



Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Era Digital: Analisis SWOT pada Pasar Wage dan Pasar Manis di Purwokerto

Development Strategies of Traditional Markets in the Digital Era: SWOT Analysis of Wage Market and Manis Market in Purwokerto

Fadhil Adi Nugraha¹, Ira Malihatun², Lu'lu'a Ulyn Ni'mah³, Intan Mega Maharani⁴,
Inayah Rahmawati Putri Utami⁵

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Perikanan, Universitas Muhammadiyah
Purwokerto, Jalan K.H. Ahmad Dahlan, Kabupaten Banyumas, Indonesia

²Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro,
Jalan Prof. Soedarto, Kota Semarang, Indonesia

³Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wahid Hasyim, Jalan Menoreh Tengah
X Nomor 22, Kota Semarang, Indonesia

⁴Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur, Jalan Raya Rungkut Madya, Kota Surabaya, Indonesia

⁵Program Studi Agroindustri, Politeknik Negeri Subang, Jalan Brigjen Katamso Nomor 37,
Kabupaten Subang, Indonesia

Email: fadhiladi@ump.ac.id, iramalihatun@alumni.undip.ac.id, ulynlulua@unwahas.ac.id,
intan_mega.agribis@upnjatim.ac.id, inayah.utami@polsub.ac.id

Korespondensi author: fadhiladi@ump.ac.id

ABSTRACT

Article History:

Accepted : 29-4-2026

Online : 29-4-2026

Keyword:

Digitalisasi;
Pasar Tradisional;
Strategi Pengembangan;
SWOT.

Pasar tradisional di Purwokerto memiliki peran strategis sebagai pusat aktivitas ekonomi dan ruang interaksi sosial masyarakat. Namun, di era digital, keberadaannya menghadapi tantangan akibat perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, serta meningkatnya persaingan dengan ritel modern dan platform daring. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pengembangan pasar tradisional melalui studi kasus Pasar Wage dan Pasar Manis. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi literatur. Responden dipilih menggunakan teknik bola salju yang melibatkan pedagang dan pengelola pasar. Analisis data dilakukan dengan pendekatan SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan pasar tradisional terletak pada lokasi strategis, pelayanan personal, ketersediaan produk segar lokal, dan harga yang kompetitif. Sementara itu, kelemahan utama meliputi keterbatasan permodalan, rendahnya adopsi teknologi digital, tata ruang yang kurang optimal, serta tingginya risiko kerusakan produk. Dari sisi eksternal, peluang pengembangan didukung oleh kemajuan teknologi digital, meningkatnya preferensi terhadap produk segar, dukungan program



UMKM, dan potensi wisata niaga. Adapun ancaman berasal dari ketidakstabilan pasokan, persaingan dengan ritel modern dan *e-commerce*, persaingan harga internal, serta risiko kebakaran. Berdasarkan analisis SWOT, dirumuskan strategi pengembangan berupa digitalisasi layanan dan pembayaran, penguatan rantai pasok berbasis platform digital, peningkatan akses permodalan, pengembangan pasar sebagai destinasi wisata niaga, serta pendampingan literasi digital bagi pedagang. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan pasar tradisional di era ekonomi digital.

Traditional markets in Purwokerto play a strategic role as centers of economic activity and spaces for social interaction. However, in the digital era, their existence faces challenges due to changes in consumer behavior, technological developments, and increased competition from modern retailers and online platforms. This study aims to formulate a strategy for developing traditional markets through case studies of Pasar Wage and Pasar Manis. The method used was descriptive with a qualitative approach, through observation, in-depth interviews, and literature review. Respondents were selected using a snowballing technique involving traders and market managers. Data analysis was conducted using a SWOT approach to identify internal and external factors influencing market development. The results indicate that the strengths of traditional markets lie in their strategic locations, personalized service, the availability of fresh local produce, and competitive prices. Meanwhile, key weaknesses include limited capital, low adoption of digital technology, suboptimal spatial planning, and a high risk of product damage. Externally, development opportunities are supported by advances in digital technology, increasing preference for fresh produce, support from MSME programs, and the potential for commercial tourism. Threats stem from supply instability, competition with modern retailers and e-commerce, internal price competition, and the risk of fire. Based on the SWOT analysis, a development strategy was formulated, including digitalization of services and payments, strengthening the supply chain based on digital platforms, increasing access to capital, developing markets as commercial tourism destinations, and providing digital literacy support for traders. This strategy is expected to increase the competitiveness and sustainability of traditional markets in the digital economy era

A. PENDAHULUAN

Kehidupan sosial manusia tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi, karena setiap individu senantiasa berupaya memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu bentuk aktivitas ekonomi yang berkembang sejak lama adalah perdagangan, yang pada awalnya dilakukan melalui sistem barter dan kemudian berkembang menjadi transaksi menggunakan uang [1]. Dalam perkembangannya, pasar hadir sebagai ruang terjadinya transaksi sekaligus interaksi sosial. Seiring waktu, pasar mengalami perubahan baik dari segi jumlah maupun tingkat persaingan, hingga saat ini terbagi menjadi pasar tradisional dan pasar modern [2].

Dalam konteks Indonesia, pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi barang dan jasa, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang membangun relasi ekonomi berbasis kedekatan, kepercayaan, dan nilai-nilai lokal. Namun, perkembangan modernisasi dan digitalisasi sektor ritel telah menghadirkan tantangan yang semakin kompleks bagi keberlangsungan pasar tradisional. Meskipun demikian, pasar tradisional tetap memiliki peran strategis dalam perekonomian lokal, terutama dalam menyediakan lapangan kerja,

mendorong pemerataan pendapatan, serta menjaga keberlangsungan nilai budaya ekonomi masyarakat [3], [4].

Salah satu tantangan utama yang dihadapi pasar tradisional adalah persepsi masyarakat yang cenderung negatif, seperti kondisi pasar yang kurang tertata, tingkat kebersihan dan keamanan yang rendah, serta keterbatasan sarana dan prasarana [3]. Persepsi ini berdampak pada menurunnya minat sebagian masyarakat, khususnya generasi muda dan kelompok menengah ke atas, serta memperkuat persaingan dengan pasar modern [5]. Untuk mengatasi hal tersebut, pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan, termasuk Peraturan Presiden Nomor 11 Tahun 2007 serta program revitalisasi pasar tradisional sebagai upaya meningkatkan kualitas fisik, manajemen, dan daya saing pasar rakyat [6].

Purwokerto merupakan salah satu pusat perekonomian penting di Provinsi Jawa Tengah. Di wilayah ini, pasar tradisional masih memegang peran penting sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat [7]. Pasar Wage Purwokerto merupakan salah satu pasar strategis yang termasuk dalam kategori pasar kelas satu berdasarkan Peraturan Bupati Banyumas Nomor 21 Tahun 2018. Dengan jangkauan pelayanan regional, pasar ini menjadi tujuan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, khususnya komoditas sembako.

Selain Pasar Wage, Pasar Manis Purwokerto juga menjadi contoh keberhasilan pengelolaan pasar tradisional, yang ditandai dengan penghargaan sebagai pengelola pasar rakyat terbaik tingkat nasional pada tahun 2019. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pengelolaan pasar yang baik, didukung oleh manajemen dan program pemberdayaan pedagang, mampu meningkatkan daya saing pasar rakyat [8]. Namun, keberhasilan tersebut tidak dapat secara langsung diterapkan pada pasar lain karena adanya perbedaan karakteristik pedagang, komoditas, dan permasalahan yang dihadapi.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi pengembangan pasar tradisional dapat dilakukan melalui pendekatan analisis SWOT untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman [9], [10]. Strategi yang efektif mencakup perbaikan sarana dan prasarana, peningkatan kualitas pelayanan, pemanfaatan teknologi untuk promosi, penguatan kerja sama, serta pembinaan pedagang supaya adaptif terhadap perubahan pasar [11]. Keberhasilan pengembangan pasar juga sangat ditentukan oleh kemampuan pedagang dalam merespons dinamika eksternal seperti fluktuasi harga, sistem distribusi, dan perubahan pola konsumsi masyarakat [12].

Meskipun begitu, penelitian terdahulu umumnya membahas pengembangan pasar tradisional dari aspek pengelolaan, fasilitas dan daya saing secara umum. Kajian yang secara khusus menyoroti strategi pengembangan pasar tradisional di era digital, terutama melalui perbandingan dua pasar dengan karakteristik berbeda

dalam satu wilayah, masih terbatas. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan Pasar Wage dan Pasar Manis yang lebih kontekstual terhadap dinamika ekonomi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjawab beberapa persoalan utama, yaitu bagaimana kondisi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Pasar Wage dan Pasar Manis, bagaimana faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman memengaruhi pengembangan kedua pasar di era digital, serta bagaimana strategi pengembangan yang tepat dirumuskan berdasarkan kombinasi faktor-faktor tersebut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan kondisi pasar tradisional, tetapi juga menyusun arah strategi yang dapat digunakan sebagai dasar penguatan daya saing pasar rakyat di tengah transformasi ekonomi digital.

B. MATERI DAN METODE

1. Waktu dan Tempat

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2025 di Pasar Wage dan Pasar Manis. Pasar Wage beralamat di Jalan Brigjen Katamso, Kelurahan Purwokerto Wetan, Kecamatan Purwokerto Timur. Sementara itu, Pasar Manis beralamat di Jalan Jenderal Gatot Subroto, Kelurahan Kedungwuluh, Kecamatan Purwokerto Barat. Kedua pasar tersebut berada di Purwokerto, Kabupaten Banyumas.

2. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif-kualitatif berupaya memahami makna yang terkandung dalam data yang dianalisis, bukan untuk menguji hipotesis maupun melakukan generalisasi secara statistik. Meskipun begitu, terdapat risiko pelanggaran kerahasiaan ketika deskripsi ini dikenali oleh orang lain [13]. Oleh karena itu, deskripsi partisipan dan latar penelitian harus luas, terutama ketika sampelnya kecil dan spesifik [14].

Responden pada penelitian ini dipilih dengan teknik bola salju (*snowball*), yaitu dengan cara meminta responden awal untuk mereferensikan orang lain yang memenuhi kriteria penelitian dan menjadi responden selanjutnya. Jumlah responden ditetapkan berdasarkan prinsip kecukupan informasi, yaitu proses wawancara dihentikan ketika data yang diperoleh mulai menunjukkan pengulangan tema dan tidak lagi menghasilkan informasi baru yang signifikan. Teknik bola salju memberikan akses ke populasi yang sulit dijangkau, mengurangi biaya dan waktu pengumpulan data, serta meningkatkan tingkat respons [15].

Berdasarkan hal tersebut, responden yang ditemui sebanyak sembilan orang pedagang dan satu orang pengelola Pasar Wage, serta enam orang pedagang dan

satu orang pengelola Pasar Manis. Karakteristik responden pedagang secara keseluruhan yaitu rata-rata berusia 51,8 tahun dengan pengalaman berdagang 18,67 tahun. Rata-rata pendapatan pedagang per hari adalah Rp358.667,00 dengan komoditas yang bervariasi antar-pedagang, seperti beras, telur, sayur, buah, daging ayam, dan ikan. Sementara itu, responden pengelola Pasar Wage menjabat sebagai Kepala Administrasi Perkantoran dengan pengalaman kerja 14 tahun; sedangkan responden pengelola Pasar Manis menjabat sebagai Pengelola Barang Milik Negara dengan pengalaman kerja tiga tahun.

Penelitian ini memakai analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan pasar tradisional. Analisis ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman [9].

Adapun tahapan penelitian meliputi beberapa langkah, yaitu (1) prasurvei untuk memperoleh gambaran awal kondisi lapangan, (2) studi literatur guna memperkuat landasan teoritis dan konseptual, (3) pengumpulan data melalui observasi dan wawancara langsung menggunakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka, sehingga memungkinkan responden memberikan jawaban secara lebih eksploratif, serta (4) proses reduksi dan interpretasi data, yang dilakukan dengan mengelompokkan informasi ke dalam tema-tema yang relevan untuk mendukung perumusan strategi pengembangan berbasis analisis SWOT [16].

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi Lokasi Penelitian

a. Pasar Wage

Pasar Wage di Purwokerto berawal dari kawasan pusat pemerintahan Kadipaten pada masa Adipati Poncowarsito. Di sekitar alun-alun lama, para pedagang kecil awalnya berjualan secara berpindah-pindah (asongan), tetapi seiring meningkatnya jumlah pedagang dan aktivitas ekonomi, mereka mulai menetap dan membentuk kawasan perdagangan yang lebih teratur. Kawasan ini kemudian berkembang menjadi titik pertemuan pedagang dari berbagai daerah, termasuk komunitas Tionghoa yang turut memperkaya komoditas dan dinamika pasar [17].

Pada abad ke-19, pemerintah kolonial Belanda melakukan penataan kota dengan memindahkan lokasi pasar ke kawasan strategis di sekitar Jalan Jenderal Sudirman. Di lokasi baru ini, aktivitas perdagangan berkembang pesat, ditandai dengan banyaknya pedagang yang mendirikan toko dan kios. Kawasan tersebut kemudian tumbuh menjadi salah satu pusat perdagangan utama di wilayah tersebut.

Pasar ini kemudian dikenal sebagai Pasar Wage, yang namanya diambil dari hari “*Wage*” dalam siklus pasaran Jawa, saat aktivitas jual beli mencapai puncaknya.

Pasar Wage sempat mengalami revitalisasi di tahun 2002 untuk meningkatkan kapasitas dan fasilitas pasar [18]. Hingga kini, Pasar Wage tetap menjadi salah satu pusat ekonomi terbesar di Purwokerto sekaligus memiliki nilai historis penting dalam perkembangan wilayah tersebut (Gambar 1).

b. Pasar Manis

Pasar Manis merupakan pasar tradisional yang terletak di dekat pusat pemerintahan dan alun-alun Purwokerto (Gambar 1). Dibangun pada tahun 1970, pasar ini terus berkembang mengikuti dinamika ekonomi masyarakat. Pasar Manis kemudian menjadi bagian dari program revitalisasi pasar rakyat yang dicanangkan pemerintah melalui program Nawa Cita. Revitalisasi dilakukan dalam dua tahap, dimulai pada tahun 2015 dan diresmikan tahap pertamanya oleh Presiden Joko Widodo pada tahun 2016, lalu dilanjutkan hingga tahap kedua. Revitalisasi ini membuat pasar menjadi lebih bersih dan rapi.

Pasar Manis mengantongi sertifikat Standar Nasional Indonesia (SNI) sebagai indikator bahwa pasar ini telah memenuhi standar pengelolaan yang ditetapkan. Pasar Manis juga menerima penghargaan dari Kementerian Perdagangan untuk kategori pengelolaan pasar tradisional terbaik di Indonesia [19].

Selain berfungsi sebagai pusat perdagangan, Pasar Manis berkembang menjadi destinasi wisata kuliner. Pasar ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas modern seperti sistem pembayaran nontunai, ruang pertemuan, ruang menyusui, serta akses bagi penyandang disabilitas. Gedung Pasar Manis terbilang modern dengan tatanan kios yang rapi, terstruktur, dan bersih sehingga berbeda dengan pasar-pasar tradisional lain yang cenderung kotor dan berantakan [20].



Gambar 1. Tampak Depan Pasar Wage (Kiri) dan Pasar Manis (Kanan)

2. Identifikasi Faktor Internal

Identifikasi faktor internal menjadi langkah awal yang penting untuk memahami kondisi dasar pasar tradisional di Purwokerto. Faktor internal mencerminkan berbagai aspek yang berasal dari dalam sistem pasar, baik yang menjadi kekuatan maupun kelemahan dalam operasionalnya. Melalui identifikasi ini, dapat diperoleh gambaran mengenai potensi yang dapat dioptimalkan sekaligus

kendala yang perlu diatasi sebagai dasar dalam penyusunan strategi pengembangan yang tepat.

a. Kekuatan (S)

Kekuatan yang dimiliki Pasar Wage dan Pasar Manis di Purwokerto menunjukkan adanya modal dasar yang cukup signifikan untuk mempertahankan eksistensi sekaligus meningkatkan daya saing di tengah perubahan lingkungan bisnis. Beberapa kekuatan utama tersebut dijelaskan sebagai berikut.

- Lokasi pasar yang strategis dan berada di pusat perkotaan sehingga mudah diakses oleh masyarakat (S1).

Keberadaan kedua pasar yang terletak di pusat kota memberikan keuntungan aksesibilitas yang tinggi, baik bagi konsumen maupun distributor. Lokasi yang mudah dijangkau ini tidak hanya meningkatkan intensitas kunjungan, tetapi juga memperkuat posisi pasar sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat sehari-hari. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan berikut: *"Kalau soal lokasi, Pasar Manis ini ada di tengah kota. Jadi orang dari mana saja gampang ke sini."* –M, pengelola Pasar Manis.

- Kualitas pelayanan yang relatif ramah, responsif, dan efisien dalam melayani konsumen (S2).

Interaksi langsung antara pedagang dan konsumen merupakan karakteristik utama pasar tradisional yang memberikan nilai tambah dalam bentuk pelayanan yang bersifat personal. Sikap pedagang yang ramah, responsif, serta sigap dalam melayani kebutuhan pembeli berkontribusi dalam membangun kedekatan emosional, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Pasar Wage dan Pasar Manis tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga mengandung unsur sosial yang kuat.

Keunggulan tersebut menjadi pembeda utama dibandingkan dengan sistem pelayanan di ritel modern maupun platform digital. Meskipun perkembangan *e-commerce* dan media sosial semakin pesat, pengalaman berbelanja di pasar tradisional tetap memiliki keunikan tersendiri yang sulit tergantikan. Konsumen juga dapat melakukan proses tawar-menawar harga dengan pedagang [21].

- Ketersediaan produk yang segar, beragam, serta didominasi oleh hasil produksi lokal (S3).

Produk yang dijual di Pasar Wage dan Pasar Manis umumnya memiliki tingkat kesegaran yang tinggi karena berasal langsung dari produsen lokal di area sekitar Purwokerto dengan rantai distribusi yang relatif pendek. Selain itu, keragaman komoditas yang tersedia memungkinkan konsumen memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu lokasi. Pembeli bisa langsung mengecek kesegaran

produk dan memilih produk yang beragam jenisnya [21]. Pemilihan produk bisa didasarkan pada karakteristik fisik seperti bentuk, bobot, dan warna

- Harga komoditas yang relatif terjangkau dan kompetitif dibandingkan dengan pasar modern (S4).

Fleksibilitas dalam penentuan harga serta adanya ruang untuk negosiasi menjadikan kedua pasar tradisional ini lebih kompetitif dari sisi harga. Hal ini menjadi daya tarik utama bagi konsumen dari berbagai lapisan ekonomi. Persepsi positif pedagang terhadap kondisi usahanya juga tercermin dari hasil wawancara berikut: *"Saya percaya diri aja ... udah mantap di sini, senang di sini."* –S, pedagang sembako di Pasar Wage.

b. Kelemahan (W)

Di samping kekuatan yang dimiliki, Pasar Wage dan Pasar Manis juga menghadapi berbagai keterbatasan internal yang berpotensi menghambat proses pengembangan dan adaptasi terhadap perubahan zaman. Beberapa kelemahan tersebut antara lain sebagai berikut.

- Keterbatasan permodalan yang masih dialami oleh sebagian pedagang (W1).

Sebagian besar pedagang masih bergantung pada modal sendiri atau pinjaman informal dengan akses terbatas terhadap lembaga keuangan formal. Studi terdahulu menunjukkan bahwa alternatif cepat yang dipilih beberapa pedagang di Pasar Wage yaitu dengan meminjam uang ke bank plecit atau rentenir, tetapi konsekuensinya adalah bunga pinjaman yang relatif besar [22]. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya kemampuan pedagang untuk melakukan ekspansi usaha, meningkatkan kualitas produk, maupun berinvestasi dalam inovasi layanan.

Berikut ini adalah salah satu hasil wawancara di lapangan: *"Kadang-kadang modal kurang. Kalo mau nambah ayam, ya mikir dulu ... sekarang jualan segini dulu, belum berani nambah banyak."* –D, penjual daging ayam di Pasar Manis

- Rendahnya tingkat adopsi teknologi sehingga pemanfaatan platform digital untuk pemasaran masih terbatas (W2).

Perkembangan digitalisasi belum sepenuhnya diikuti oleh pedagang pasar tradisional, terutama kelompok usia lanjut yang memiliki keterbatasan dalam literasi teknologi. Akibatnya, peluang pemasaran melalui platform digital, seperti media sosial atau *marketplace*, belum dimanfaatkan secara optimal.

Terkhusus Pasar Manis, telah tersedia informasi yang menunjukkan adanya alternatif transaksi secara daring melalui situs web <https://pasar.id/pasarmanis>. Namun, hasil penelusuran menunjukkan bahwa situs tersebut mengalami kendala teknis sehingga tidak dapat diakses. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi

model pemasaran hibrida (*hybrid marketing*), yang mengintegrasikan kanal daring (*online*) dan luring (*offline*), belum berjalan efektif. Para pedagang masih bergantung pada hasil penjualan dari kanal luring sehingga jangkauan pasar cenderung terbatas dibandingkan dengan pelaku usaha yang telah mengadopsi sistem pemasaran digital secara lebih terintegrasi [23], [24].

- Kondisi tata letak los pasar yang relatif padat sehingga berpotensi mengurangi kenyamanan dan mobilitas pengunjung (W3).

Beberapa area di Pasar Wage masih belum tertata dengan rapi sehingga pengunjung merasa sesak saat belanja, sedangkan kondisi di Pasar Manis sudah cukup baik. Penataan ruang yang kurang optimal menyebabkan kondisi pasar menjadi padat dan kurang tertata, sehingga mengurangi kenyamanan pengunjung dalam berbelanja. Keterbatasan ruang juga berdampak pada mobilitas yang terbatas, baik bagi pembeli maupun pedagang. Kondisi ini turut memengaruhi jumlah pengunjung, sebagaimana disampaikan dalam kutipan berikut: "*Pembelinya semakin ke sini semakin berkurang.*" –S, pedagang buah di Pasar Manis.

- Karakteristik produk yang mudah rusak (*perishable goods*) serta keterbatasan sistem pengembalian barang atau retur (W4).

Sebagian besar komoditas yang diperdagangkan di Pasar Wage dan Pasar Manis merupakan komoditas pertanian, seperti sayuran, buah-buahan, ikan, dan daging. Komoditas ini memiliki sifat mudah rusak dalam waktu relatif singkat [25]. Kondisi ini menuntut perputaran penjualan yang cepat. Namun, keterbatasan fasilitas penyimpanan seperti pendingin (*cold storage*) dan sistem manajemen stok menyebabkan risiko kerusakan dan penurunan kualitas produk menjadi cukup tinggi.

3. Identifikasi Faktor Eksternal

Selain faktor internal, analisis juga perlu mempertimbangkan faktor eksternal yang berasal dari lingkungan di luar pasar. Faktor eksternal mencakup berbagai peluang dan ancaman yang timbul akibat dinamika perubahan lingkungan bisnis, termasuk perkembangan teknologi, preferensi konsumen, serta intensitas persaingan. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai posisi pasar dalam merespons tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital.

a. Peluang (O)

Lingkungan eksternal yang dinamis juga menghadirkan berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Pasar Wage dan Pasar Manis untuk berkembang dan beradaptasi dengan perubahan zaman. Beberapa peluang yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut.

- **Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), khususnya dalam sistem pembayaran digital seperti Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dan dompet elektronik (e-wallet) (01).**

Kemajuan teknologi membuka peluang bagi pasar tradisional untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan kenyamanan konsumen. Adopsi QRIS dan *e-wallet* dapat mempercepat proses pembayaran serta menarik segmen konsumen yang lebih modern dan terbiasa dengan transaksi non-tunai (Gambar 2). Penelitian oleh Lestari [26] menunjukkan bahwa beberapa pembeli di Pasar Manis merasa transaksi dengan QRIS lebih cepat dibandingkan transaksi konvensional, sedangkan penjual tidak perlu repot mencari uang kembalian. Selain itu, penggunaan aplikasi QRIS juga dapat meningkatkan perilaku berwirausaha pada pedagang [27].

Peluang lain yang dimiliki Pasar Wage dan Pasar Manis sebagai dampak perkembangan IPTEK adalah meningkatnya kualitas infrastruktur internet, terutama karena kedua pasar tersebut berlokasi di pusat kota. Meskipun ketersediaan jaringan Wi-Fi publik bagi pengunjung masih sangat terbatas, akses internet tetap dapat diperoleh melalui penggunaan paket data pribadi. Kondisi ini mendukung kelancaran transaksi non-tunai yang relatif jarang mengalami gangguan jaringan.



Gambar 2. Penerapan QRIS di beberapa kios pedagang di Pasar Manis

- **Tingginya preferensi konsumen terhadap produk segar, yang didukung oleh keberadaan pelanggan tetap dari berbagai segmen pasar (02).**

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kualitas dan kesegaran produk pangan menjadi peluang besar bagi pasar tradisional seperti Pasar Wage dan Pasar Manis. Keberadaan pelanggan tetap, seperti rumah makan dan konsumen individu, menunjukkan adanya permintaan yang stabil. Hal ini diperkuat oleh pernyataan berikut: "*Pelanggan tetap selalu ada ... mayoritas rumah makan. Kalau (penjual) online biasanya ke sini sendiri, bukan kita yang memasarkan.*" –N, pedagang ikan di Pasar Wage.

- Dukungan program pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dari pemerintah maupun lembaga non-pemerintah (03).

Berbagai program pemberdayaan, pelatihan, serta bantuan permodalan yang disediakan oleh pemerintah dan lembaga terkait menjadi peluang strategis untuk meningkatkan kapasitas pedagang. Program berbentuk pelatihan pemasaran bisa diberikan untuk meningkatkan keterampilan dan pemahaman pedagang dalam menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif [28]. Selain itu, program dapat dirancang untuk memperkuat aspek manajerial dan adaptasi teknologi.

- Potensi peningkatan kunjungan wisatawan dari luar daerah (04).

Pasar tradisional memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata niaga dan kuliner, yang tidak hanya melayani kebutuhan lokal tetapi juga menarik wisatawan. Dengan pengelolaan yang lebih baik, pasar dapat menjadi bagian dari ekosistem pariwisata daerah yang memberikan nilai ekonomi tambahan.

Saat ini, Pasar Manis menunjukkan perkembangan yang cukup progresif sebagai destinasi wisata kuliner, khususnya bagi wisatawan yang memiliki minat terhadap eksplorasi makanan lokal. Meningkatnya eksposur melalui media sosial, termasuk promosi yang dilakukan oleh *influencer*, turut berkontribusi dalam memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan daya tarik pasar. Secara operasional, Pasar Manis memiliki area *indoor* khusus kuliner yang beroperasi pada pagi hingga siang hari (Gambar 3), sedangkan di malam hari terdapat pedagang makanan dan minuman yang memanfaatkan area parkir pasar sebagai lokasi berjualan.



Gambar 3. Kawasan Pecinan di sekitar Pasar Wage (Kiri) dan Kawasan Kuliner di Pasar Manis (Kanan)

Pasar Wage juga memiliki potensi yang tidak kalah besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis budaya dan perdagangan, mengingat lokasinya yang berdampingan dengan kawasan Pecinan (Gambar 3). Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, terutama dalam hal pengemasan daya tarik wisata, integrasi antar-kawasan, serta penguatan promosi yang berorientasi pada wisatawan.

b. Ancaman (T)

Di sisi lain, Pasar Wage dan Pasar Manis juga dihadapkan pada berbagai ancaman eksternal yang dapat memengaruhi keberlanjutan usahanya. Ancaman tersebut antara lain sebagai berikut.

- Ketidakstabilan pasokan barang akibat faktor musiman dan kondisi cuaca ekstrem (T1).

Ketergantungan pada pasokan hasil pertanian membuat pasar tradisional seperti Pasar Wage dan Pasar Manis rentan terhadap perubahan musim dan kondisi cuaca. Komoditas pangan strategis seperti beras dan cabai umumnya juga mengikuti pola musiman, padahal permintaan pangan mesti dipenuhi sepanjang tahun [25]. Ketidakstabilan pasokan ini dapat menyebabkan fluktuasi harga yang sulit dikendalikan, sehingga berpotensi menurunkan daya beli konsumen. Hal ini ditunjang oleh hasil wawancara dari salah satu pedagang sebagai berikut: *“Kalo musim lagi nggak bagus, barang dari petani biasanya berkurang. Kadang yang datang kurang bagus ... harga bisa naik.”* –Y, pedagang sayur di Pasar Manis.

- Meningkatnya persaingan dengan ritel modern dan *platform* perdagangan daring (*online*) (T2).

Kehadiran ritel modern dan *e-commerce* memberikan alternatif berbelanja bagi konsumen. Persaingan ini tidak hanya terjadi dari sisi harga, tetapi juga dalam hal kenyamanan, kebersihan, dan kemudahan akses, yang menjadi tantangan serius bagi pasar tradisional untuk beradaptasi. Pesaing utama yaitu Rita Supermall, mal terbesar di Purwokerto yang secara perlahan menarik pelanggan pasar tradisional. Sedangkan untuk *platform* daring, salah satu kompetitornya adalah tukangsayur.co yang tersedia di Android dan iOS. Aplikasi ini digemari konsumen muda Purwokerto untuk membeli sayuran di kala pandemi Covid-19 [29]. Berdasarkan hal tersebut, pemerintah daerah mesti membuat kebijakan yang dapat menjaga eksistensi pasar tradisional di masa depan [30].

- Tingginya tingkat persaingan harga antar-pedagang dalam satu pasar (T3).

Persaingan internal, khususnya antar-pedagang dengan komoditas sejenis, kerap memicu terjadinya perang harga yang pada akhirnya menekan margin keuntungan. Dalam kondisi tertentu, praktik persaingan yang tidak sehat juga berpotensi muncul, seperti upaya menghalangi masuknya pelaku usaha baru, membatasi akses konsumen terhadap pedagang lain, menghambat distribusi barang pesaing, melakukan diskriminasi, hingga praktik menjual di bawah harga pasar [31]. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha untuk tetap menjaga prinsip persaingan yang sehat supaya keberlangsungan usaha dapat terjaga. Fenomena ini tercermin dalam pernyataan salah satu informan berikut: *“Di pasar*

itu, ya, banyak pedagang sejenis ... jadi harga harus bersaing.” –L, pedagang sembako di Pasar Wage.

- Risiko kebakaran yang relatif tinggi akibat kepadatan dan keterbatasan ruang antar-kios (T4).

Tingginya kepadatan bangunan serta keterbatasan sistem keamanan menjadi faktor risiko yang perlu mendapatkan perhatian serius. Kondisi tersebut meningkatkan potensi terjadinya kebakaran yang tidak hanya berdampak pada kerugian ekonomi, tetapi juga dapat mengganggu keberlangsungan operasional pasar secara keseluruhan. Risiko kebakaran diperkuat oleh tingginya mobilitas aktivitas di dalam pasar, penggunaan sumber api terbuka dalam kegiatan penjualan makanan, dan kondisi instalasi listrik yang berpotensi tidak memenuhi standar keselamatan [32], [33].

Risiko ini semakin relevan mengingat kedua pasar tersebut memiliki riwayat kejadian kebakaran, yaitu Pasar Manis pada tahun 2019 dan Pasar Wage pada tahun 2020. Oleh karena itu, diperlukan upaya penataan kios yang lebih terstruktur dan berorientasi pada aspek keselamatan guna meminimalkan potensi risiko di masa mendatang.

4. Rumusan Strategi Pengembangan

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal melalui analisis SWOT, langkah selanjutnya adalah merumuskan strategi pengembangan yang adaptif dan implementatif. Perumusan strategi ini dilakukan dengan mengombinasikan berbagai faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk menghasilkan alternatif strategi yang mampu meningkatkan daya saing Pasar Wage dan Pasar Manis di era digital. Hasil perumusan strategi tersebut disajikan pada Tabel 1.

Berdasarkan berbagai alternatif strategi yang dirumuskan, terdapat beberapa strategi yang dapat diprioritaskan berdasarkan tingkat urgensi dan kemudahan implementasinya. Dalam jangka pendek, strategi yang paling realistis adalah digitalisasi sistem pembayaran, pendampingan literasi digital pedagang, dan penguatan promosi melalui media sosial. Dalam jangka menengah, strategi dapat diarahkan pada pengembangan layanan *omnichannel*, transparansi informasi harga dan penguatan rantai pasok berbasis platform digital. Adapun dalam jangka panjang, pengembangan konsep *smart market* melalui penataan ulang zonasi, *digital signage*, sistem monitoring keamanan, dan integrasi pasar sebagai destinasi wisata niaga menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional secara berkelanjutan.

Tabel 1. Rumusan Strategi Pengembangan Pasar Wage dan Pasar Manis

Jenis Strategi	Kombinasi Faktor	Rumusan Strategi
Kekuatan-Peluang (S-O)	S1, S3, O2, O4	Pengembangan pasar sebagai destinasi wisata niaga berbasis digital dengan memanfaatkan aksesibilitas lokasi dan keunggulan produk lokal segar untuk memenuhi permintaan konsumen, serta melakukan promosi digital (melalui media sosial) dalam pengembangan wisata niaga.
	S2, S4, O1	Transformasi digital layanan dan pembayaran dengan mengoptimalkan kualitas layanan dan harga kompetitif melalui integrasi sistem pembayaran digital untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan pengalaman pelanggan berbasis teknologi.
	S3, O2, O3	Penguatan rantai pasok berbasis platform digital dengan cara memanfaatkan kualitas produk lokal dan permintaan stabil dengan dukungan kelembagaan untuk membangun sistem distribusi dan informasi pasar berbasis digital.
Kelemahan-Peluang (W-O)	W1, O3	Mengatasi keterbatasan modal melalui dukungan kelembagaan dengan memanfaatkan layanan keuangan digital seperti <i>fintech</i> dan kredit mikro digital.
	W3, O4	Revitalisasi tata ruang pasar berbasis <i>smart market</i> lewat penataan ulang zonasi dengan integrasi konsep wisata niaga, serta dukungan teknologi informasi seperti tampilan layar digital (<i>digital signage</i>) untuk keperluan pemasaran dan navigasi pasar.
	W4, O2	Mengurangi risiko kerusakan produk melalui sistem manajemen stok berbasis data permintaan dan teknologi monitoring distribusi.
Kekuatan-Ancaman (S-T)	S2, T2	Meningkatkan pengalaman pelanggan berbasis <i>omnichannel</i> dengan cara memperkuat kualitas layanan melalui kombinasi layanan luring dan daring (<i>hybrid marketplace</i>), sehingga bisa bersaing dengan ritel modern.
	S4, T2, T3	Mengoptimalkan harga kompetitif untuk menghadapi persaingan ritel modern dan kompetisi internal melalui transparansi harga yang dipasang di situs web atau media sosial pasar.
Kelemahan-Ancaman (W-T)	W2, T2	Pendampingan intensif dan inkubasi digital untuk mengurangi kesenjangan literasi digital dan meningkatkan adopsi teknologi terkini sehingga para pedagang dapat menghadapi disrupsi <i>e-commerce</i> .
	W3, T4	Mengatasi kelemahan tata ruang untuk meminimalkan risiko kebakaran dan bencana lainnya melalui sistem monitoring dan desain infrastruktur berbasis teknologi, misalnya dengan memasang alarm dan CCTV.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pasar Wage dan Pasar Manis di Purwokerto menunjukkan bahwa pasar tradisional masih memiliki potensi yang kuat untuk bertahan dan berkembang di era digital. Keunggulan utama yang dimiliki, seperti lokasi yang strategis, interaksi sosial yang erat antara pedagang dan konsumen, ketersediaan produk segar lokal, serta harga yang kompetitif, menjadi modal penting dalam mempertahankan eksistensi pasar. Namun, berbagai keterbatasan internal seperti rendahnya adopsi teknologi, keterbatasan permodalan, dan kondisi tata ruang pasar masih menjadi hambatan utama dalam proses transformasi.

Di sisi lain, lingkungan eksternal memberikan peluang yang cukup besar melalui perkembangan teknologi digital, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk segar, dukungan program pemberdayaan UMKM, serta potensi pengembangan pasar sebagai destinasi wisata niaga. Akan tetapi, ancaman dari persaingan dengan ritel modern dan *e-commerce*, fluktuasi pasokan, serta risiko operasional seperti kebakaran menuntut adanya strategi yang adaptif dan terintegrasi.

Analisis SWOT menghasilkan strategi pengembangan yang menekankan pada integrasi antara keunggulan tradisional dan inovasi digital melalui pendekatan hibrida, penguatan kapasitas pedagang, digitalisasi sistem pembayaran dan pemasaran, serta penataan pasar berbasis teknologi. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional sekaligus memperkuat perannya sebagai pusat ekonomi rakyat yang inklusif dan berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain jumlah responden yang relatif terbatas serta cakupan wilayah penelitian yang hanya berfokus pada dua pasar tradisional di Purwokerto, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Selain itu, pendekatan kualitatif yang digunakan bersifat kontekstual dan sangat bergantung pada persepsi responden.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* guna mengukur secara lebih objektif tingkat kesiapan digital pedagang dan efektivitas strategi yang diusulkan. Selain itu, perlu dilakukan perluasan lokasi penelitian ke berbagai daerah untuk memperoleh perbandingan yang lebih komprehensif, serta pengembangan model implementasi strategi digital yang lebih aplikatif dan terukur dalam mendukung transformasi pasar tradisional di Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] T. R. Noor, "Fungsi Sosial-Ekonomi Pasar Tradisional (Studi Tentang Pasar Karah, Kec. Jambangan, Kota Surabaya)," *-Tahdzib J. Studi Islam Dan Muamalah*, vol. 5, no. 1, pp. 77–96, 2017.
- [2] K. Kasto and A. Aminulloh, "ANALISIS RAGAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR MODERN DAN TRADISIONAL DALAM PANDANGAN EKONOMI SYARIAH," *J. Islam. Stud.*, vol. 1, no. 5, pp. 618–629, Mar. 2024, doi: 10.61341/jis/v1i5.049.
- [3] B. S. Cahya, W. T. Subroto, and N. C. Sakti, "The Role of Traditional Markets in Improving the Economy of the Community in Indonesia," *Int. J. Econ.*, vol. 2, no. 1, pp. 386–396, 2025, doi: 10.62951/ijecm.v1i4.432.
- [4] M. F. Rizky, A. Luthfi, and Y. Indrawati, "Market Structure and Conduct in Traditional Markets versus Modern Retail Stores in Situbondo Regency, Indonesia: Evidence from the Structure Conduct Performance (SCP) Framework," *Int. J. Econ. Commer. Manag.*, vol. 3, no. 1, pp. 51–59, Jan. 2026, doi: 10.62951/ijecm.v3i1.1108.
- [5] K. Riviera, S. Suharno, and P. Fauzi, "How Consumers Perceive Towards Traditional or Modern Markets Proven by Consumer Preference Logistic Regression," *J. Ekon. Pembang.*, vol. 21, no. 02, pp. 137–152, Dec. 2022, doi: 10.22219/jep.v21i02.22986.
- [6] L. S. Saragih and S. V. Meak, "Post-revitalization of traditional market in a marketing perspective," *Rev. Manag. Account. Bus. Stud.*, vol. 1, no. 2, pp. 58–67, Apr. 2022, doi: 10.38043/revenue.v1i2.3737.
- [7] B. Hartanto, "Potensi Pasar Tradisional dalam Memajukan Ekonomi Lokal: Studi Kasus Pada Pasar Haji Sani Delta Pawan, Ketapang," *Sunan Kalijaga Islam. Econ. J.*, vol. 4, no. 1, pp. 67–79, 2025, doi: 10.14421/skiej.2025.4.1.2689.
- [8] R. Ranjani, L. Ayu, and M. Nurhikmah, "IMPLEMENTASI KEBIJAKAN REVITALISASI PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus di BSD Serpong dan Pasar Manis Purwokerto)," *J. Adm. Publik*, vol. 9, no. 1, Jun. 2018, doi: 10.31506/jap.v9i1.4735.
- [9] B. A. A. Nugroho and H. Nurcahyanto, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang," *J. Manag. Public Policy*, vol. 5, no. 1, pp. 187–198, 2016, doi: <https://doi.org/10.14710/jppmr.v5i1.10431>.
- [10] M. A. B. Purba, E. Simarmata, A. I. Manurung, and D. Akbar, "Marketing Strategy of Traditional Market Traders Towards Modern Markets in MMTTC," *Perspekt. J. Soc. Libr. Sci.*, vol. 2, no. 3, pp. 157–164, 2024, doi: 10.70489/perspektif.
- [11] S. L. Malelak, T. Olviana, and S. P. N. Nainiti, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kecamatan Kota Raja Kota Kupang," *Bull. Excell.*, vol. 3, no. 2, pp. 157–165, 2019.
- [12] K. P. Sitepu, P. Anisa, J. O. T. Sitio, and S. A. J. Tampubolon, "Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan dengan Pasar Modern," *KAMPUS Akad. PUBLISHING J. Ilm. Ekon. Dan Manaj.*, vol. 2, no. 10, pp. 101–113, 2024, doi: 10.61722/jiem.v2i10.2645.
- [13] A. Moriña, "When people matter: The ethics of qualitative research in the health and social sciences," *Health Soc. Care Community*, vol. 29, no. 5, pp. 1559–1565, Sep. 2021, doi: 10.1111/hsc.13221.

- [14] P. Villamin, V. Lopez, D. K. Thapa, and M. Cleary, "A Worked Example of Qualitative Descriptive Design: A Step-by-Step Guide for Novice and Early Career Researchers," *J. Adv. Nurs.*, vol. 81, no. 8, pp. 5181–5195, Aug. 2025, doi: 10.1111/jan.16481.
- [15] H. Ting, R. Thurasamy, and J.-H. Cheah, "Snowball Sampling: A Review and Guidelines for Survey Research," *Asian J. Bus. Res.*, vol. 15, no. 1, pp. 1–15, Mar. 2025, doi: 10.14707/ajbr.250186.
- [16] N. K. Sutrisnawati, A.A.A Ribeka Martha Purwahita, I Ketut Saskara, A.A. Sagung Ayu Srikandi Putri, and Putu Bagus Wisnu Wardhana, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Denpasar Bali: Study Kasus Pasar Kumbasari," *J. Kaji. Dan Terap. Pariwisata*, vol. 2, no. 1, pp. 37–46, Nov. 2021, doi: 10.53356/diparojs.v2i1.45.
- [17] D. Tazkiyah, "ADAPTASI TRADISI ANGPAO SAAT HARI RAYA LEBARAN DI PURWOKERTO: PERSPEKTIF TEORI AGIL TALCOTT PARSONS," *J. Cakrawala Mandarin*, vol. 6, no. 1, p. 76, Jul. 2022, doi: 10.36279/apsmi.v6i1.156.
- [18] I. D. Ramadhani, "Pengaruh Faktor Modal Usaha, Lokasi Usaha dan Jumlah Variasi Barang Dagangan terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pedagang di Pasar Wage Purwokerto)," Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2023.
- [19] F. M. Zain, "Ada di Purwokerto, Pasar Tradisional dengan Pengelolaan Terbaik di Indonesia," *Kompas.com*, PT. Kompas Cyber Media (Kompas Gramedia Digital Group), 2019. [Online]. Available: <https://regional.kompas.com/read/2019/03/21/08000041/ada-di-purwokerto-pasar-tradisional-dengan-pengelolaan-terbaik-di-indonesia>
- [20] L. Sabrina, A. T. R. Putri, S. Sudarsono, I. Amal, M. G. A. Farizi, and H. Restuadi, "Perempuan Ibu Rumah Tangga dan Pencari Nafkah Dalam Membangun Self Love; Analisis Terhadap Pedagang Perempuan di Pasar Manis Purwokerto Barat," *J. Pengabd. Kpd. Masy. Nusantara. JPkMN*, vol. 5, no. 4, pp. 4028–4037, 2024, doi: <http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.3913>.
- [21] F. Wibowo, A. U. Khasanah, and F. I. F. S. Putra, "Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri," *Benefit J. Manajemendan Bisnis*, vol. 7, no. 1, 2021.
- [22] D. L. Hilyatin, "Preferensi Permodalan Pedagang Pasar Wage Purwokerto, Penguatan Destinasi Keuangan dan Perbankan Syariah Vis A Vis Rentenir di Pasar Tradisional," *El-JIZYA J. Ekon. Islam*, vol. 7, no. 2, pp. 215–235, 2019.
- [23] N. Laziva and Q. A. Muhammad, "Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor," *Manaj. Bus. Innov. Conf.-MBIC*, vol. 7, pp. 1050–1079, 2024.
- [24] F. A. Nugraha, I. Malihatun, and I. R. P. Utami, "Strategi Bauran Pemasaran 7P pada Industri Perbenihan: Studi Kasus CV Multi Global Agrindo, Kabupaten Karanganyar," *Mimb. Agribisnis J. Pemikir. Masy. Ilm. Berwawasan Agribisnis*, vol. 12, no. 1, p. 490, Jan. 2026, doi: 10.25157/ma.v12i1.21069.
- [25] I. Marina, D. Sukmawati, E. Juliana, and Z. N. Safa, "Dinamika Pasar Komoditas Pangan Strategis: Analisis Fluktuasi Harga Dan Produksi," *Paspalum J. Ilm.*

- Pertan.*, vol. 12, no. 1, pp. 160–168, Apr. 2024, doi: 10.35138/paspalum.v12i1.700.
- [26] S. A. Lestari, “Analisis Preferensi Generasi Milenial dalam Memutuskan Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai Alat Pembayaran (Studi Kasus : Pembeli yang Melakukan Transaksi di Pasar Manis, Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas),” Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2022.
- [27] O. Anggraeni, E. Puspasari, A. F. N. Ilma, and S. Fatimah, “Financial and Digital Literacy: Their Impact on Interest Use of QRIS and Entrepreneurial Behavior,” *EconBankJournal Econ. Bank.*, vol. 7, no. 1, pp. 76–84, 2025, doi: <https://doi.org/10.35829/econbank.v7i1.497>.
- [28] L. P. Kembang and A. Kalbuadi, “Meningkatkan Keterampilan Pemasaran Bagi Pedagang Pasar Tradisional,” *J. Pengabd. Masy. Pemberdaya. Inov. Dan Perubahan*, vol. 4, no. 3, pp. 25–31, 2024, doi: 10.59818/jpm.v4i3.749.
- [29] M. N. Nugraheni and T. M. Prihtanti, “Factors Affecting Online Purchase Decision of Spinach Vegetables in Purwokerto through Tukangsayur Site,” *TIJDESSA Tanjungpura Int. J. Dyn. Econ. Soc. Sci. Agribus.*, vol. 1, no. 2, pp. 48–60, 2020, doi: 10.26418/tijdessa.v1i1.41450.
- [30] A. D. Marshallina, D. K. R. Istiqomah, N. R. I. Saputra, and Y. S. Shafrani, “Dinamika Peran Pasar Wage dan Rita Super Mall dalam Struktur Ekonomi Kota Purwokerto: Antara Sinergi dan Kompetisi,” *J. Ilm. Ekon. DAN Manaj.*, vol. 3, no. 6, pp. 369–378, Jun. 2025, doi: 10.61722/jiem.v3i6.5125.
- [31] A. D. Karina, “Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Pelaku Usaha di Pasar Tradisional,” *J. Ilm. Dunia Huk.*, vol. 3, no. 2, pp. 55–67, 2019, doi: <https://doi.org/10.35973/jidh.v3i2.1360>.
- [32] Y. Adilla, S. Adyatma, and D. Arisanty, “Faktor Penyebab Kerentanan Kebakaran Berdasarkan Persepsi Masyarakat di Kelurahan Melayu Kecamatan Banjarmasin Tengah,” *J. Pendidik. Geogr.*, vol. 3, no. 4, pp. 40–57, 2016.
- [33] A. N. Pratiwi and H. Koesyanto, “Manajemen Sistem Kebakaran di Pasar,” *HIGEIA*, vol. 5, no. 1, pp. 52–62, 2021, doi: <https://doi.org/10.15294/higeia/v5i1/35734>.