

**DAMPAK *ONLINE SHOP* TERHADAP KEBERLANGSUNGAN PEDAGANG  
SAYUR PASAR TRADISIONAL DI DESA PLUMPANG KABUPATEN TUBAN**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Rico Dayu Dwi Prayoga**  
**202010210311140**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN-PETERNAKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**DAMPAK *ONLINE SHOP* TERHADAP KEBERLANGSUNGAN PEDAGANG  
SAYUR PASAR TRADISIONAL DI DESA PLUMPANG KABUPATEN TUBAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu  
(S1) Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan Universitas  
Muhammadiyah Malang



Oleh :

**RICO DAYU DWI PRAYOGA**  
202010210311140

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

DAMPAK *ONLINE SHOP* TERHADAP KEBERLANGSUNGAN PEDAGANG SAYUR  
PASAR TRADISIONAL DI DESA PLUMPANG KABUPATEN TUBAN

Oleh:

**RICO DAYU DWI PRAYOGA**

**NIM : 202010210311140**

Dosen Pembimbing 1

Tanggal, 30 Mei 2024



**Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M.**  
**NIP. 196501011990032001**

Dosen Pembimbing 2

Tanggal, 30 Mei 2024

an



**Nur Ocvanny Amin, S.P., M.P.**  
**NIP. 10517080608**

Malang, 30 Mei 2024  
Menyetujui :

Wakil Dekan I,

Ketua Program Studi



**Dr. Henik Sukorini, MP., Ph.D., IPM.**  
**NIP. 10593110359**



**Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.**  
**NIP. 170801011992**

HALAMAN PENGESAHAN

DAMPAK *ONLINE SHOP* TERHADAP KEBERLANGSUNGAN PEDAGANG SAYUR  
PASAR TRADISIONAL DI DESA PLUMPANG KABUPATEN TUBAN

Oleh:

**RICO DAYU DWI PRAYOGA**  
NIM: 202010210311140

Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang Nomor E.2.b/423/FPP-UMM/V/2024 dan rekomendasi Komisi Skripsi Fakultas Pertanian - Peternakan UMM pada tanggal 29 Mei 2024 dan keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal: 30 Mei 2024

Dewan Penguji

Pembimbing Utama

**Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M.**  
NIP. 196501011990032001

Pembimbing Pendamping

**Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P.**  
NIP. 10517080608

Penguji Utama

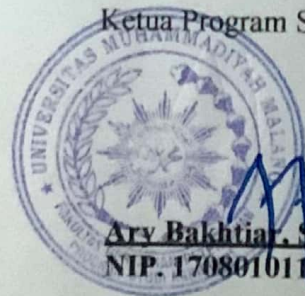
**Dr. Ir. Anas Tain, M.M.**  
NIP. 196602211991011001

Penguji Pendamping

**Ir. Gumoyo Mumpuni, M.P.**  
NIP. 196809161993032001



**Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si., IPU., ASEAN Eng.**  
NIP. 1964051411900031002



Ketua Program Studi

**Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.**  
NIP. 170801011992

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rico Dayu Dwi Prayoga

NIM : 202010210311140

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian - Peternakan

Perguruan Tinggi: Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan dengan sebenarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi atau karya ilmiah berjudul DAMPAK ONLINE SHOP TERHADAP KEBERLANGSUNGAN PEDAGANG SAYUR PASAR TRADISIONAL DI DESA PLUMPANG KABUPATEN TUBAN

1. Skripsi ini adalah milik saya sendiri yang disusun berdasarkan serangkaian penelitian yang saya lakukan dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis diperguruan tinggi manapun, semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.
2. Penulis skripsi ini tidak ada plagiasi, duplikasi ataupun replikasi terhadap hasil penelitian ini dari pihak-pihak manapun yang menyebarkan hasil penelitian ini tidak otentik, kecuali secara tertulis diacu dalam skripsi dan disebutkan rujukannya dalam daftar pustaka.
3. Skripsi ini disusun berdasarkan persetujuan dan bimbingan dari dewan pembimbing dan telah diujikan dihadapan dewan penguji tugas akhir Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan bertanggung jawab.

Malang, 30 Mei 2024

Mengetahui Dosen Pembimbing Utama

**Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M**  
NIP. 196501011990032001

Yang Menyatakan



**Rico Dayu Dwi Prayoga**  
NIM : 202010210311140



# FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN

## AGRIBISNIS

agribisnis.umm.ac.id | agribisnis @umm.ac.id

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Nomor : E.2.g/159a/AGRI-FPP/UMM/VI/2024

Lampiran :-

Hal : Bukti Deteksi Plagiasi



Assalamu'alaikum Wr. Wb.



Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : Rico Dayu Dwi Prayoga

NIM : 202010210311140

Judul TA : Dampak Online Shop terhadap Keberlangsungan di Desa Plumpang Kabupaten Tuban

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	4	10	Sesuai
	Bab II	2	25	Sesuai
	Bab III	33	35	Sesuai
	Bab IV	12	15	Sesuai
	Bab V	3	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	9	25	Sesuai

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 10 June 2024

Admin Deteksi Plagiasi  
Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P  
NIP. 20220815031997



Mengetahui  
Ketua Program Studi Agribisnis,



Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.  
NIP. 170801011992

Tembusan:

1. Dosen Pembimbing 1 dan 2
2. Arsip



Kampus I

Jl. Baniwangun 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Baniwangun, Tuban No. 105 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 143 (Hunting)  
F. +62 341 560 680

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 804 518 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

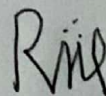
## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Tulis Judul Penelitian". Skripsi penelitian ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan bimbingan berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Ary Bakthiar, S.P., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang dan selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan motivasi kepada saya dalam menghadapi proses skripsi yang sedang berlangsung serta memberikan saran dan masukan kepada penulis dengan sabar dan juga banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M selaku pembimbing utama dan Ibu Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P. selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan motivasi kepada saya dalam menghadapi proses skripsi yang sedang berlangsung serta memberikan saran dan masukan kepada penulis dengan sabar dan juga banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang yang telah mengajari dan memberikan ilmunya kepada penulis.
5. Kedua orang tua tercinta, kakak dan adik tercinta yang selalu mendoakan dengan tulus, mendukung, menyemangati, memberikan motivasi saya selama kuliah ini hingga proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh teman - teman Program Studi Agribisnis dan juga pihak - pihak lain yang telah membantu penulisan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Selanjutnya penulis menyampaikan permohonan maaf apabila ada kekurangan dan kesalahan yang sebesar - besarnya. Atas perhatiannya disampaikan banyak - banyak terimakasih.

Malang, 30 Mei 2024



Rico Dayu Dwi Prayoga

## DAFTAR ISI

Uraian	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
SURAT PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	1
Pendahuluan.....	2
Metode.....	3
Hasil dan Pembahasan.....	5
Kesimpulan dan Saran.....	9
Daftar Pustaka.....	10
Lampiran.....	15



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil uji Paired Sampel t-test omzet pedagang sayur tradisional.....	5
Tabel 2. Hasil uji Paired Sampel t-test biaya pedagang sayur tradisional.....	6
Tabel 3. Hasil uji Paired Sampel t-test pendapatan pedagang sayur tradisional.....	7

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik permintaan sedikit.....	8
Gambar 2. Grafik permintaan banyak.....	8

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	15
Lampiran 2. Dokumentasi.....	17
Lampiran 3. Tabulasi Karakteristik Responden, Data Primer Omzet, Biaya, Pendapatan, Produk Yang Terdampak, Asal Kulak Sayur, Dan Pernyataan Pedagang Sayur.....	20

# **DAMPAK *ONLINE SHOP* TERHADAP KEBERLANGSUNGAN PEDAGANG SAYUR PASAR TRADISIONAL DI DESA PLUMPANG KABUPATEN TUBAN**

## **ABSTRAK**

Pasar Plumpang merupakan pasar desa terbesar di kecamatan karena letaknya dekat dengan jalan utama yang menghubungkan Kabupaten Tuban dan Bojonegoro. Dalam 10 tahun terakhir, mulai masuk pesaing pasar online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan rata-rata : omzet, biaya, pendapatan, serta mengetahui jenis sayuran yang paling terkena dampak sebelum dan sesudah adanya *online shop*. Lokasi penelitian berada di pasar tradisional Desa Plumpang Kecamatan Plumpang Kabupaten Tuban. Metode analisis menggunakan kuantitatif dengan alat analisis uji Paired Sample t-test dan deskriptif kuantitatif yang disajikan dalam bentuk grafik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah adanya *online shop* omzet menurun, biaya naik, pendapatan menurun, beberapa jenis sayur mengalami penurunan permintaan yang disebabkan banyak konsumen yang belanja di *online shop* serta ada juga sayur yang mengalami kenaikan permintaan karena terdapat pedagang sayur yang melakukan penjualan secara online dan di pasar konvensional. Munculnya *online shop* dapat menyebabkan Pasar Plumpang menjadi sepi, dan dapat menurunkan omzet dan pendapatan pedagang sayur perharinya. *Online shop* dapat mengancam keberlangsungan hidup Pasar Tradisional. Selain itu, penurunan omzet dan pendapatan pedagang sayur di Pasar Plumpang disebabkan oleh persepsi konsumen yang menganggap bahwa *online shop* lebih praktis dan efisien. Biaya kirim pada tahun 2018 lebih murah dari pada tahun 2023 yang semakin mahal karena harga bahan bakar naik. Faktor lain yang menyebabkan kenaikan biaya kulak disebabkan oleh ongkos kirim atau biaya logistiknya setiap tahunnya mengalami kenaikan.

**Kata Kunci:** Pasar Konvensional, Pedagang Sayur, dan Toko Online

## **ABSTRACT**

*Plumpang Market is the largest village market in the sub-district because it is located close to the main road connecting Tuban and Bojonegoro Regencies. In the last 10 years, online market competitors have begun to enter. This research aims to analyze the average differences: turnover, costs, income, and find out the types of vegetables that were most affected before and after the existence of online shops. The research location is in the traditional market of Plumpang Village, Plumpang District, Tuban Regency. The analysis method uses quantitative analysis tools using the Paired Sample t-test and quantitative descriptive tests which are presented in graphical form. The results of the research show that after the online shop, turnover decreased, costs increased, income decreased, several types of vegetables experienced a decrease in demand due to many consumers shopping in online shops and there were also vegetables that experienced an increase in demand because there were vegetable traders who sold online and in conventional markets. The emergence of online shops can cause Plumpang Market to become quiet, and can reduce the daily turnover and income of vegetable traders. Online shops can threaten the survival of traditional markets. Apart from that, the decline in turnover and income of vegetable traders at Plumpang Market was caused by consumers' perceptions that online shops were more practical and efficient. Shipping costs in 2018 are cheaper than in 2023, which will become more expensive due to rising fuel prices. Another factor that causes the increase in wholesale costs is due to the increase in shipping costs or logistics costs every year.*

**Keywords:** *Conventional Markets, Online Stores, and Vegetable Sellers*

## 1. Pendahuluan

Pasar Plumpang merupakan pasar desa yang paling besar di Kecamatan Plumpang karena pasar Plumpang memiliki posisi yang dekat dengan jalan raya penghubung kabupaten. Seiring perkembangan zaman pada 10 tahun terakhir mulai masuk pesaing pasar tradisional salah satunya pasar online hal tersebut diucapkan sejumlah pedagang di Pasar Tradisional Plumpang. Munculnya pasar online ini sangat berdampak pada pendapatan, omzet, biaya dan barang yang dijual oleh pedagang pasar tradisional. Sejumlah pedagang sayur mengatakan bahwa penjualan mulai menurun semenjak ada online shop pendapatan yang awalnya perbulannya 10 juta menurun hingga 50%, dan pedagang sayur tersebut menyatakan bahwa online shop sangat mengancam pedagang sayur daerah Plumpang.

Rata-rata pelaku online shop di Desa Plumpang yaitu anak-anak muda yang sayurnya berasal dari petani yang kemudian dijual ke konsumen serta ada juga pedagang konvensional yang menjual sayurnya secara online shop. Namun, ada faktor lain yang dapat mengurangi volume penjualan sayur yaitu pedagang sayur keliling tetapi tidak begitu terasa berbeda dengan online shop. Harga pada online shop sangat berbeda dengan pasar konvensional. Cabai yang dijual di pasar konvensional harganya Rp 25.000 (Kilo gram) sedangkan, di online shop harganya Rp 22.000 (Kilo gram). Pembeli sayur yang ada pada online shop merupakan warga kota yang mempunyai rumah di Desa Plumpang.

Masuknya Online shop ke pasar tradisional disebabkan perubahan perilaku konsumen yang lebih cenderung nyaman berbelanja di online shop, kemajuan teknologi juga menjadi latar belakang munculnya online shop. Perubahan ekonomi juga salah satu adanya online shop karena harga bervariasi dan cenderung lebih murah, online shop juga dapat menjangkau konsumen yang jauh dari lokasi pasar konvensional. Selain itu, online shop muncul karena salah satu pengembangan bisnis karena dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan penjualan.

Online shop memiliki dampak negatif bagi pedagang sayur konvensional. Munculnya online shop menjadi pesaing yang ketat bagi pedagang sayur Pasar Tradisional. Online shop juga menyebabkan penurunan jumlah pelanggan karena online shop memberikan banyak promo dan potongan harga. Selain itu online shop juga berdampak terkait tantangan logistik karena konsumen cenderung lebih memilih online shop karena lebih cepat dibandingkan di pasar konvensional. Harga barang yang dijual di online shop lebih murah dibandingkan di pasar konvensional.

Pasar tradisional merupakan tempat beraktivitas pedagang dan pembeli atau tempat orang melakukan jual beli, transaksi, yang berhubungan dengan ekonomi (Rizal et al., 2022). Namun, dengan permasalahan di atas perlu diketahui bahwa pendapatan suatu pedagang dapat dipengaruhi adanya faktor lainya seperti online shop (Ramadhan et al., 2023). Selain pendapatan strategi pemasaran bisa mempengaruhi omzet juga karena menurut (Manihuruk & Darmawan, 2021) omzet merupakan keseluruhan jumlah pengeluaran yang dihitung berdasarkan atau berlandaskan waktu tertentu. Jadi, omzet merupakan pendapatan atau penerimaan yang masih kotor atau belum terpotong oleh biaya lainnya.

Pengaruh online shop sangat dirasakan oleh pedagang pasar tradisional, seperti berdampak pada penurunan pendapatan penjualan. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dengan adanya online shop maka pendapatan pedagang tradisional menurun secara signifikan (Febriani et al., 2022; Rohimah, 2019; Sipahutar, 2020). Penurunan pendapatan pedagang pasar tradisional yang dipengaruhi online shop banyak faktor penyebabnya seperti harga yang lebih murah, barang yang langsung diantar ke rumah tanpa harus keluar rumah dan persepsi pembeli.

Perbandingan volume penjualan sebelum dan sesudah online shop menunjukkan hasil penelitian bahwa setelah online shop jumlah pelanggan naik sebesar 20% dengan perbedaan yang signifikan (Surahman & Sari, 2022). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa online shop sangat berpengaruh karena setelah dilakukan penjualan online pelanggan naik sebesar 20 % dibandingkan sebelum dilakukan penjualan online.

Persepsi pelanggan terhadap online shop juga memiliki pengaruh yang besar terhadap pendapatan pedagang tradisional (Qu et al., 2023; Simanjorang & Zainarti, 2023). Pelanggan memiliki persepsi bahwa dengan belanja online memiliki harga yang murah dapat mempunyai produk yang berkualitas dan harga yang lebih murah dibandingkan pasar tradisional. Selain itu, kepuasan pelanggan menjadi faktor penurunan pendapatan pedagang pasar tradisional. Pelanggan lebih puas berbelanja di online shop yang barangnya banyak pilihan.

Berbagai penelitian terdahulu belum ada yang spesifik ke pedagang sayur di pasar tradisional. Online shop sangat dirasakan oleh pedagang pasar tradisional terutama pedagang sayur. Kebaruan penelitian ini adalah lebih spesifik pada pedagang sayur serta penambahan variabel omzet, biaya dan sayur yang terdampak. Oleh karena itu, maka penting dilakukan penelitian mengenai dampak online shop terhadap keberlangsungan pedagang sayur pasar tradisional di Desa Plumpang Kabupaten Tuban.

Berdasarkan masalah yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk; 1) Menganalisis perbedaan rata-rata omzet per bulan penjualan sayur sebelum dan sesudah online shop; 2) Menganalisis perbedaan rata-rata biaya per bulan penjualan sayur sebelum dan sesudah online shop; 3) Menganalisis perbedaan rata-rata pendapatan per bulan penjualan sayur sebelum dan sesudah online shop; dan 4) Mengetahui jenis sayur yang paling besar terkena dampak setelah online shop.

## **2. Metode**

### **Waktu dan Tempat**

Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 minggu mulai 1 Februari 2024 – 21 Februari 2024. Lokasi penelitian berada di pasar tradisional Desa Plumpang Kecamatan Plumpang Kabupaten Tuban.

### **Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, perhitungan data, serta hasil analisis. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan beberapa variabel, menguji hipotesis serta dapat menarik kesimpulan dari fenomena yang diteliti (Sahir, 2022).

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yaitu data yang diambil dengan cara wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Data primer merupakan data yang ditulis oleh orang yang mengalami, mengamati atau dokumentasi sendiri, sedangkan data sekunder adalah sekumpulan informasi data yang sudah ada dan sudah dikelola sebelum digunakan didalam penelitian (Winarno, 2013). Pengambilan data primer menggunakan penyebaran kuesioner, observasi, wawancara, serta dokumentasi kepada pedagang sayur pasar tradisional Plumpang. Pengambilan data sekunder menggunakan penyebaran kuesioner, observasi dan wawancara kepada pedagang sayur Pasar tradisional Plumpang. Data Primer yang diperlukan adalah dokumentasi kegiatan di pasar, data omzet dan pendapatan per bulan sebelum dan sesudah adanya *online shop*. Data sekunder yang diperlukan pada penelitian ini adalah omzet per bulan selama 1 tahun sebelum dan setelah adanya *online shop*, pendapatan per bulan 1 tahun sebelum dan setelah adanya *online shop*, dan data sayur yang terkena dampak *online shop*.

## Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi dilakukan untuk memperkuat hasil dari penelitian ini. Pada penelitian ini melakukan observasi di pasar tradisional Desa Plumpang guna mengamati kondisi pasar.
2. Pada penelitian ini pada pengambilan data melakukan wawancara kepada pedagang pasar tradisional Desa Plumpang guna mencari fakta yang terjadi. Selain itu, wawancara digunakan memperkuat atau mempertegas hasil.
3. kuesioner yang akan di isi oleh responden atau pedagang pasar tradisional Desa Plumpang sesuai dengan pertanyaan yang sudah disediakan.
4. Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data dengan cara mendokumentasi, menulis sebagai arsip sehingga dapat mendukung penelitian.

## Teknik Penentuan Responden

Populasi pedagang sayur di Pasar Plumpang sebanyak 50 yang akan dijadikan responden dengan metode sensus sehingga keseluruhan populasi dijadikan subjek penelitian. Jadi, seluruh pedagang sayur Pasar Desa Plumpang menjadi subjek penelitian.

## Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Operasional penelitian merupakan cara untuk mengukur variabel dalam objek penelitian yang dituliskan secara singkat dan jelas tanpa menimbulkan prespektif yang berbeda.

Variabel yang digunakan yaitu pendapatan, omzet, biaya, dan sayur yang terdampak *online shop* pedagang sayur Pasar Tradisional Plumpang. Pengukuran variabel pendapatan, omzet dan biaya yaitu perbandingan per bulan dengan menggunakan satuan rupiah pada tahun 2018 yang sebelum ada *online shop* dan 2023 yang setelah ada *online shop*. Sedangkan, pada variabel keempat yaitu sayur yang terdampak *online shop* akan di ukur perkilonya sebelum dan sesudah adanya *online shop*.

## Analisis Data

Analisis data adalah data yang sudah diolah sampai memunculkan hasil sehingga hasil tersebut dapat mudah dimengerti oleh pembaca penelitian (Sahir, 2022). Tujuan 1,2 dan 3 dianalisis menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis *Paired Sampel t-test* dan software yang digunakan adalah *IBM SPSS Statistics 22*. Sedangkan, untuk tujuan 4 dianalisis menggunakan deskriptif kuantitatif yang di sajikan kedalam grafik dan menggunakan *Microsoft Excel*.

1. Uji *paired sampel t-test* adalah salah satu metode pengujian hipotesis dan data yang digunakan berpasangan (Nuryadi et al., 2017). Uji *paired sampel t-test* memiliki ciri-ciri yaitu subjek yang diteliti sama namun mendapatkan perlakuan yang berbeda. Perlakuan berbeda yang dimaksud adalah ada satu sampel yang sama namun diberikan perlakuan pertama dan perlakuan kedua. Pengambilan keputusan untuk uji *Paired Sampel t-test* didasarkan pada nilai signifikan output kurang dari 0,05 maka H1 diterima, namun jika nilai signifikan pada output lebih besar dari 0,05 maka H0 diterima. Uji *paired sampel t-test* digunakan untuk membandingkan rata rata pendapatan dan omzet pedagang sayur Pasar tradisional Plumpang sebelum dan sesudah *online shop*.

Rumus *Paired Sampel t-test* menurut (Nuryadi et al., 2017)

$$t = \left( \frac{\bar{D}}{\frac{SD}{\sqrt{n}}} \right)$$

Keterangan :

$t$  = nilai  $t$  hitung

$\bar{D}$  = rata-rata selisih omzet, biaya, dan pendapatan sebelum dan sesudah adanya *online shop*

SD = standart deviasi selisih omzet, biaya, dan pendapatan sebelum dan sesudah adanya *online shop*

$n$  = jumlah sampel.

Pengambilan Keputusan berdasarkan  $t$  tabel

$H_0$  diterima : Jika  $t$  hitung berada diantara nilai  $- t$  tabel dan  $+ t$  tabel.

$H_0$  ditolak : Jika  $t$  hitung tidak berada diantara nilai  $- t$  tabel dan  $+ t$  tabel

Pengambilan Keputusan berdasarkan Nilai Signifikan

Apabila nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka data berbeda

Apabila nilai signifikan  $\geq 0,05$  maka data tidak berbeda.

2. Analisis data deskriptif kuantitatif merupakan penyederhanaan data melalui tabulasi. Teknik analisis data deskriptif kuantitatif menggunakan tabel yang kemudian dideskripsikan sehingga dapat ditarik kesimpulan (Sahir, 2022). Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk mencari sayur yang terdampak sebelum dan sesudah adanya *online shop*. Kemudian, dari beberapa data disajikan dalam bentuk tabel / grafik dan dapat ditarik kesimpulan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Perbedaan Rata- Rata Omzet Per Bulan Penjualan Sayur

Rata-rata omzet pedagang sayur Pasar Plumpang sebelum dan sesudah adanya *online shop* menurun. Uji perbedaan omzet pedagang sayur Pasar Plumpang sebelum dan sesudah adanya *online shop* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil uji Paired Sampel  $t$ -test omzet pedagang sayur tradisional (dalam Rp 000)

Omzet	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	$t$	Sig.(2-tailed)
Sebelum	6.600	37.500	15.646	6.942	1,687	0,000
Sesudah	5.400	29.610	14.788	6.400		

Sumber : Data primer diolah, 2024

Variabel Omzet dari hasil uji tersebut bisa dideskripsikan nilai minimum, maximum, dan mean sebelum *online shop* lebih besar dari pada sesudah adanya *online shop*. Hal tersebut dapat terjadi karena omzet Pedagang Pasar Plumpang terpengaruh dengan adanya *online shop* yang menyebabkan kondisi Pasar Plumpang menjadi sepi. Hasil uji beda omzet (Tabel 1) yang memiliki nilai Sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,01 maka  $H_0$  ditolak. Artinya rata-rata omzet pedagang sayur pasar tradisional Plumpang sesudah adanya *online shop* lebih kecil dari pada sebelumnya. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa 72% responden mengalami penurunan omzet sesudah munculnya *online shop*. Harga jual sayur juga menjadi pertimbangan konsumen berbelanja di *online shop* seperti cabai yang dijual pada tahun 2024 Februari di pasar konvensional harganya Rp 25.000 (Kilo gram) sedangkan, di online shop harganya Rp 22.000 (Kilo gram). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa munculnya pasar modern atau *online shop* dapat mengancam omzet pedagang pasar konvensional (Masrurroh, 2016; Seminari et al., 2017; Zahratain & Anggraeni, 2014). Pada tahun 2023 pembeli sayur di Pasar Plumpang mulai beralih pada *online shop* yang dapat menurunkan omzet pedagang sayur. Penurunan omzet juga dapat dipengaruhi oleh persepsi konsumen bahwa *online shop* lebih praktis dan efisien waktu (Alfionita & Hayati, 2023).



Munculnya *online shop* dapat menyebabkan penurunan omzet hal tersebut di sebabkan oleh keterbatasan inovasi dan teknologi. Keterbatasan inovasi dan teknologi pedagang sayur tradisional mungkin menghadapi tantangan dalam mengadopsi inovasi dan teknologi baru yang digunakan oleh *online shop*. Pedagang sayur di pasar tradisional tidak memiliki sumber daya atau pengetahuan yang cukup untuk memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan menjangkau lebih banyak konsumen, yang dapat mengakibatkan penurunan omzet (Latif et al., 2022). Perubahan perilaku konsumen juga dapat menurunkan omzet pedagang sayur di pasar tradisional. Perubahan perilaku konsumen menuju preferensi berbelanja online sebagai hasil dari tren digitalisasi masyarakat dapat menyebabkan penurunan omzet pedagang sayur tradisional. Konsumen mungkin lebih memilih untuk berbelanja secara online karena kebiasaan yang berkembang atau preferensi pribadi, yang pada gilirannya mengurangi jumlah pembeli yang datang ke pasar tradisional (Fadillah & Anismadiyah, 2019).

### Perbedaan Rata-Rata Biaya Per Bulan Penjualan Sayur

Rata-rata biaya pedagang sayur Pasar Plumpang sebelum dan sesudah adanya *online shop* menurun. Uji Perbedaan biaya pedagang sayur Pasar Plumpang sebelum dan sesudah adanya *online shop* dapat dilihat pada Tabel 2. Tabel tersebut menjelaskan bahwa dengan adanya *online shop* yang berdampak pada biaya pembelian sayur dari Pasar Induk (Agrobis) ke Pasar Tradisional Plumpang.

Tabel 2. Hasil uji Paired Sampel *t*-test biaya pedagang sayur tradisional (dalam Rp 000)

Biaya	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	t	Sig.(2-tailed)
Sebelum	3.210	20.400	8.632	4.271	0,826	0,413
Sesudah	3.150	16.890	8.841	4.150		

Sumber : Data primer diolah, 2024

Variabel Biaya dari hasil tersebut bisa dideskripsikan nilai minimum dan maksimum sebelum *online shop* lebih besar dari pada sesudahnya karena sebagian pedagang sayur masih ramai dan pembeli masih banyak yang membeli di konvensional sehingga biaya yang digunakan untuk memenuhi permintaan pembeli. Namun, untuk nilai rata-rata lebih besar sesudahnya karena beberapa pedagang mengakui bahwa setiap tahunnya harga sayur mengalami peningkatan yang menyebabkan biaya mereka naik dan ada juga yang biaya nya masih tetap atau menurun karena permintaan sayur yang ikut menurun. Hasil uji beda biaya (Tabel 2) yang memiliki nilai Sig 0,413 yang lebih besar dari 0,01 maka  $H_0$  diterima. Artinya rata-rata biaya pedagang sayur Pasar Tradisional Plumpang sesudah adanya *online shop* lebih besar dari pada sebelumnya.

Biaya yang digunakan pedagang sayur Pasar Tradisional Plumpang menjadi naik hal tersebut dikarenakan setiap tahunnya harga barang naik (Panjaitan et al., 2021). Dari hasil wawancara banyak responden yang menyatakan untuk tempat membeli barang rata rata sama yaitu di Pasar Agrobis yang harga setiap tahunnya ada kenaikan biaya seperti biaya kirim sayur dari Magetan, Malang ke Pasar Agrobis. Biaya kirim pada tahun 2018 lebih murah dari pada tahun 2023 yang semakin mahal karena bahan bakar juga naik.

Menurut Wardhani et al., (2020) kenaikan biaya pedagang sayur pasar tradisional juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Kenaikan biaya produksi sayur juga dapat meningkatkan biaya pedagang sayur. Kenaikan biaya produksi sayur seperti bibit, pupuk, pestisida, dan biaya tenaga kerja mengalami kenaikan setiap tahunnya. Munculnya *online shop* juga dapat menyebabkan kenaikan biaya karena dapat membuat sulit bagi pedagang sayur untuk menaikkan harga jual. Perubahan kondisi cuaca juga dapat menyebabkan kenaikan biaya karena Cuaca yang buruk atau musim yang tidak menguntungkan dapat mengganggu produksi sayur dan menyebabkan penurunan kualitas atau kuantitas sayur yang dihasilkan.

Kenaikan biaya juga dapat di pengaruhi oleh peningkatan biaya logistik seperti biaya pengiriman produsen ke pasar atau ke konsumen akhir mengalami kenaikan setiap tahunnya. Faktor seperti kenaikan harga bahan bakar, biaya tenaga kerja, atau biaya pemeliharaan armada transportasi dapat menyebabkan biaya logistik yang lebih tinggi. Kenaikan biaya operasional lainnya juga dapat meningkatkan biaya. Selain biaya produksi dan logistik, pedagang sayur juga mungkin menghadapi kenaikan biaya operasional lainnya, seperti biaya sewa tempat usaha, biaya utilitas (listrik, air), dan biaya administrasi (Nurul et al., 2019).

### Perbedaan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan Penjualan Sayur

Rata-rata pendapatan pedagang sayur Pasar Plumpang sebelum dan sesudah adanya *online shop* menurun. Uji Perbedaan pendapatan pedagang sayur Pasar Plumpang sebelum dan sesudah adanya *online shop*.

Tabel 3. Hasil uji Paired Sampel t-test pendapatan pedagang sayur tradisional (dalam Rp 000)

Pendapatan	Minimum	Minimum	Mean	Std. Deviation	t	Sig.(2-tailed)
Sebelum	2.250	17.100	7.014	2.943	3,825	0,000
Sesudah	1.800	13.650	6.012	2.832		

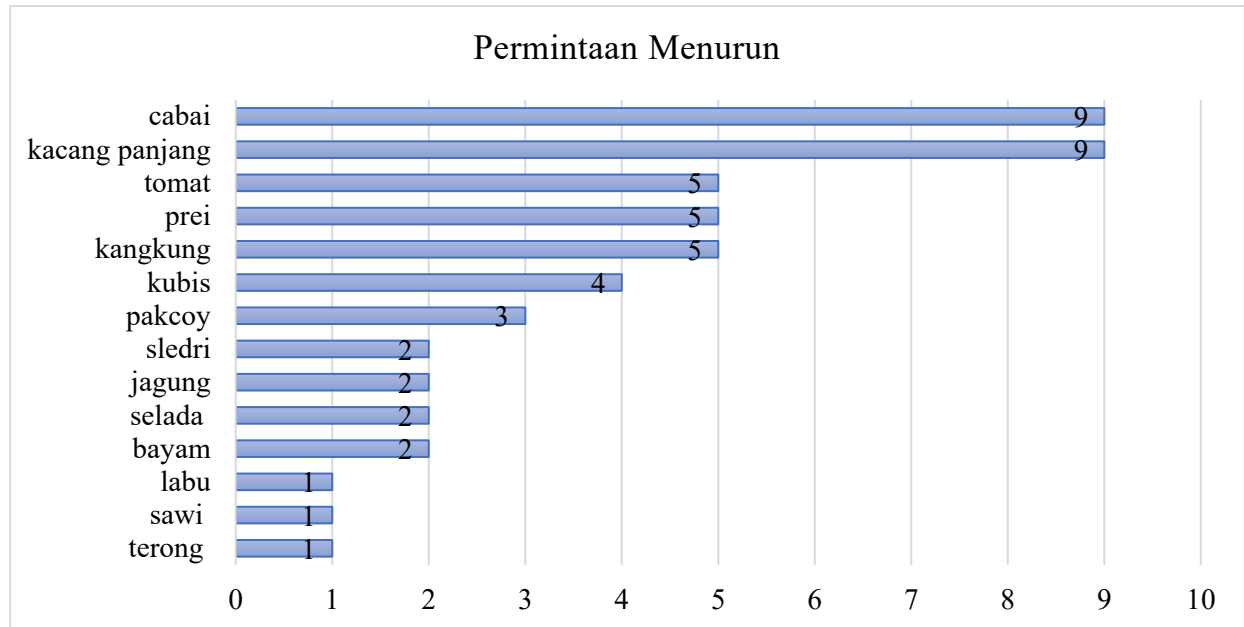
Sumber : Data primer diolah, 2024

Pendapatan pedagang sayur sesudah ada *online shop* menurun dibanding sebelumnya. Berkurangnya pendapatan pedagang sayur di Pasar Plumpang karena munculnya *online shop* mengakibatkan pasar tradisional menjadi sepi. Gaya hidup masyarakat yang lebih suka belanja di *online shop*. Hasil uji beda pendapatan (Tabel 3) yang memiliki nilai Sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,01 maka dapat dikatakan bahwa H0 ditolak. Artinya pendapatan pedagang sayur Pasar Plumpang mengalami penurunan setelah ada *online shop*. Hasil wawancara menunjukkan pernyataan penurunan pendapatan setelah adanya *online shop* yang dialami oleh 74% responden. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa adanya *online shop* mengakibatkan pendapatan pedagang pasar tradisional menurun (Febriani et al., 2022; Sipahutar, 2020). Beberapa pedagang menyampaikan bahwa pada tahun 2023 ada beberapa pelanggan yang beralih belanja sayur ke *online shop*. Penurunan pendapatan pedagang juga disebabkan kebiasaan dan persepsi konsumen tentang belanja *online shop* yang lebih instan karena mudah untuk berinteraksi online dan cara pembayaran yang bisa melalui transfer (Darmawan & Trimo, 2022; Qu et al., 2023).

Menurut Nasution et al., (2023) penurunan pendapatan pedagang sayur di pasar tradisional disebabkan oleh beberapa faktor. Persaingan yang mulai ketat semenjak munculnya *online shop* sehingga dapat menyebabkan penurunan pendapatan. *Online shop* sering memberikan promo dan diskon sehingga menarik konsumen untuk berbelanja di *online shop*. Munculnya *online shop* juga dapat merubah preferensi konsumen. Sebagian konsumen mungkin lebih memilih untuk berbelanja secara online karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan. Hal ini, dapat mengurangi jumlah pelanggan yang biasanya berbelanja di pasar tradisional, sehingga mengakibatkan penurunan pendapatan pedagang sayur di pasar tersebut (Roseh & Pasaribu, 2023). *Online shop* juga melakukan pengiriman ke konsumen secara langsung sehingga muncul beberapa inovasi. Hal ini dapat membuat konsumen lebih memilih untuk membeli sayuran secara online daripada pergi ke pasar tradisional, yang juga berpotensi mengurangi pendapatan pedagang sayur di pasar tersebut.

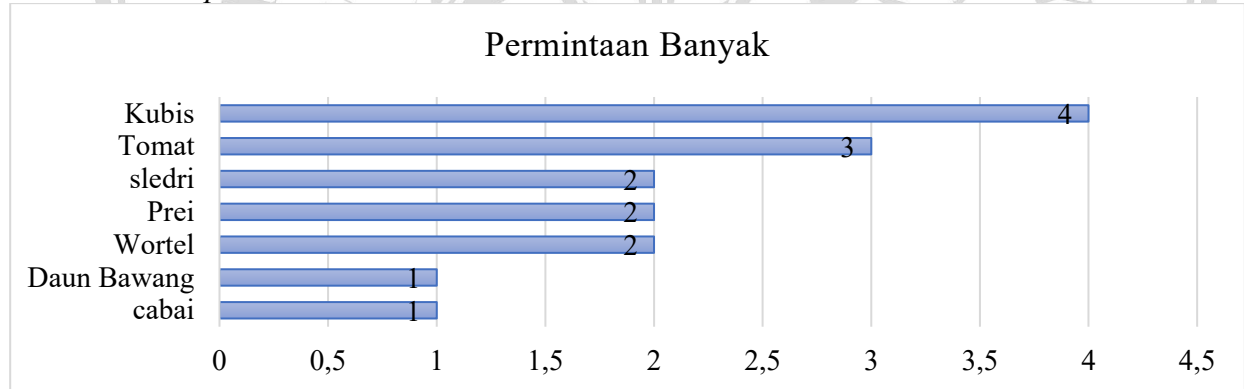
## Jenis Sayur Yang Paling Besar Terkena Dampak Setelah *Online shop*

*Online shop* memiliki pengaruh yang lumayan besar dan dirasakan oleh pedagang sayur Pasar Plumpang. *Online shop* juga mempengaruhi daya laku produk sayur yang dijual oleh pedagang sayur di Pasar Plumpang. Hal tersebut, dapat dilihat pada gambar kurva 1 dan 2. Data sayur yang terdampak *online shop* dapat dilihat pada lampiran.



Gambar 1. Grafik permintaan sedikit

Sumber : Data primer diolah, 2024



Gambar 2. Grafik permintaan banyak

Sumber : Data primer diolah, 2024

Gambar 1 dan 2 menunjukkan bahwa banyak sayuran yang mengalami penurunan permintaan sebanyak 14 jenis sayur dan ada juga sayur yang mengalami kenaikan sebanyak 7 jenis. Sehingga, hal tersebut sangat terasa adanya *online shop* dapat mengakibatkan penurunan permintaan seperti cabai dan kacang panjang yang mengalami penurunan yang di ungkapkan 9 responden. Dari hasil wawancara beberapa pedagang sayur menyatakan bahwa permintaan sayur di sebabkan oleh sepiunya pasar karena ada *online shop* yang menerapkan sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) atau pembayar jika barang sampai dan melalui transfer. Sedangkan,ada juga pedagang yang mengalami permintaan sayur yang meningkat disebabkan oleh responden atau pedagang sayur yang ikut menjual *online* dan berjualan di pasar konvensional seperti kubis mengalami kenaikan permintaan yang diungkapkan 4 responden. Dari hasil tersebut maka dapat dikatang bahwa *online shop* berpengaruh terhadap permintaan suatu barang (Ayutyas et al., 2023).

Munculnya *online shop* merubah tingkat kepercayaan konsumen sehingga dapat mengurangi permintaan sayur (Utami et al., 2023).

Menurut Tiarma et al., (2023) penurunan permintaan sayur setelah adanya *online shop* disebabkan oleh beberapa faktor. Alternatif belanja online lebih mudah karena konsumen memiliki akses yang lebih mudah untuk mencari produk yang bisa lebih murah di bandingkan di pasar konvensional, *online shop* seringkali memberikan promosi dan diskon kepada konsumen. Hal ini dapat menyebabkan harga barang di *online shop* lebih murah dibandingkan di pasar tradisional. Selain itu, ada juga faktor penyebab penurunan permintaan sayur di pasar tradisional ada yang lain seperti persepsi konsumen menganggap pasar online memiliki sayur yang berkualitas dan harga yang relative murah.

Pedagang sayur di pasar tradisional yang mengalami peningkatan penjualan sayur disebabkan mereka berjualan online. Pedagang sayur di pasar tradisional menjual secara online karena berjualan online dapat meningkatkan area penjualan sehingga pemasaran pedagang sayur tidak dibatasi oleh wilayah mereka. *Online shop* juga dapat menambah konsumen sayur dikarenakan strategi pemasarannya menjangkau wilayah yang sangat luas. Kemudahan transaksi juga dapat menjadi faktor yang menyebabkan pedagang sayur berjualan secara online. Selain itu, pedagang sayur di pasar tradisional mulai sadar dengan adanya *online shop* dapat meningkatkan pendapatan dan permintaan konsumen (Faisal et al., 2020).

#### 4. Kesimpulan dan Saran

##### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di analisis sesuai dengan tujuan maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Rata-rata omzet pedagang sayur pasar tradisional Plumpang sesudah adanya *online shop* lebih kecil dari pada sebelumnya. Munculnya *online shop* dapat menyebabkan Pasar Plumpang menjadi sepi, dan dapat menurunkan omzet pedagang sayur perharinya. *Online shop* dapat mengancam keberlangsungan hidup Pasar Tradisional. Selain itu, penurunan omzet pedagang sayur di Pasar Plumpang disebabkan oleh persepsi konsumen yang menganggap bahwa *online shop* lebih praktis dan efisien.
2. Rata-rata biaya pedagang sayur Pasar Tradisional Plumpang sesudah adanya *online shop* lebih besar dari pada sebelumnya. Setelah munculnya *online shop* mempengaruhi biaya yang semakin naik. Kenaikan biaya pada Pasar Tradisional Plumpang disebabkan oleh harga barang yang setiap tahunnya naik. Selain itu, kenaikan biaya disebabkan biaya kirim yang semakin mahal karena harga bahan bakar naik.
3. Pendapatan pedagang sayur Pasar Plumpang juga mengalami penurunan setelah adanya *online shop*. Penurunan pendapatan disebabkan oleh sepiunya Pasar Plumpang dikarenakan gaya hidup konsumen lebih suka belanja di *online shop*. Selain itu, persepsi konsumen yang menganggap bahwa belanja online lebih mudah, praktis dan pembayaran bisa melalui transfer.
4. *Online shop* juga dapat mempengaruhi beberapa sayur yang mengalami penurunan dan peningkatan permintaan. Penurunan permintaan sayur disebabkan oleh sepiunya pasar karena beberapa konsumen yang beralih ke *online shop* karena melakukan sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) atau pembayar jika barang sampai dan melalui transfer. Sedangkan, kenaikan permintaan sayur karena pedagang juga melakukan penjualan secara online.

##### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis sesuai dengan tujuan maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Pedagang sayur di Pasar Tradisional yang belum menerapkan online shop diharapkan dapat melakukan pemasaran secara online pendapatan serta omzet.
2. Pedagang sayur tradisional disarankan untuk mengambil supplier dari petani untuk memperoleh harga yang lebih murah.
3. Pemerintah Desa Plumpang, diharapkan dapat melakukan penyuluhan terkait pemasaran online (*digital marketing*). Penyuluhan tersebut penting bagi pedagang yang belum menerapkan *online shop* karena dapat meningkatkan pendapatan pedagang dan keberlangsungan Pasar Tradisional Plumpang. Selain itu pemerintah Desa Plumpang dapat menerapkan sistem *online shop* pada Pasar Plumpang yang saling menguntungkan.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih banyak faktor yang menyebabkan penurunan pendapatan dan omzet pedagang sayur konvensional. Selain itu diharapkan dapat meneliti pengaruh pedagang sayur keliling terhadap pedagang sayur pasar konvensional.

#### Daftar Pustaka

- Alfionita, A., & Hayati, A. F. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Belanja Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Salingka Nagari*, 02(2), 421–431. <https://doi.org/10.24036/jsn.v2i2.128>
- Amin, N. F., Grancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Ayesha, I., Pratama, I, W, A., Hasan, S., Amaliyah., Effendi, N,I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N, D, N., Utami, R, D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana., Norhidayati., & S Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. In R. Wujarso (Ed.), *Pt. Global Eksekutif Teknologi* (1st ed.). Global Eksekutif Teknologi.
- Ayutyas, S., Putri, M.N., & Makarim, M. N. (2023). Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Sosial Media Pada Perusahaan Ikifarm Hidroponik, Kabupaten Bogor. *Jurnal Sosial Terapan*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.29244/jstr.1.1.1-11>
- Aziz, R. A. (2020). *Digital Marketing Content* (1st ed.).
- Bieszk-Stolorz, B., & Dmytrów, K. (2021). *Marketplace trade in large cities in Poland*. *Land*, 10(9). <https://doi.org/10.3390/land10090933>
- Budiarta, D. I. K. (2010). *Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Modern* (pp. 200–237).
- Darmawan, A. S. P., & Trimo, L. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Terhadap Pengguna E-Wallet Go-Pay di Kota JABODETABEK. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(2), 211–221. <https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.2.211-221>
- Fadillah, & Anismadiyah, V. (2019). Dampak Pembelian Online Terhadap Omzet Penjualan Busana Wanita Di Blok B Lantai Lg Los Ad, Pasar Tanah Abang. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(4), 391–400. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3472242>
- Faisal, F., Indra,I., & Romano, R. (2020). Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sayuran Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 5(4), 63–71. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v5i4.15842>

- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya., & Sunarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In D. A. Putri (Ed.), *Pascal Books*. Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Febriani, D., Harahap, F. R., & Sinabutar, M. J. (2022). Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Online shop Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Belinyu). *Triwikarma*, 01(05), 50–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.6578/tjis.v1i4.191>
- Febrianti, N. U., Zahrafani, S, A, W., & Afifah, W. (2023). Pengaruh Tiktok Shop terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Tanjung dan Ambulu Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 211–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.571>
- Fitriana, L., Fitlayni, R., & Akbar, W. K. (2021). Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Pasar Online (Studi Kasus pada Pedagang Konvensional di Pasar Nagari Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat). *Horizon*, 1(3), 543–553. <https://doi.org/10.22202/horizon.v1i3.5169>
- Guarango, P. M. (2022). Pengaruh Biaya Promosi Online Dan Offline Terhadap Omzet Penjualan PT. Royyan Berkah Abadi. *Akbar Juara*, 7(8.5.2017), 2003–2005. <https://doi.org/https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i1.1767>
- Hartiyah, S. (2014). *Teori Akuntansi Konsep Akuntansi Pendapatan*. 84–88.
- Haryotejo, B. (2014). Dampak Ekspansi Hypermarket terhadap Pasar Tradisional di Daerah. *Jurnal Bina Praja*, 06(03), 241–248. <https://doi.org/10.21787/jbp.06.2014.241-248>
- Hoyweghen, K. V., Fabry, A., Fearts, H., Wade, I., & Maertens, M. (2021). *Resilience of global and local value chains to the Covid-19 pandemic: Survey evidence from vegetable value chains in Senegal. Agricultural Economics (United Kingdom)*, 52(3), 423–440. <https://doi.org/10.1111/agec.12627>
- Irawati., Anwar, Ruma, Z., Haeruddin, M, I, M., & Dipotmodjo, T. S. . (2022). Pengaruh pengalaman kerja terhadap kinerja pegawai. *Jurnal Manajemen*, 14(4), 715–720. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i4.11560>
- Komalasari, D. (2021). Buku Ajar *Digital Marketing*. In T. Multazam & M. Darmawan (Eds.), *Buku Ajar Digital Marketing* (1st ed.). UMSIDA Press Redaksi. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. In *Pearson Practice Hall* (14th ed.). Pearson.
- Latif, A., Mohamad, R., Murtini., & Mardiana, A. (2022). Terdampaknya Pendapatan Pedagang Sayuran Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pasar Shopping Limboto Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 8(2), 179–192. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v8i2.1486>
- Manihuruk, B. P., & Darmawan, E. D. (2021). Analisis Omzet Penjualan Pada Cv. Kaldera Panen Pertiwi Ditengah Pandemi. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 246–253. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.269>

- Masruroh, R. (2016). *The Impact of Modern Retail Minimarket towards the Continuity of Traditional Retail Businesses. Journal of Physics: Conference Series*, 755(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/755/1/011001>
- Mukhlis, M., Nusa, N, D., & Ramadhanty, R. W. (2023). *Education and Promotion of Online Transaction Services for Traditional Market Traders in Sleman: An Alternative to Alleviate the Impact of COVID-19 “Layanan Online Pasar Ing Sleman (LOPIS).” Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 9(1), 60. <https://doi.org/10.22146/jpkm.66121>
- Nainggolan, I. (2018). Tanggung Jawab Pidana Bagi Pelaku Usaha Yang Menggunakan Bahan Tambahan Pangan ( Btp ) Berbahaya Pada Produk Pangan. *EduTech*, 4(2), 81–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/edutech.v4i2.2429>
- Nasution, A. F. I., Lubis, F. A., & Jannah, N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Menurunkan Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Petisah Kota Medan. 7, 3359–3367. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.5727>
- Njonjie, P., & Posi, S. H. (2022). Dampak Keberadaan Pasar Modern ( Alfamidi ) Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional Di Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(1), 254–258. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jimat.v13i01.40917>
- Nurlinda., Marhawati., Supatminingsih, T., Rahmatullah., & Rijal, S. (2022). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral Pangkep Kabupaten Pangkajene Kepulauan). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies (JE3S)*, 3(2), 396–413. <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/je3s.v3i2.114>
- Nurul, M., Fausayana, I., & Yusria, W. O. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemintaan Sayuran Pada Rumah Tangga Di Kelurahan Kadia Kecamatan Kadia Kota Kendari. *Jurnal Ilmiah Agribisnis (Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian)*, 2019(2), 41–44. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/JIAdoi:http://dx.doi.org/10.33772/jia.v4i2.6513>
- Nuryadi., Astuti, T.D., Utami, E.S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media* (1st ed.). Sibuku Media.
- Pambudi, A., Anggarawati, S., Mulyana, M., Ismiasih., Widiastuti, Y., Rostwantiwaivi, V., Ayesha, I., Wibaningwati, D, B., & Jumiyati, S. (2022). *Ekonomi Pertanian* (Vol. 1). [www.globaleksekitifteknologi.co.id](http://www.globaleksekitifteknologi.co.id)
- Panjaitan, C. L., Katiandagho, T., & Pangemanan, L. (2021). Analisis Pendapatan Pedagang Sayur Sebelum dan Selama Masa Pandemi Covid-19 di Pasar Lakessi Kota Parepare Sulawesi Selatan. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Pedesaan*, 2(4), 316–323. <https://doi.org/https://doi.org/10.35791/agrirud.v2i4.33795>
- Prihadi, D., & Mulyana, Y. (2019). Efektivitas *E-Commerce* dan Media Sosial untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perdagangan Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 11(1), 31. <https://doi.org/10.22441/fifo.2019.v10i1.004>
- Qu, Y., Cieslik, A., Fang, S., & Qing, Y. (2023). *The role of online interaction in user stickiness of social commerce: The shopping value perspective. Digital Business*, 3(2). <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100061>

- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). In Rusiadi (Ed.), *Penerbit Tahta Media* (1st ed.). Tahta Media. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/144>
- Rizal., Wilson., Mala, L.I., Yanti, M., & Lumanauw, M. F. (2022). Pasar Tradisional. In D. Harianti & D. C. Liestyati (Eds.), *JUCA (Jurnal Cyber Area)* (1st ed., Vol. 2, Issue 3). PT Mardi Mulyo. <http://cyberarea.id/index.php/cyberarea>
- Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1931>
- Roseh, A., & Pasaribu, P. N. (2023). Preferensi Pelanggan terhadap Pasar Online: Studi Kasus Marketplace Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1372–1395. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.4772>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). KBM INDONESIA.
- Selvia Aprilyanti. (2017). Pengaruh Usia dan Masa Kerja. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 1(2), 68–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/jsmi.v7i2>
- Seminari, N. K., Rastini, N.M., & Sulistyawati, E. (2017). The Impact of Modern Retail on Traditional Retail Traders in The Mengwi, Badung District. *Udayana Journal of Social Sciences and Humanities (UJoSSH)*, 1(1), 35. <https://doi.org/10.24843/ujossh.2017.v01.i01.p05>
- Simanjourang, R., & Zainarti. (2023). Analisis Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Di Pasar Tradisional Terhadap Perpindahan Berbelanja Melalui Pasar Online ( Studi Kasus Pasar Induk Sidikalang ). *Repository IMWI, Volume 6*, 31–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.187>
- Sipahutar, R. (2020). *The Impact of Online Shopping on Traditional Vendors at Petisah Market Medan*. <https://doi.org/10.4108/eai.14-3-2019.2292034>
- Sitio, V. S. S. (2020). *Konsep Teori Ekonomi Mikro*.
- Surahman, B., & Sari, W. (2022). Analisis Perbandingan Sebelum dan Sesudah Onlineshop Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Kenko Fashion Takengon Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal UGP*, 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.55542/juiim.v4i2.285>
- Syahrul, & Ernawati, S. (2021). Analisis Pengaruh Perkembangan Pasar Modern Terhadap Keberlangsungan Pasar Tradisional Tente Woba Kab. Bima. *Journal Scientific Of Mandalika (JSM)* e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543, 2(8), 385–390. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss8pp385-390>
- Tiarma, T., Yumita, Y., & Nurmalia, A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian sayuran pada toko online “kupesan.” 10(1), 67–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/agritepa.v10i1.3484>
- Tomisa, M. E., & Syafitri, M. (2020). Pengaruh Badan Usaha Milik Desa Terhadap Pendapatan Asli Di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 91–101. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.219>



- Toni, B., & Ariwibowo, P. (2021). Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan terhadap Laba Perusahaan: Studi Kasus pada PT Granitoguna BC. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba*, 3(1), 124–134. <https://doi.org/10.47476/as.v3i1.xxx>
- Triana, N. (2021). Analisis Pekerja Perempuan Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Keluarga: Studi Kasus Pedagang Perempuan di Pasar Aur Duri Kota Jambi. *Harakat An-Nisa: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 6(2), 93–102. <https://doi.org/10.30631/62.93-102>
- Utami, D. N., Trimo, L., Judawinata, M, G., & Suminartika, E. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Platform Pembelian Buah dan Sayur Online. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 64–74. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.64-74>
- Wardhani, Y., Prasetya, S, G., & Dharmantyo, D. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Keliling Di Kota Bogor. *Ekono Insentif*, 14(1), 39–53. <https://doi.org/10.36787/jei.v14i1.210>
- Wibowo, F., Khasanah, A, U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Winarno. (2013). Buku Metodologi Penelitian by-W-Gulo (Nanik (ed.); 1st ed., Issue January). UM Press.
- Yulianti, F., Lamsah., & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN\_compressed.pdf* (1st ed., Issue April). Budi Utama.
- Zahratain, I., & Anggraeni, L. (2014). Dampak Perkembangan Toko Modern Terhadap Kinerja Pedagang Produk Pertanian Pada Pasar Tradisional Di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(2), 119–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.17358/jma.11.2.119-128>

## Lampiran

### Lampiran 1. Kuesioner

Penelitian ini hanya akan digunakan untuk keperluan penulisan skripsi. Jawablah semua pertanyaan dengan lengkap dan jujur, dan identitas serta jawaban bapak/ibu akan dijaga kerahasiaannya. Terima kasih atas kesediaan bapak/ibu dan saudara/i untuk menjawab kuesioner ini.

### Instrumen Penelitian

**Responden :** Pedagang Sayur Pasar Tradisional Plumpang

Tanggal Pengisian :

### Identitas Responden

Nama :

Umur :

Lama Berdagang :

Alamat :

Jenis Kelamin :

### Petunjuk Pengisian :

- A. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memilih jawaban yang sesuai dengan keadaan usaha berdagang sayur bapak/ibu yang sebenarnya
- B. Pilihlah salah satu jawaban dengan menggunakan tanda centang (V) yang bapak/ibu sesuai dengan keadaan usaha berdagang sayur di pasar Plumpang setelah dan sebelum muncul *online shop*

### Pertanyaan Pendapat

1. Bagaimana pendapat bapak/ibu dengan adanya *online shop* ?  
.....
2. Bagaimana bapak/ibu cara mengatasi Munculnya *online shop* untuk memulihkan pendapatan ?  
.....
3. Berasal dari manakah sayur bapak/ibu membeli untuk di jual ?  
.....
4. Mengapa bapak/ibu masih bertahan di konvensional daripada beralih ke *online shop* ?  
.....

**Pertanyaan pendapatan Omzet dan sayur yang terdampak**

Pertanyaan	Sebelum ada <i>Online shop</i>	Sesudah ada <i>Online shop</i>
Berapa rata-rata pendapatan bapak/ibu per hari sebelum dan sesudah muncul <i>online shop</i> ?	Rp...../hr	Rp...../hr
Berapa rata-rata omzet bapak/ibu per hari sebelum dan sesudah ada <i>online shop</i> ?	Rp...../hr	Rp...../hr
Berapa rata-rata biaya(kulak) bapak/ibu per hari sebelum dan sesudah ada <i>online shop</i> ?	Rp...../hr	Rp...../hr
Sayur apa yang mengalami dampak penurunan dan kenaikan volume penjualan sebelum dan sesudah muncul <i>online shop</i>	Penurunan:  Kenaikan:	Penurunan:  Kenaikan:

**Pertanyaan Persepsi**

Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
<i>Online shop</i> mengakibatkan kondisi Pasar Plumpang menjadi sepi					
<i>Online shop</i> mengakibatkan penurunan pendapatan bapak/ibu per harinya					
<i>Online shop</i> mengakibatkan penurunan omzet bapak/ibu per harinya					
<i>Online shop</i> mengakibatkan harga jual sayur di Pasar Plumpang menjadi turun					
<i>Online shop</i> mengakibatkan daya laku sayur di Pasar Plumpang menjadi turun					

**Keterangan :**

- STS : Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- KS : Kurang Setuju
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

## Lampiran 2. Dokumentasi







**Lampiran 1. Tabulasi Karakteristik Responden, Data Primer Omzet, Biaya, Pendapatan, Produk Yang Terdampak, Asal Kulak Sayur, Dan Pernyataan Pedagang Sayur**

NO	IDENTITAS RESPONDEN				
	NAMA	UMUR (TAHUN)	LAMA BERDAGANG (TAHUN)	ALAMAT	JENIS KELAMIN
1	Bapak Dasar	54	35	Ds. Morosemo	Laki-Laki
2	Bapak Suwarno	44	24	Ds. Sumurjalak	Laki-Laki
3	Bapak Coko	55	33	Ds. Sumurjalak	Laki-Laki
4	Ibu Yusikah	47	31	Ds. Morosemo	Perempuan
5	Ibu Musrinah	61	25	Ds. Plumpang	Perempuan
6	Ibu Nur	31	9	Ds. Kunir	Perempuan
7	Ibu Indayani	42	21	Dsn. Ngembes	Perempuan
8	Ibu Sri Kastuni	75	48	Ds. Plumpang	Perempuan
9	Ibu Samini	67	48	Ds.Plumpang	Perempuan
10	Bapak Nur Hasan	27	7	Ds. Plumpang	Laki-Laki
11	Mbah Warsemi	70	49	Dsn. Tanggungan	Perempuan
12	Ibu Masmudah	55	33	Ds. Plumpang	Perempuan
13	Ibu Kanifah	55	32	Ds. Sumurjalak	Perempuan
14	Ibu Kasti	65	49	Ds. Kunir	Perempuan
15	Ibu Karsiani	45	7	Dsn. Tanggungan	Perempuan
16	Ibu Sumirah	66	45	Ds. Plumpang	Perempuan
17	Ibu Muzayatin	50	27	Ds. Morosemo	Perempuan
18	Ibu Muhartinik	75	54	Ds. Plumpang	Perempuan
19	Ibu Wastiah	50	15	Ds. Dempel	Perempuan
20	Ibu Supiatun	49	24	Ds. Bandung rejo	Perempuan

21	Mbah Rasi	64	49	Ds. Bomlati	Perempuan
22	Ibu Rujilani	51	24	Ds. Morosemo	Perempuan
23	Bapak Pardi	65	33	Ds. Plumpang	Laki-Laki
24	Ibu Siti Sumirah	67	37	Dsn. Tanggungan	Perempuan
25	Ibu Siti Zulaikah	54	35	Dsn. Tanggungan	Perempuan
26	Bapak Heru	32	7	Ds. Plumpang	Laki-Laki
27	Bapak Warlin	63	35	Ds. Jati	Laki-Laki
28	Ibu Mursinah	60	35	Ds. Plumpang	Perempuan
29	Ibu Dasih	42	16	Ds. Ngerayung	Perempuan
30	Ibu Siti Aisya	65	32	Ds. Jati	Perempuan
31	Ibu Mutoniatun	59	33	Ds. Plumpang	Perempuan
32	Ibu Kastuni	69	42	Dsn. Tanggungan	Perempuan
33	Ibu Siti Hanifah	42	13	Ds. Plumpang	Perempuan
34	Ibu Puji	31	7	Ds. Plumpang	Perempuan
35	Ibu Irma	35	7	Ds. Kunir	Perempuan
36	Ibu Evi Nur Laili	47	12	Ds.Plumpang	Perempuan
37	Ibu Khotimah	34	14	Ds. Klotok	Perempuan
38	Bapak Eko Purnomo	44	14	Ds. Klotok	Laki-Laki
39	Ibu Ninik Iswatin	64	45	Dsn. Tanggungan	Perempuan
40	Bapak Sutiono	47	12	Ds. Plumpang	Laki-Laki
41	Mbah Bapoh	63	7	Ds. Plumpang	Laki-Laki
42	Ibu Naning	42	20	Ds. Plumpang	Perempuan
43	Ibu Siti Asmuah	44	12	Ds. Plumpang	Perempuan
44	Ibu Yeni	35	11	Ds. Plumpang	Perempuan
45	Ibu Suparmi	52	21	Ds. Ngerayung	Perempuan



46	Bapak Siswanto	32	7	Dsn. Tanggungan	Laki-Laki
47	Ibu Kanifah	36	20	Ds. Sumurgung	Perempuan
48	Bapak Suweknyo	38	20	Ds. Sumurgung	Laki-Laki
49	Ibu Maryam	51	30	Ds. Plumpang	Perempuan
50	Ibu Basirah	65	35	Ds. Tegal rejo	Perempuan

No	Nama	Omzet Per Hari (Rp)		Omzet per Bulan (Rp)	
		Sebelum (2018)	Sesudah (2023)	Sebelum (2018)	Sesudah (2023)
1	Bapak Dasar	850.000	750.000	25.500.000	22.500.000
2	Bapak Suwarno	900.000	850.000	27.000.000	25.500.000
3	Bapak Coko	820.000	600.000	24.600.000	18.000.000
4	Ibu Yusikah	380.000	510.000	11.400.000	15.300.000
5	Ibu Mursinah	390.000	215.000	11.700.000	6.450.000
6	Ibu Nur	220.000	280.000	6.600.000	8.400.000
7	Ibu Indayani	260.000	300.000	7.800.000	9.000.000
8	Ibu Sri Kastuni	250.000	180.000	7.500.000	5.400.000
9	Ibu Samini	350.000	320.000	10.500.000	9.600.000
10	Bapak Nur Hasan	450.000	600.000	13.500.000	18.000.000
11	Mbah Warsemi	390.000	350.000	11.700.000	10.500.000
12	Ibu Masmudah	295.000	265.000	8.850.000	7.950.000
13	Ibu Kanifah	350.000	295.000	10.500.000	8.850.000
14	Ibu Kasti	350.000	335.000	10.500.000	10.050.000
15	Ibu Karsiani	345.000	330.000	10.350.000	9.900.000
16	Ibu Sumirah	395.000	370.000	11.850.000	11.100.000
17	Ibu Muzayatin	348.000	420.000	10.440.000	12.600.000
18	Ibu Muhartinik	275.000	240.000	8.250.000	7.200.000
19	Ibu Wastiah	290.000	270.000	8.700.000	8.100.000
20	Ibu Supiatun	430.000	450.000	12.900.000	13.500.000
21	Mbah Rasi	550.000	475.000	16.500.000	14.250.000
22	Ibu Rujilani	520.000	480.000	15.600.000	14.400.000
23	Bapak Pardi	420.000	360.000	12.600.000	10.800.000
24	Ibu Siti Sumirah	350.000	330.000	10.500.000	9.900.000
25	Ibu Siti Zulaikah	340.000	325.000	10.200.000	9.750.000
26	Bapak Heru	550.000	640.000	16.500.000	19.200.000
27	Bapak Warlin	540.000	420.000	16.200.000	12.600.000
28	Ibu Mursinah	420.000	320.000	12.600.000	9.600.000
29	Ibu Dasih	282.000	245.000	8.460.000	7.350.000
30	Ibu Siti Aisyah	520.000	485.000	15.600.000	14.550.000
31	Ibu Mutoniatun	780.000	775.000	23.400.000	23.250.000
32	Ibu Kastuni	543.000	520.000	16.290.000	15.600.000
33	Ibu Siti Hanifah	630.000	529.000	18.900.000	15.870.000
34	Ibu Puji	711.000	783.000	21.330.000	23.490.000
35	Ibu Irma	873.000	946.000	26.190.000	28.380.000
36	Ibu Evi Nur Laili	984.000	548.000	29.520.000	16.440.000
37	Ibu Khotimah	665.000	698.000	19.950.000	20.940.000
38	Bapak Eko Purnomo	725.000	685.000	21.750.000	20.550.000
39	Ibu Ninik Iswatin	581.000	611.000	17.430.000	18.330.000
40	Bapak Sutiono	1.250.000	840.000	37.500.000	25.200.000
41	Mbah Bapoh	330.000	340.000	9.900.000	10.200.000
42	Ibu Naming	400.000	460.000	12.000.000	13.800.000
43	Ibu Siti Asmuah	570.000	670.000	17.100.000	20.100.000
44	Ibu Yeni	532.000	550.000	15.960.000	16.500.000

45	Ibu Suparmi	512.000	435.000	15.360.000	13.050.000
46	Bapak Siswanto	927.000	987.000	27.810.000	29.610.000
47	Ibu Kanifah	727.000	794.000	21.810.000	23.820.000
48	Bapak Suweknyo	854.000	884.000	25.620.000	26.520.000
49	Ibu Maryam	411.000	382.000	12.330.000	11.460.000
50	Ibu Basirah	243.000	200.000	7.290.000	6.000.000
	Rata Rata	521.560	492.940	15.646.800	14.788.200

No	Nama	Biaya Per Hari (Rp)		Biaya per Bulan (Rp)	
		Sebelum (2018)	Sesudah (2023)	Sebelum (2018)	Sesudah (2023)
1	Bapak Dasar	520.000	480.000	15.600.000	14.400.000
2	Bapak Suwarno	520.000	500.000	15.600.000	15.000.000
3	Bapak Coko	470.000	310.000	14.100.000	9.300.000
4	Ibu Yusikah	205.000	230.000	6.150.000	6.900.000
5	Ibu Mursinah	215.000	205.000	6.450.000	6.150.000
6	Ibu Nur	145.000	145.000	4.350.000	4.350.000
7	Ibu Indayani	133.000	125.000	3.990.000	3.750.000
8	Ibu Sri Kastuni	130.000	120.000	3.900.000	3.600.000
9	Ibu Samini	180.000	185.000	5.400.000	5.550.000
10	Bapak Nur Hasan	255.000	335.000	7.650.000	10.050.000
11	Mbah Warsemi	215.000	225.000	6.450.000	6.750.000
12	Ibu Masmudah	128.000	137.000	3.840.000	4.110.000
13	Ibu Kanifah	180.000	160.000	5.400.000	4.800.000
14	Ibu Kasti	165.000	205.000	4.950.000	6.150.000
15	Ibu Karsiani	150.000	160.000	4.500.000	4.800.000
16	Ibu Sumirah	220.000	250.000	6.600.000	7.500.000
17	Ibu Muzayatin	180.000	195.000	5.400.000	5.850.000
18	Ibu Muhartinik	110.000	115.000	3.300.000	3.450.000
19	Ibu Wastiah	118.000	126.000	3.540.000	3.780.000
20	Ibu Supiatun	255.000	210.000	7.650.000	6.300.000
21	Mbah Rasi	315.000	295.000	9.450.000	8.850.000
22	Ibu Rujilani	305.000	335.000	9.150.000	10.050.000
23	Bapak Pardi	235.000	245.000	7.050.000	7.350.000
24	Ibu Siti Sumirah	185.000	203.000	5.550.000	6.090.000
25	Ibu Siti Zulaikah	163.000	180.000	4.890.000	5.400.000
26	Bapak Heru	310.000	325.000	9.300.000	9.750.000
27	Bapak Warlin	276.000	235.000	8.280.000	7.050.000
28	Ibu Mursinah	195.000	185.000	5.850.000	5.550.000
29	Ibu Dasih	107.000	130.000	3.210.000	3.900.000
30	Ibu Siti Aisya	285.000	320.000	8.550.000	9.600.000
31	Ibu Mutoniatun	455.000	522.000	13.650.000	15.660.000
32	Ibu Kastuni	270.000	345.000	8.100.000	10.350.000
33	Ibu Siti Hanifah	303.000	286.000	9.090.000	8.580.000
34	Ibu Puji	464.000	454.000	13.920.000	13.620.000
35	Ibu Irma	536.000	563.000	16.080.000	16.890.000

36	Ibu Evi Nur Laili	531.000	298.000	15.930.000	8.940.000
37	Ibu Khotimah	432.000	505.000	12.960.000	15.150.000
38	Bapak Eko Purnomo	472.000	517.000	14.160.000	15.510.000
39	Ibu Ninik Iswatin	404.000	483.000	12.120.000	14.490.000
40	Bapak Sutiono	680.000	540.000	20.400.000	16.200.000
41	Mbah Bapoh	195.000	165.000	5.850.000	4.950.000
42	Ibu Naming	240.000	340.000	7.200.000	10.200.000
43	Ibu Siti Asmuah	270.000	350.000	8.100.000	10.500.000
44	Ibu Yeni	312.000	370.000	9.360.000	11.100.000
45	Ibu Suparmi	297.000	298.000	8.910.000	8.940.000
46	Bapak Siswanto	444.000	532.000	13.320.000	15.960.000
47	Ibu Kanifah	443.000	480.000	13.290.000	14.400.000
48	Bapak Suweknyo	461.000	472.000	13.830.000	14.160.000
49	Ibu Maryam	199.000	240.000	5.970.000	7.200.000
50	Ibu Basirah	110.000	105.000	3.300.000	3.150.000
	Rata-Rata	287.760	294.720	8.632.800	8.841.600

No	Nama	Pendapatan Per Hari (Rp)		Pendapatan per Bulan (Rp)	
		Sebelum (2018)	Sesudah (2023)	Sebelum (2018)	Sesudah (2023)
1	Bapak Dasar	330.000	270.000	9.900.000	8.100.000
2	Bapak Suwarno	380.000	350.000	11.400.000	10.500.000
3	Bapak Coko	350.000	290.000	10.500.000	8.700.000
4	Ibu Yusikah	175.000	280.000	5.250.000	8.400.000
5	Ibu Mursinah	175.000	135.000	5.250.000	4.050.000
6	Ibu Nur	75.000	135.000	2.250.000	4.050.000
7	Ibu Indayani	127.000	175.000	3.810.000	5.250.000
8	Ibu Sri Kastuni	120.000	60.000	3.600.000	1.800.000
9	Ibu Samini	170.000	135.000	5.100.000	4.050.000
10	Bapak Nur Hasan	195.000	265.000	5.850.000	7.950.000
11	Mbah Warsemi	175.000	125.000	5.250.000	3.750.000
12	Ibu Masmudah	167.000	128.000	5.010.000	3.840.000
13	Ibu Kanifah	170.000	135.000	5.100.000	4.050.000
14	Ibu Kasti	185.000	130.000	5.550.000	3.900.000
15	Ibu Karsiani	195.000	170.000	5.850.000	5.100.000
16	Ibu Sumirah	175.000	120.000	5.250.000	3.600.000
17	Ibu Muzayatin	168.000	225.000	5.040.000	6.750.000
18	Ibu Muhartinik	165.000	125.000	4.950.000	3.750.000
19	Ibu Wastiah	172.000	144.000	5.160.000	4.320.000
20	Ibu Supiatun	175.000	240.000	5.250.000	7.200.000
21	Mbah Rasi	235.000	185.000	7.050.000	5.550.000
22	Ibu Rujilani	215.000	145.000	6.450.000	4.350.000
23	Bapak Pardi	185.000	115.000	5.550.000	3.450.000
24	Ibu Siti Sumirah	165.000	127.000	4.950.000	3.810.000
25	Ibu Siti Zulaikah	177.000	145.000	5.310.000	4.350.000

26	Bapak Heru	240.000	315.000	7.200.000	9.450.000
27	Bapak Warlin	264.000	185.000	7.920.000	5.550.000
28	Ibu Mursinah	225.000	135.000	6.750.000	4.050.000
29	Ibu Dasih	175.000	115.000	5.250.000	3.450.000
30	Ibu Siti Aisyah	235.000	165.000	7.050.000	4.950.000
31	Ibu Mutoniatun	325.000	253.000	9.750.000	7.590.000
32	Ibu Kastuni	273.000	175.000	8.190.000	5.250.000
33	Ibu Siti Hanifah	327.000	243.000	9.810.000	7.290.000
34	Ibu Puji	247.000	329.000	7.410.000	9.870.000
35	Ibu Irma	337.000	383.000	10.110.000	11.490.000
36	Ibu Evi Nur Laili	453.000	250.000	13.590.000	7.500.000
37	Ibu Khotimah	233.000	193.000	6.990.000	5.790.000
38	Bapak Eko Purnomo	253.000	168.000	7.590.000	5.040.000
39	Ibu Ninik Iswatin	177.000	128.000	5.310.000	3.840.000
40	Bapak Sutiono	570.000	380.000	17.100.000	11.400.000
41	Mbah Bapoh	135.000	75.000	4.050.000	2.250.000
42	Ibu Naming	160.000	120.000	4.800.000	3.600.000
43	Ibu Siti Asmuah	300.000	320.000	9.000.000	9.600.000
44	Ibu Yeni	220.000	180.000	6.600.000	5.400.000
45	Ibu Suparmi	215.000	137.000	6.450.000	4.110.000
46	Bapak Siswanto	483.000	455.000	14.490.000	13.650.000
47	Ibu Kanifah	284.000	314.000	8.520.000	9.420.000
48	Bapak Suweknyo	393.000	412.000	11.790.000	12.360.000
49	Ibu Maryam	212.000	142.000	6.360.000	4.260.000
50	Ibu Basirah	133.000	95.000	3.990.000	2.850.000
	Rata-Rata	233.800	200.420	7.014.000	6.012.600

No	Nama	Produk yang terpengaruh	
		Turun	Naik
1	Bapak Dasar	Tomat	-
2	Bapak Suwarno	Prei	-
3	Bapak Coko	Prei, Seledri	-
4	Ibu Yusikah	-	Prei, Seledri
5	Ibu Mursinah	Cabai	
6	Ibu Nur	-	Tomat
7	Ibu Indayani	-	Wortel
8	Ibu Sri Kastuni	Kangkung	-
9	Ibu Samini	Tomat	-
10	Bapak Nur Hasan	Cabai	Kubis
11	Mbah Warsemi	Labu	-
12	Ibu Masmudah	Jagung	-
13	Ibu Kanifah	Selada	-
14	Ibu Kasti	Pakcoy	-
15	Ibu Karsiani	Jagung	-
16	Ibu Sumirah	Pakcoy	-

17	Ibu Muzayatin	Kubis	wortel
18	Ibu Muhartinik	Kacang Panjang	-
19	Ibu Wastiah	Kacang Panjang	-
20	Ibu Supiatun	Prei	Cabai, tomat
21	Mbah Rasi	Tomat	-
22	Ibu Rujilani	Kubis	-
23	Bapak Pardi	Terong	-
24	Ibu Siti Sumirah	Kacang Panjang	-
25	Ibu Siti Zulaikah	Kacang Panjang	-
26	Bapak Heru	Kangkung	Kubis
27	Bapak Warlin	Tomat	-
28	Ibu Mursinah	Bayam	-
29	Ibu Dasih	Kacang Panjang	-
30	Ibu Siti Aisyah	Prei	-
31	Ibu Mutoniatun	Cabai, kubis	-
32	Ibu Kastuni	Bayam, Kacang Panjang	-
33	Ibu Siti Hanifah	Seledri	-
34	Ibu Puji	-	Prei, seledri
35	Ibu Irma	selada	Tomat
36	Ibu Evi Nur Laili	cabai	-
37	Ibu Khotimah	cabai	Kubis
38	Bapak Eko Purnomo	-	Kubis
39	Ibu Ninik Iswatin	Kubis, cabai	-
40	Bapak Sutiono	Cabai	-
41	Mbah Bapoh	Sawi pakcoy, sawi putih	-
42	Ibu Naming	Kacang panjang	-
43	Ibu Siti Asmuah	Kangkung	-
44	Ibu Yeni	Kangkung	-
45	Ibu Suparmi	Kangkung	-
46	Bapak Siswanto	Prei	-
47	Ibu Kanifah	Cabai	Daun bawang
48	Bapak Suweknyo	Cabai	-
49	Ibu Maryam	Kacang Panjang	-
50	Ibu Basirah	Kacang panjang	-

Jumlah

Permintaan Sedikit		Permintaan banyak	
Varietas	Jumlah Pedagang	Varietas	Jumlah Pedagang
Tomat	5	Prei	2
Prei	5	Seledri	2
Seledri	2	Tomat	3
Cabai	9	Wortel	2
Kangkung	5	Kubis	4
Labu	1	Cabai	1
Jagung	2	Daun Bawang	1
Selada	2		
Pakcoy	3		
Kubis	4		

Kacang Panjang	9
Terong	1
Bayam	2
Sawi Putih	1

No	Nama	Asal Sayur
1	Bapak Dasar	Pasar Agrobis
2	Bapak Suwarno	Pasar Agrobis
3	Bapak Coko	Pasar Agrobis
4	Ibu Yusikah	Pasar Agrobis
5	Ibu Mursinah	Pasar Agrobis
6	Ibu Nur	Pasar Agrobis
7	Ibu Indayani	Pasar Agrobis
8	Ibu Sri Kastuni	Petani
9	Ibu Samini	Pasar Agrobis
10	Bapak Nur Hasan	Pasar Agrobis
11	Mbah Warsemi	Petani
12	Ibu Masmudah	Pasar Tuban
13	Ibu Kanifah	Petani
14	Ibu Kasti	Pasar Tuban
15	Ibu Karsiani	Pasar Tuban
16	Ibu Sumirah	Pasar Tuban
17	Ibu Muzayatin	Pasar Agrobis
18	Ibu Muhartinik	Petani
19	Ibu Wastiah	Pasar Tuban
20	Ibu Supiatun	Pasar Agrobis
21	Mbah Rasi	Pasar Agrobis
22	Ibu Rujilani	Pasar Agrobis
23	Bapak Pardi	Pasar Tuban
24	Ibu Siti Sumirah	Pasar Tuban
25	Ibu Siti Zulaikah	Pasar Agrobis
26	Bapak Heru	Pasar Agrobis
27	Bapak Warlin	Pasar Agrobis
28	Ibu Mursinah	Pasar Tuban
29	Ibu Dasih	Petani
30	Ibu Siti Aisya	Pasar Tuban
31	Ibu Mutoniatun	Pasar Tuban
32	Ibu Kastuni	Pasar Agrobis
33	Ibu Siti Hanifah	Pasar Agrobis
34	Ibu Puji	Pasar Agrobis
35	Ibu Irma	Pasar Agrobis
36	Ibu Evi Nur Laili	Pasar Agrobis
37	Ibu Khotimah	Pasar Agrobis
38	Bapak Eko Purnomo	Pasar Agrobis
39	Ibu Ninik Iswatin	Pasar Agrobis
40	Bapak Sutiono	Pasar Agrobis
41	Mbah Bapoh	Pasar Tuban

42	Ibu Naming	Petani
43	Ibu Siti Asmuah	Petani
44	Ibu Yeni	Petani
45	Ibu Suparmi	Petani
46	Bapak Siswanto	Pasar Agrobis
47	Ibu Kanifah	Pasar Agrobis
48	Bapak Suweknyo	Pasar Agrobis
49	Ibu Maryam	Pasar Agrobis
50	Ibu Basirah	Petani

Jumlah

No	Pasar	Jumlah Responden
1	Pasar Agrobis	29
2	Pasar Tuban	11
3	Petani	10



No	Nama	PERNYATAAN PRESEPSI																								
		<i>Online shop</i> Mengakibatkan Pasar Plumpang menjadi sepi					<i>Online shop</i> Mengakibatkan penurunan pendapatan bapak/ibu per harinya					<i>Online shop</i> Mengakibatkan penurunan omzet bapak/ibu per harinya					<i>Online shop</i> Mengakibatkan harga jual sayur di Pasar Plumpang menjadi turun					Onine Shop mengakibatkan daya laku sayur di Pasar Plumpang menjadi turun				
		P1 ST S	P1 T S	P1 K S	P1 1 S	P1 1 S	P2 ST S	P2 T S	P2 K S	P2 2 S	P2 2 S	P3 ST S	P3 T S	P3 K S	P3 3 S	P3 3 S	P4 ST S	P4 T S	P4 K S	P4 4 S	P4 S S	P5 ST S	P5 T S	P5 K S	P5 5 S	P5 5 S
1	Bapak Dasar				V				V				V						V					V		
2	Bapak Suwarno				V				V				V						V					V		
3	Bapak Coko				V				V				V						V					V		
4	Ibu Yusikah				V			V				V							V					V		
5	Ibu Mursinah				V				V				V						V					V		
6	Ibu Nur				V			V				V							V					V		
7	Ibu Indayani				V			V				V							V					V		
8	Ibu Sri Kastuni				V				V				V						V					V		
9	Ibu Samini				V				V				V						V					V		
10	Bapak Nur Hasan				V			V				V							V					V		

11	Mbah Warsemi					V					V							V					V
12	Ibu Masmudah					V				V									V				V
13	Ibu Kanifah					V				V									V				V
14	Ibu Kasti					V				V									V				V
15	Ibu Karsiani					V				V									V				V
16	Ibu Sumirah					V				V									V				V
17	Ibu Muzayatin					V				V									V				V
18	Ibu Muhartini k					V				V									V				V
19	Ibu Wastiah					V				V									V				V
20	Ibu Supiatun					V				V									V				V
21	Mbah Rasi					V				V									V				V
22	Ibu Rujilani					V				V									V				V
23	Bapak Pardi					V				V									V				V
24	Ibu Siti Sumirah					V				V									V				V

25	Ibu Siti Zulaikah					V				V						V							V		
26	Bapak Heru				V				V							V								V	
27	Bapak Warlin				V				V							V								V	
28	Ibu Mursinah					V				V						V								V	
29	Ibu Dasih					V				V						V								V	
30	Ibu Siti Aisyah				V					V						V								V	
31	Ibu Mutoniatur					V			V						V									V	
32	Ibu Kastuni					V				V					V									V	
33	Ibu Siti Hanifah				V					V						V								V	
34	Ibu Puji				V			V			V					V								V	
35	Ibu Irma				V			V			V					V								V	
36	Ibu Evi Nur Laili				V					V						V								V	
37	Ibu Khotimah					V				V						V								V	
38	Bapak Eko Purnomo					V				V						V								V	
39	Ibu Ninik Iswatin					V				V						V								V	

40	Bapak Sutiono				V					V				V					V					V		
41	Mbah Bapoh					V				V				V					V					V		
42	Ibu Naming				V					V				V					V					V		
43	Ibu Siti Asmuah				V				V				V						V					V		
44	Ibu Yeni					V				V				V					V					V		
45	Ibu Suparmi					V				V				V					V					V		
46	Bapak Siswanto				V					V				V					V					V		
47	Ibu Kanifah				V				V					V					V					V		
48	Bapak Suweknyo				V				V					V					V					V		
49	Ibu Maryam					V				V				V					V					V		
50	Ibu Basirah					V				V				V					V					V		
Jumlah		0	0	0	2	2	0	4	8	3	7	0	5	9	2	9	0	0	4	3	16	0	0	0	3	1
					6	4				1				7					0		6				4	6

