kesenjangan antara regulasi formal dan implementasinya di lapangan.

Keberlangsungan Usaha

Tabel 6 Hasil Jawaban Responden Terkait Keberlangsungan Usaha

No.	Pertanyaan	Jumlah Skor					Total	Kriteria
		5	4	3	2	1		
1.	Usaha saya di pasar ini mampu memberikan keuntungan yang cukup.	100	100	45	10	2	257	3,83
2.	Saya merasa memiliki peluang untuk mengembangkan usaha di masa depan.	75	80	66	16	2	239	3,56
3.	Persaingan antar pedagang di pasar ini masih dalam batas wajar.	50	60	75	24	5	214	3,19
	Total	225	240	186	50	9	710	10,59

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Aspek keberlangsungan usaha memperoleh skor total 710 dengan rata-rata 10,59, masuk dalam kategori Baik namun merupakan aspek dengan skor terendah kedua setelah inovasi. Pola distribusi skor antar indikator mencerminkan kondisi usaha yang secara umum masih bertahan, tetapi menghadapi tekanan persaingan yang semakin nyata.

Penilaian terhadap profitabilitas usaha mendapat rata-rata tertinggi dalam aspek ini (3,83), yang tampak sejalan dengan data pendapatan responden mayoritas pedagang (63%) berpenghasilan di bawah Rp2.000.000 per bulan, angka yang berada di bawah UMK Surabaya 2025. Artinya, persepsi "cukup menguntungkan" yang dilaporkan pedagang kemungkinan besar bukan mencerminkan kemakmuran, melainkan sekadar kecukupan untuk bertahan (*survival threshold*) sebuah kondisi yang secara ekonomi rentan terhadap guncangan sekecil apapun, seperti kenaikan harga pasokan atau penurunan jumlah pengunjung. Optimisme terhadap peluang pengembangan usaha (rata-rata 3,56) patut diapresiasi, namun perlu dibaca secara hati-hati mengingat kondisi struktural pasar yang belum kondusif.

Indikator persaingan mendapat penilaian terendah (rata-rata 3,19), mendekati batas kategori Normal, dan ini bukan sekadar persoalan persaingan antar sesama pedagang di dalam pasar. Ancaman yang lebih signifikan datang dari luar keberadaan pasar modern, supermarket, dan platform perdagangan daring yang terus berkembang di sekitar wilayah Surabaya. Pasar modern menawarkan kenyamanan, sistem pembayaran digital, dan jaminan kebersihan yang sulit disaingi pasar tradisional tanpa intervensi pengelolaan yang serius (Anom, 2017). Sementara

itu, pergeseran perilaku konsumen ke platform online semakin mempersempit basis pelanggan pasar induk, khususnya untuk segmen pembeli ritel yang kini dapat memesan kebutuhan sayur dan buah langsung dari rumah (Pangestu, 2024). Dalam konteks ini, rendahnya skor persaingan bukan hanya mencerminkan ketidaknyamanan pedagang terhadap rivalitas internal, melainkan sinyal awal dari tekanan eksternal yang berpotensi mengancam keberlangsungan usaha secara sistemik. Temuan ini memperkuat argumen Nisa et al. (2023) bahwa kelangsungan usaha pedagang pasar sangat ditentukan oleh kestabilan pasar dan kemudahan akses distribusi dengan menambahkan dimensi bahwa dalam era digital, stabilitas pasar tradisional kini semakin dipengaruhi oleh dinamika kompetisi lintas format ritel.

Hubungan Sosial

Tabel 7 Hasil Jawaban Responden Terkait Hubungan Sosial

No.	Pertanyaan	Jumlah Skor					Total	Kriteria
		5	4	3	2	1		
1.	Hubungan saya dengan pedagang lain terjalin dengan baik.	125	112	30	6	1	274	4,08
2.	Saya mendapat dukungan sosial dari sesama pedagang saat menghadapi masalah.	75	80	66	16	2	239	3,56
3.	Pengelola pasar terbuka terhadap saran dan keluhan dari pedagang.	60	72	75	20	2	229	3,41
	Total	260	264	171	42	5	742	11,07

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Aspek hubungan sosial memperoleh skor total 742 dengan rata-rata 11,07, masuk dalam kategori Baik dan menempati posisi kedua tertinggi setelah fasilitas. Namun di balik angka agregat yang positif, terdapat kesenjangan antar indikator yang mencerminkan dinamika sosial yang perlu dicermati lebih kritis.

Hubungan antar pedagang mendapat penilaian tertinggi (rata-rata 4,08), menunjukkan bahwa ikatan horizontal sesama pedagang terbentuk dengan kuat. Dalam konteks pasar induk, hubungan ini bukan sekadar kedekatan interpersonal melainkan memiliki fungsi ekonomi yang konkret. Pedagang yang saling mengenal lazimnya terlibat dalam praktik titip jual barang saat salah satu pihak berhalangan hadir, berbagi informasi harga pasokan dari pemasok, serta melakukan pembelian kolektif untuk menekan biaya pengadaan. Jaringan informal semacam ini menjadi mekanisme ketahanan ekonomi yang

beroperasi di luar sistem formal pengelolaan pasar, dan relevansinya semakin tinggi ketika pendapatan mayoritas pedagang berada di bawah UMK.

Dukungan sosial saat menghadapi masalah mendapat rata-rata lebih rendah (3,56), mengindikasikan bahwa solidaritas antar pedagang mulai melemah ketika berhadapan dengan tekanan yang lebih berat seperti penurunan omzet akibat persaingan dengan pasar modern atau kerugian akibat kerusakan komoditas. Kondisi ini dapat dipahami karena dalam situasi tekanan ekonomi, kapasitas pedagang untuk saling membantu secara material menjadi terbatas. Dukungan yang tersedia kemungkinan besar lebih bersifat moral dan informasional ketimbang finansial, sehingga belum mampu menjadi jaring pengaman yang memadai bagi pedagang yang mengalami kesulitan serius. Keterbukaan pengelola terhadap saran dan keluhan mendapat skor terendah dalam aspek ini (rata-rata 3,41), dan ini merupakan temuan yang signifikan. Rendahnya skor ini mencerminkan adanya kesenjangan komunikasi antara pedagang dan manajemen pasar di mana pedagang merasa aspirasi mereka tidak selalu ditindaklanjuti secara nyata meski secara formal saluran pengaduan tersedia. Kondisi ini berpotensi memperlemah kepercayaan pedagang terhadap pengelola dalam jangka panjang, yang pada gilirannya dapat menurunkan kepatuhan terhadap regulasi dan mengurangi partisipasi pedagang dalam program pengembangan pasar. Temuan ini memperluas argumen Ama *et al*. (2024) bahwa modal sosial yang kuat tidak hanya bergantung pada jaringan horizontal antar pedagang, tetapi juga pada kualitas hubungan vertikal antara pedagang dan pengelola dimensi yang justru menjadi titik lemah dalam penelitian ini.

Aspek inovasi dan perubahan memperoleh skor total 704 dengan rata-rata 10,50 terendah di antara kelima aspek yang diukur. Temuan ini bukan sekadar mencerminkan ketertinggalan teknologi, melainkan mengungkap paradoks yang lebih dalam: pedagang bersedia berubah, tetapi belum percaya bahwa perubahan tersebut akan memberi manfaat nyata bagi usaha mereka.

Kesiapan terhadap kebijakan baru mendapat skor tertinggi dalam aspek ini (rata-rata 3,88), menunjukkan bahwa pedagang pada dasarnya tidak resisten terhadap perubahan secara umum. Namun ketika pertanyaan bergeser ke ranah teknologi secara spesifik, skor turun ke 3,47 untuk minat pemanfaatan teknologi dan lebih jauh lagi ke 3,14 untuk keyakinan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan penjualan. Kesenjangan antara kesiapan terhadap kebijakan (3,88) dan keyakinan terhadap manfaat digitalisasi (3,14) ini mengindikasikan bahwa hambatan utama bukan pada resistensi perubahan, melainkan pada ketidakyakinan berbasis pengalaman pedagang belum pernah merasakan secara langsung dampak positif teknologi terhadap omzet mereka, sehingga skeptisisme mereka bersifat rasional, bukan irasional.

Inovasi dan Perubahan

Tabel 8 Hasil Jawaban Responden Terkait Inovasi dan Perubahan

No.	Pertanyaan	Jumlah Skor					Total	Kriteria
		5	4	3	2	1		
1.	Saya siap mengikuti perubahan kebijakan yang diterapkan di pasar.	110	100	36	12	2	260	3,88
2.	Saya tertarik memanfaatkan teknologi (seperti media sosial atau aplikasi jual beli) untuk mendukung usaha.	60	80	75	16	2	233	3,47
3.	Saya merasa digitalisasi pasar dapat membantu meningkatkan penjualan.	50	60	66	30	5	211	3,14
	Total	220	240	177	58	9	704	10,50

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Kondisi ini dapat dijelaskan melalui beberapa faktor struktural yang saling berkaitan. Pertama, mayoritas pedagang berpendidikan SD ke bawah (52%) memiliki keterbatasan literasi digital yang menjadikan platform seperti media sosial atau marketplace terasa asing dan berisiko (Fadilah, 2023). Kedua, rendahnya pendapatan mayoritas pedagang 63% di bawah Rp2.000.000 per bulan membatasi kemampuan mereka untuk berinvestasi pada perangkat atau paket data yang memadai sebagai prasyarat adopsi teknologi. Ketiga, belum adanya ekosistem digital yang difasilitasi pengelola pasar seperti pelatihan penggunaan marketplace, sistem pembayaran QRIS terpusat, atau program kurasi produk untuk platform daring membuat pedagang harus belajar dan beradaptasi secara mandiri, sesuatu yang sulit dilakukan tanpa pendampingan. Data penggunaan media sosial dan pembayaran digital di kalangan pedagang Pasar Induk Surabaya Sidotopo hingga saat ini belum tersedia secara resmi, namun rendahnya skor keyakinan terhadap digitalisasi (3,14) mengindikasikan bahwa tingkat adopsi aktual kemungkinan besar masih sangat rendah sebuah data gap yang perlu menjadi agenda pengumpulan data bagi pengelola pasar ke depan.

Ironi dalam temuan ini adalah bahwa justru pedagang dengan keterbatasan modal dan pendidikan

yang paling membutuhkan digitalisasi sebagai alat untuk memperluas jangkauan pasar dan bersaing dengan platform daring tetapi mereka pula yang paling sulit mengaksesnya tanpa intervensi eksternal. Anas *et al.* (2025) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan platform digital secara konsisten mampu meningkatkan aktivitas ekonomi pedagang pasar, sementara Masruroh et al. (2024) menegaskan bahwa persepsi manfaat digitalisasi sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman teknologi pedagang. Dua temuan ini bersama-sama menegaskan bahwa intervensi yang dibutuhkan bukan sekadar penyediaan infrastruktur digital, melainkan program pendampingan intensif yang membangun kepercayaan diri pedagang dalam menggunakan teknologi secara praktis untuk meningkatkan penjualan.

Secara keseluruhan, persepsi pedagang terhadap pengelolaan Pasar Induk Surabaya Sidotopo berada dalam kategori Baik dengan total skor 54,15. Namun temuan lintas aspek menunjukkan pola yang konsisten: kekuatan pasar ini terletak pada modal sosial dan fasilitas fisik, sementara kelemahannya terkonsentrasi pada keadilan regulasi, tekanan persaingan eksternal, dan ketertinggalan adopsi digital tiga tantangan yang saling memperlemah dan membutuhkan intervensi terkoordinasi untuk mendorong pasar tradisional bertransformasi menuju sistem yang lebih kompetitif dan berkelanjutan (Sedyowidodo, 2025; Breliana *et al.,* 2023).

SIMPULAN

Persepsi pedagang sayur dan buah di Pasar Induk Surabaya Sidotopo terhadap pengelolaan pasar secara keseluruhan berada dalam kategori Baik dengan total skor 54,15. Dari lima aspek yang diukur, fasilitas dan kebersihan memperoleh skor tertinggi (11,16), diikuti hubungan sosial (11,07), regulasi (10,83), keberlangsungan usaha (10,59), dan inovasi sebagai aspek terendah (10,50). Pola ini mengungkapkan bahwa kekuatan pasar bertumpu pada infrastruktur fisik dan modal sosial antar pedagang, sementara kelemahan struktural terkonsentrasi pada tiga area yang saling berkaitan: keadilan regulasi yang belum merata, tekanan persaingan eksternal dari pasar modern dan platform daring, serta rendahnya adopsi teknologi digital yang diperkuat oleh keterbatasan literasi dan modal pedagang.

Secara akademik, penelitian ini berkontribusi dengan menghadirkan kerangka analisis multidimensi mencakup fasilitas, regulasi, keberlanjutan usaha, hubungan sosial, dan inovasi secara simultan yang selama ini belum diterapkan secara terintegrasi dalam kajian pengelolaan pasar induk di Indonesia. Novelty penelitian ini terletak pada dua hal: pertama, pengujian kerangka tersebut pada konteks pasar induk distribusi modern yang masih dalam tahap pengembangan dengan tingkat lapak kosong yang tinggi (46,67%), sebuah kondisi yang jarang menjadi objek kajian; kedua, analisis komparatif dua segmen komoditas berbeda sayur dan buah yang memungkinkan identifikasi perbedaan persepsi antar kelompok pedagang

secara lebih terperinci. Kerangka ini dapat diadaptasi untuk mengkaji pasar induk serupa di kota-kota lain, sekaligus menjadi basis pengembangan instrumen pengukuran persepsi pedagang yang lebih komprehensif dalam penelitian mendatang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh anggota tim peneliti dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan artikel ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari semua tim peneliti serta pihak-pihak lain yang telah memberikan kontribusinya.

DAFTAR PUSTAKA

Alfany, R. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usai relokasi: Studi kasus Pasar Induk Kota Juang Bireuen. *Jurnal Molecules.*

Ama, P. M. S., Azizah, P. A. W. N., & Amallia, D. (2024). Analisis modal sosial pedagang di pasar tradisional di Desa Tanggul Wetan, Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia.*

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar.*

Anas, N. R., Lediyana, E., Febrian, A., & Banuwa, L. F. (2025). Meningkatkan kegiatan pasar tradisional dengan adanya bazar UMKM dan memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi digitalisasi. *Indonesian Community Journal.*

Anom, A., & I Gusti, N. A. (2017). Analisis tentang seberapa efektif program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Desa Adat Intaran Sanur. *Jurnal Piramida.*

Choirunnisa. (2019). *Kesejahteraan dalam pandangan ekonomi dan sosial di kalangan para pedagang sayur: Pasar Induk Kramat Jati, Pasar Ciracas, dan pedagang rumahan* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Fadila, A. R. (2023). Analisis tingkat kebersihan dan sanitasi di Pasar Tradisional Masbagik ditinjau dari Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 17 Tahun 2020 tentang pasar sehat. *Jurnal E-Tech.*

Fadilah, A. S. (2023). Adaptasi pedagang tradisional di Pasar Lama Kota Banjarmasin terhadap perkembangan teknologi digital. *Jurnal Hukum.*

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, M. R. (2023). *Persepsi pedagang terhadap revitalisasi pasar tradisional serta dampaknya pada kinerja usaha: Studi empiris pada Pasar Lambaro Aceh Besar* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).

Kusnindar, A. A., Pratiwi, D., & Yuniarsih, T. (2022). Optimalisasi digital bagi pedagang pasar tradisional. Budimas: *Jurnal Pengabdian Masyarakat.*

Masruroh, D., & Prabowo, P. S. (2024). Persepsi digitalisasi keuangan pedagang pasar tradisional. Independent: *Journal of Economics.*

Mirah, P. P., & Agung, A. A. (2016). Dampak program revitalisasi

pasar tradisional. *Jurnal Ekonomi Pembangunan.*

Nisa, K., & Purwanti, E. Y. (2023). Analisis dampak kebakaran pasar terhadap keuntungan pedagang di Pasar Induk Weleri, Kabupaten Kendal. *Diponegoro Journal of Economics.*

Pangestu, A. P. (2024). Pasar tradisional dalam genggaman digital: Minat konsumen di era marketplace. *Jurnal Sosial Teknologi.*

Sari, N. P. (2024). Analisis pola distribusi pasok sayuran dan buah-buahan di Pasar Induk Puspa Agro Sidoarjo*. Jurnal Plano Buana.*

Sedyowidodo, U. (2025). Strategi UMKM pasar tradisional dalam menghadapi transformasi digital pasca pandemi. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry.*

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.

Susilo, Y. S. (2016). Persepsi pedagang pasar terhadap program revitalisasi pasar tradisional di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis.*

Zulfa, N. A. (2017). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang Pasar Induk Wonosobo setelah relokasi sementara pasca kebakaran tahun 2014* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).