

## STRATEGI PEDAGANG PASAR TURI SURABAYA DALAM MENGHADAPI INFLASI DAN PENURUNAN DAYA BELI DI ERA DIGITAL

Fatimatus Zahra<sup>1</sup>, Abdullah Kafabih<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya<sup>1,2</sup>

Email: [1fatimatuszahrana@gmail.com](mailto:fatimatuszahrana@gmail.com) [2abdullahkafabih@gmail.com](mailto:abdullahkafabih@gmail.com)

### Abstrak

Studi ini meneliti taktik pedagang Pasar Turi Surabaya dalam menghadapi inflasi dan penurunan daya beli di zaman digital. Metode wawancara mendalam dengan pendekatan kualitatif diterapkan pada 8 pedagang sebagai sumber data utama. Hasil menunjukkan bahwa para pedagang menggunakan strategi adaptif yang mencakup manajemen stok, penentuan harga yang fleksibel, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan hubungan pribadi dengan pelanggan. Strategi digital seperti promosi lewat media sosial dan pemesanan online menjadi elemen krusial dalam menjaga dan memperluas pangsa pasar. Studi ini juga menekankan signifikansi dukungan dari pemerintah dan pelatihan digital untuk memperkuat kemampuan pedagang. Hasil ini memberikan pemahaman mengenai reaksi pedagang tradisional terhadap tantangan ekonomi dan teknologi saat ini. Saran kebijakan ditujukan untuk meningkatkan ketahanan ekonomi para pedagang pasar tradisional di tengah tekanan inflasi dan perubahan pola konsumsi.

**Kata Kunci:** Inflasi, Kemampuan Beli, Pasar Konvensional, Taktik Penjual, Digitalisasi, Pasar Turi.

### Abstract

*This research analyzes the tactics employed by vendors in Pasar Turi Surabaya as they confront inflation and decreased buying capacity in the digital age. A qualitative method utilizing detailed interviews was used with 8 traders as key data sources. Findings show that traders adopt adaptive approaches such as inventory control, dynamic pricing, leveraging digital tools, and enhancing personal connections with clients. Digital tactics like social media advertising and web-based ordering are essential for sustaining and growing market reach. The research emphasizes the significance of governmental assistance and digital education to improve traders' skills. These results offer understanding into how traditional merchants react to modern economic and technological issues. Policy suggestions seek to enhance the economic stability of traditional market vendors in light of inflationary pressures and changing consumer habits.*

**Keywords:** Inflation, Consumer Power, Conventional Market, Vendor Tactics, Digital Transformation, Pasar Turi.

## A. PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi yang penting dalam menopang kebutuhan masyarakat, khususnya di kota-kota besar seperti Surabaya. Pasar Turi sebagai salah satu pasar tradisional terbesar di Surabaya menjadi pusat transaksi yang mencerminkan kondisi ekonomi mikro masyarakat sekitar. Namun, saat ini pedagang Pasar Turi menghadapi tantangan besar berupa inflasi dan penurunan daya beli konsumen yang semakin terasa berat sejak pandemi dan ketidakpastian ekonomi global. Inflasi menyebabkan kenaikan harga kebutuhan pokok yang signifikan, sehingga berdampak langsung pada perilaku belanja masyarakat yang cenderung lebih selektif dan berhati-hati. Penurunan daya beli ini diperparah oleh era digital yang membawa perubahan kebiasaan konsumen berbelanja melalui platform online yang semakin membesar. Di tengah kondisi tersebut, pedagang Pasar Turi perlu merumuskan strategi adaptif agar dapat bertahan dan berkembang. Strategi tersebut tidak hanya berkaitan dengan pengelolaan dagangan, tetapi juga penguatan hubungan dengan konsumen serta pemanfaatan teknologi digital. Beberapa penelitian terbaru mengungkap pentingnya inovasi dan adaptasi pedagang tradisional untuk menghadapi tantangan ekonomi dan digitalisasi (Santoso, 2023; Rahmawati, 2024).

Fenomena inflasi yang terus melonjak menjadi faktor utama yang memengaruhi strategi bertahan para pedagang pasar tradisional di Indonesia, termasuk di Pasar Turi Surabaya. Inflasi membuat harga kebutuhan dasar menjadi tidak menentu dan seringkali naik secara mendadak, sehingga mengharuskan pedagang untuk segera menyesuaikan harga jual agar tidak mengalami kerugian. Akan tetapi, peningkatan harga ini juga perlu dihadapi dengan cermat agar tidak mendorong konsumen pindah ke opsi berbelanja lain seperti supermarket atau e-commerce. Karena itu, pelaku usaha diharapkan untuk berpikir kreatif dalam menciptakan nilai tambahan, seperti menjaga mutu barang, memberikan potongan harga, dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Studi oleh Fitriani dan Nugroho (2022) mengungkapkan bahwa pedagang yang dapat mengatasi inflasi melalui strategi khusus cenderung lebih tahan dalam kondisi krisis ekonomi. Di samping itu, kerja sama antara penjual dan pemerintah daerah dalam menjalankan program pengendalian inflasi juga sangat mendukung stabilitas harga sembako di pasar tradisional (Dewi, 2024). Melalui sinergi ini, para pedagang mendapatkan kesempatan untuk tetap bersaing dan memenuhi permintaan konsumen tanpa harus mengorbankan margin keuntungan. Hal ini krusial untuk mempertahankan keberlangsungan usaha para pedagang pasar tradisional yang merupakan fondasi perekonomian lokal (Hadi, 2023)

Penurunan daya beli masyarakat merupakan tantangan besar yang harus dihadapi oleh pedagang Pasar Turi dalam mempertahankan kelangsungan usaha. Penurunan daya beli masyarakat umumnya disertai penurunan frekuensi dan volume pembelian, yang berdampak pada omzet para pedagang di pasar tradisional. Sambodo (2025) mengungkapkan bahwa turunnya daya beli konsumen mendorong para pedagang untuk lebih inovatif dalam menawarkan produk yang ekonomis dan sesuai dengan kebutuhan. Di era digital, penjual tidak hanya bersaing dalam hal harga, tetapi juga pada kemudahan akses dan kecepatan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen zaman sekarang. Akibatnya, para pedagang di Pasar Turi mulai menggunakan teknologi digital seperti media sosial untuk promosi dan pengambilan pesanan. Penerapan strategi digital ini menjadi salah satu cara untuk menarik konsumen yang lebih banyak, bukan hanya pembeli dari daerah sekitar. Selain itu, penelitian terbaru menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dapat memperkuat posisi pedagang pasar tradisional dalam persaingan ekonomi digital yang semakin sengit (Yuliana, 2023). Oleh karena itu, strategi digital tidak sekadar tambahan, melainkan menjadi kebutuhan esensial dalam menghadapi penurunan kemampuan beli dan pergeseran pola konsumsi masyarakat

Era digital menawarkan peluang dan tantangan bagi pedagang konvensional di Pasar Turi Surabaya. Penyesuaian terhadap perkembangan teknologi perlu dilakukan agar pedagang mampu mempertahankan pasar dan tetap sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini. Studi oleh Kurniawan (2022) menunjukkan bahwa pedagang pasar tradisional yang menggunakan platform digital seperti marketplace dan media sosial dapat meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Ini disebabkan oleh pasar digital yang menawarkan akses yang lebih luas untuk mencapai pelanggan baru dan meningkatkan efisiensi distribusi. Selain itu, penerapan teknologi digital juga mendukung pedagang dalam manajemen persediaan dan pengaturan harga yang lebih cepat menanggapi perubahan pasar. Meski begitu, adaptasi digital bukanlah hal yang mudah karena banyak pedagang pasar tradisional yang masih menghadapi masalah dalam hal keterbatasan literasi teknologi dan infrastruktur. Sebagai akibatnya, pendampingan dan pelatihan digital untuk pedagang pasar sangat diperlukan agar mereka bisa memanfaatkan teknologi secara maksimal (Sari, 2025). Strategi ini diharapkan dapat menjadi salah satu metode utama untuk bertahan dan tumbuh di era digital sembari menghadapi inflasi dan penurunan daya beli

Selain strategi digital dan pengaturan harga, pedagang Pasar Turi juga perlu memperkuat hubungan dengan pembeli melalui layanan yang lebih akrab dan bersahabat. Berdasarkan Putra

dan Lestari (2021), interaksi sosial yang akrab dan kepuasan layanan sangat mempengaruhi kepercayaan serta loyalitas pelanggan di pasar tradisional. Ini menjadi keunggulan pasar tradisional yang sukar ditiru oleh bisnis online yang lebih tidak personal. Karena itu, pedagang harus menjaga kualitas layanan melalui sikap ramah, kejujuran, dan ketepatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Interaksi yang positif juga mendorong pembeli untuk terus berbelanja di pasar tradisional meski situasi ekonomi sedang sulit. Dalam situasi inflasi dan pengurangan daya beli, pendekatan kemanusiaan ini menjadi kunci untuk menjaga pangsa pasar. Dibutuhkan pula kreativitas dalam menyajikan produk paket atau potongan harga tertentu yang mampu menarik perhatian pembeli tanpa mengakibatkan kerugian besar bagi penjual. Melalui strategi layanan pelanggan yang efektif, pedagang Pasar Turi dapat terus bertahan meskipun menghadapi tekanan ekonomi yang cukup berat (Santoso, 2024)

Dengan berbagai strategi yang diterapkan, para pedagang Pasar Turi berusaha keras menghadapi tantangan inflasi dan penurunan daya beli yang semakin nyata di era digital saat ini. Pelaksanaan pasar terjangkau, pengendalian tarif, kerjasama dengan pemerintah, pemanfaatan teknologi digital, serta peningkatan layanan pelanggan menjadi fondasi utama keberlangsungan usaha pedagang. Penelitian terbaru oleh Ramadhani (2025) menunjukkan bahwa strategi multifaset yang mencakup seluruh aspek tersebut dapat memperkuat ketahanan ekonomi pedagang pasar tradisional. Akan tetapi, dukungan dari berbagai pihak masih diperlukan, termasuk pemerintah dalam memberikan infrastruktur digital dan pelatihan teknologi. Selain itu, pentingnya edukasi bagi konsumen agar cerdas berbelanja dan mendukung pasar tradisional juga sangat vital agar ekosistem pasar tetap berfungsi. Oleh karena itu, pedagang di Pasar Turi dapat terus berperan dalam perekonomian lokal dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara berkelanjutan. Studi lanjutan mengenai efektivitas strategi inovatif di Pasar Turi sangat penting agar penyesuaian dapat terus dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman (Handayani, 2023).

## C. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada 8 penjual di Pasar Turi Surabaya. Pendekatan kualitatif dipilih karena memberi kesempatan kepada peneliti untuk menyelidiki secara mendalam pengalaman, strategi, dan pandangan para pedagang terkait tantangan inflasi dan penurunan daya beli di zaman digital (Creswell 2021). Informan dipilih secara purposif,

dengan kriteria pedagang aktif yang memiliki pengalaman berjualan setidaknya 3 tahun di Pasar Turi dan mampu beradaptasi dengan teknologi digital. Wawancara dilaksanakan secara langsung dan direkam dengan alat perekam suara setelah memperoleh persetujuan dari informan. Pertanyaan wawancara diarahkan pada strategi dalam mengatasi inflasi, penurunan kapasitas membeli, penggunaan teknologi digital, serta penyesuaian pemasaran. Data yang diperoleh dianalisis secara tematik melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Braun & Clarke 2022). Keabsahan data dipertahankan melalui triangulasi sumber dan verifikasi ulang dengan informan. Studi ini fokus pada pemahaman kontekstual tentang realitas sosial para pedagang di tengah pergeseran ekonomi dan teknologi (Marshall & Rossman 2021)

Proses wawancara menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur untuk memungkinkan adanya kelonggaran dalam memperoleh informasi tambahan yang berkaitan dengan strategi pedagang (Kvale & Brinkmann 2020). Setiap wawancara berlangsung antara 30 hingga 45 menit untuk memperoleh jawaban yang komprehensif dan mendetail. Informan diambil dari beragam jenis usaha di Pasar Turi, seperti makanan, pakaian, dan kebutuhan harian untuk memperoleh gambaran variasi strategi. Wawancara dilaksanakan di tempat usaha setiap pedagang untuk menciptakan suasana yang lebih alami dan membuat responden merasa lebih nyaman. Selama proses wawancara, peneliti secara aktif mengajukan pertanyaan tambahan untuk memperjelas serta memperluas jawaban yang diberikan oleh pedagang. Setelah data wawancara diperoleh, transkripsi dilakukan secara verbatim. Transkrip dianalisis dengan metode pengkodean terbuka, axial, dan selektif untuk menemukan tema utama strategi bertahan dan adaptasi para pedagang (Saldaña 2021). Analisis yang dilakukan menjadi acuan untuk memahami cara pedagang Pasar Turi menghadapi perubahan ekonomi dan digitalisasi

Penelitian ini menjadikan subjek sebagai tokoh penting dalam memahami tantangan inflasi dan penurunan kemampuan beli yang berdampak pada usaha mereka. Dengan wawancara naratif, peneliti berupaya merekam cerita dan pengalaman hidup pedagang dalam mempertahankan kelangsungan usaha di tengah tekanan ekonomi (Riessman 2020). Pendekatan ini memungkinkan para pedagang untuk menyampaikan pandangan dan strategi mereka secara leluasa sesuai dengan konteks yang ada. Analisis kualitatif ini juga mengedepankan interaksi antara transformasi ekonomi makro dan aktivitas mikro di pasar tradisional. Elemen teknologi digital seperti penggunaan media sosial dan pemasaran daring menjadi elemen krusial dalam strategi yang dikaji. Penelitian ini tidak hanya mencerminkan

kondisi empiris, tetapi juga menggali makna sosial dan ekonomis yang mendasari perilaku para pedagang. Pendekatan ini penting untuk menemukan pola adaptasi yang tidak tampak lewat metode kuantitatif (Marshall & Rossman 2021). Kontinuitas dan modifikasi strategi pedagang juga dianalisis untuk memahami dinamika jangka panjang yang berkaitan dengan inflasi dan digitalisasi

Sampel wawancara diambil dengan metode purposive sampling, di mana peneliti secara sengaja memilih 8 pedagang yang memenuhi syarat kemampuan beradaptasi dengan era digital dan tantangan inflasi. Metode ini tepat digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh data yang mendalam dan sesuai (Patton 2020). Jumlah informan sebanyak 8 dianggap cukup untuk mencapai saturasi data, di mana tidak ada informasi baru yang berarti diperoleh dari wawancara tambahan (Guest et al. 2020). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis tematik melalui langkah-langkah sistematis yaitu mengenali data, menciptakan kode, mencari tema, meninjau tema, mendefinisikan tema, dan menyusun laporan (Braun & Clarke 2022). Seluruh tahap ini dilakukan secara manual dengan bantuan perangkat lunak untuk analisis kualitatif. Di samping itu, validitas hasil analisis diperkuat melalui teknik triangulasi sumber dan diskusi antara peneliti. Metode ini menjamin bahwa hasil penelitian dapat diandalkan dan mencerminkan kenyataan yang dihadapi oleh pedagang (Creswell 2021)

Etika dalam penelitian menjadi faktor utama selama proses pengumpulan dan analisis data. Informan dijelaskan tentang maksud penelitian dan dijamin bahwa identitas serta informasi yang mereka sampaikan akan dirahasiakan. Setiap pedagang yang diwawancarai memberikan izin secara sukarela setelah menerima penjelasan yang komprehensif (Orb et al. 2021). Dalam wawancara, peneliti menjauhkan diri dari pertanyaan yang dapat memicu tekanan atau kecemasan. Hasil wawancara hanya dimanfaatkan untuk analisis akademis dan tidak disalahgunakan untuk tujuan lain. Semua data disimpan dengan aman dan hanya dapat diakses oleh tim riset. Studi ini juga berusaha memberikan keuntungan bagi para pedagang sebagai umpan balik strategi yang dapat mendukung mereka dalam menghadapi tekanan ekonomi dan kemajuan digital. Etika ini mendukung validitas dan integritas penelitian (Israel & Hay 2020)

Melalui metode wawancara kualitatif ini, diharapkan penelitian mampu memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi pedagang Pasar Turi Surabaya dalam menghadapi inflasi dan penurunan daya beli di zaman digital. Analisis tematik dapat menangkap kerumitan pengalaman pedagang dari berbagai sudut pandang ekonomi, sosial, dan teknologi. Data

kualitatif yang melimpah dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang susah diukur secara kuantitatif (Merriam & Tisdell 2020). Selain itu, studi ini juga menciptakan ruang komunikasi antara teori dan praktik di bidang perdagangan tradisional. Pendekatan ini sangat penting untuk menciptakan rekomendasi kebijakan yang tepat dan sesuai konteks. Oleh karena itu, studi ini memberikan manfaat tidak hanya untuk kalangan akademis tetapi juga untuk pengembangan strategi bisnis para pedagang pasar tradisional di Indonesia (Marshall & Rossman 2021).

## **D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Para penjual di Pasar Turi, Surabaya, mengalami kesulitan yang rumit karena inflasi, berkurangnya daya beli masyarakat, dan kemajuan era digital. Hasil wawancara dengan delapan pedagang menunjukkan bahwa inflasi berdampak besar pada harga jual dan omzet, sehingga mereka harus mengelola stok dengan hati-hati, memilih supplier yang sesuai, serta menyesuaikan harga barang dengan fleksibel. Penurunan daya beli mendorong para pedagang untuk menerapkan strategi inovatif, seperti pengelompokan produk, pembayaran bertahap, promosi harga, bonus kecil, dan pemberian contoh produk, guna menjaga aliran kas dan meningkatkan kesetiaan pelanggan. Keterikatan personal dengan pelanggan tetap menjadi faktor utama dalam menjaga kesetiaan pelanggan di tengah persaingan yang sengit antara pedagang konvensional dan penjual online.

Selain strategi internal, teknologi digital juga dimanfaatkan sebagai alat untuk beradaptasi. Sejumlah penjual memanfaatkan media sosial serta platform online untuk promosi, pemasaran, dan pengiriman barang, yang juga meningkatkan kejelasan harga dan memudahkan akses bagi konsumen. Kerja sama antara pedagang, seperti tukar informasi mengenai pemasaran digital dan promosi bersama, meningkatkan daya saing kolektif. Para pedagang juga menegaskan perlunya dukungan dari pemerintah, seperti stabilisasi harga barang kebutuhan pokok, akses terhadap modal yang terjangkau, dan sistem pembayaran digital. Oleh karena itu, perpaduan antara pengelolaan inventaris, strategi penetapan harga, pelayanan individu, digitalisasi, serta kolaborasi antar pedagang menunjukkan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan tekanan ekonomi dan tantangan zaman digital

### 1) Hasil Wawancara dengan Pedagang 1 (SR)

Dalam menghadapi perubahan harga, pedagang Pasar Turi cenderung mengatur persediaan barang dengan cermat. Salah satu strategi yang digunakan adalah membeli

persediaan secukupnya supaya modal tidak terlalu tinggi. Metode ini adalah jenis pengelolaan persediaan yang berhati-hati, dengan tujuan mengurangi risiko terjeraknya modal, terutama saat inflasi menyebabkan fluktuasi harga barang yang cepat. Dengan cara ini, pedagang masih dapat memenuhi permintaan pelanggan tanpa mengalami kerugian karena kelebihan stok.

Di samping itu, para pedagang juga memanfaatkan kolaborasi atau koneksi dengan sesama pedagang untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Misalnya, mereka membuat kelompok pembelian bersama agar dapat mendapatkan harga yang lebih rendah dari pemasok. Strategi kerjasama ini tidak hanya menurunkan biaya, tetapi juga mendukung pedagang tradisional agar tetap bersaing dengan pedagang lain serta penjual daring yang memberikan harga lebih rendah.

Untuk menjaga loyalitas pelanggan di era digital, penjual menggunakan insentif yang simpel namun ampuh, seperti memberikan bonus kecil untuk pembelian yang sering dilakukan. Pemberian bonus ini meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong mereka untuk terus berbelanja, meskipun situasi ekonomi sedang sulit. Ini menunjukkan bahwa pendekatan personalisasi dan penghargaan terhadap pelanggan merupakan elemen krusial dalam mempertahankan hubungan jangka panjang.

Menanggapi tantangan inflasi dan kemajuan era digital, para pedagang juga mengharapkan dukungan dari pemerintah atau pihak berwenang. Salah satu harapan penting adalah adanya dukungan atau bantuan harga kebutuhan pokok agar margin keuntungan tetap terjaga. Bantuan keuangan seperti ini dipandang krusial untuk memastikan kelangsungan bisnis dan kemampuan beli konsumen, sehingga pedagang tradisional dapat tetap bertahan dan menyesuaikan diri dengan perubahan ekonomi dan teknologi

## 2) Hasil Wawancara dengan Pedagang 2 (IR)

Pedagang di Pasar Turi mengungkapkan bahwa inflasi sangat mempengaruhi omset mereka, yang berkurang sekitar 10–15% sejak harga barang kebutuhan pokok naik. Agar dapat menghadapi situasi ini, mereka perlu lebih teliti dalam memilih pemasok agar tetap mendapat harga yang lebih rendah, sehingga efisiensi pengeluaran tetap terjaga. Strategi lain yang diterapkan adalah promosi potongan harga tiap minggu, yang dinilai cukup efektif menarik perhatian pembeli. Akan tetapi, para pedagang menegaskan bahwa pengawasan margin tetap krusial agar potongan harga tidak merugikan. Selain itu,

penggunaan media sosial menjadi salah satu metode untuk memasarkan produk secara gratis, meskipun diperlukan konsistensi dan kreativitas agar promosi digital dapat berjalan dengan efektif.

Dalam mengelola persediaan, pedagang terkadang memotong harga untuk stok yang sudah lama agar terhindar dari kerugian, sebuah strategi adaptif yang mendukung kelancaran arus kas. Tidak hanya biaya, layanan juga menjadi perhatian utama; kecepatan dan kesopanan dalam melayani pelanggan dianggap sebagai perbedaan krusial untuk menghadapi kompetisi di pasar. Konsumen saat ini lebih memprioritaskan transparansi harga, sehingga penjual menampilkan harga secara jelas pada setiap barang untuk meningkatkan tingkat kepercayaan. Strategi pengelolaan persediaan juga disesuaikan dengan permintaan: produk yang cepat terjual disediakan dalam jumlah lebih banyak, sedangkan produk yang lambat hanya dibeli dalam jumlah sedikit agar modal tidak sia-sia.

Kolaborasi antara pedagang juga diterapkan melalui paket promosi bersama, yang meningkatkan daya tarik tawaran gabungan dan menambah minat beli konsumen. Konsumen yang setia dipertahankan melalui pelayanan yang ramah dan responsif, menjadikan hubungan personal sebagai salah satu strategi utama untuk mempertahankan pelanggan tetap. Di samping itu, para pedagang menyoroti signifikansi pelatihan pemasaran digital bagi pedagang konvensional agar dapat bersaing dengan penjual daring dan menyesuaikan taktik penjualan di zaman digital. Secara keseluruhan, penggabungan strategi harga, promosi, layanan, manajemen stok, kolaborasi, dan pemanfaatan teknologi digital berfungsi sebagai langkah adaptif para pedagang Pasar Turi dalam menghadapi inflasi dan penurunan daya beli masyarakat

### 3) Hasil Wawancara dengan Pedagang 3 (JR)

Pedagang di Pasar Turi mengungkapkan bahwa inflasi berpengaruh besar terhadap pendapatan mereka, yang turun sekitar 10–15% sejak harga barang kebutuhan pokok naik. Dalam menghadapi situasi ini, mereka perlu lebih teliti dalam memilih pemasok agar dapat terus mendapatkan harga yang lebih rendah, sehingga efisiensi biaya tetap terjaga. Strategi lain yang diterapkan ialah promosi potongan harga mingguan, yang dinilai cukup berhasil menarik perhatian pembeli. Akan tetapi, para pedagang menekankan bahwa pengawasan margin tetap krusial agar potongan harga tidak merugikan. Secara tambahan, penggunaan media sosial menjadi salah satu metode untuk

memasarkan produk secara cuma-cuma, meskipun diperlukan konsistensi dan kreativitas agar promosi digital dapat berjalan dengan efektif.

Dalam mengelola stok barang, pedagang terkadang memangkas harga untuk persediaan lama guna menghindari kerugian, sebuah strategi adaptif yang mendukung kelancaran arus kas. Selain harga, pelayanan juga menjadi prioritas utama; kecepatan dan sikap ramah dalam melayani pelanggan dianggap sebagai pembeda penting untuk menghadapi kompetisi di pasar. Saat ini, konsumen lebih memprioritaskan transparansi harga, sehingga para pedagang mencantumkan harga secara jelas pada setiap produk untuk meningkatkan kepercayaan. Strategi pengelolaan inventaris juga disesuaikan dengan permintaan: barang yang laku cepat disediakan dalam jumlah lebih banyak, sedangkan barang yang lambat hanya dibeli sedikit untuk menghindari pemborosan modal.

Kolaborasi antara pedagang juga diimplementasikan melalui penawaran paket promo bersama, yang meningkatkan daya tarik penawaran secara kolektif dan menambah minat beli konsumen. Kesetiaan konsumen tetap terjaga melalui pelayanan yang ramah dan responsif, sehingga hubungan pribadi menjadi salah satu strategi utama dalam mempertahankan pelanggan setia. Di samping itu, para pedagang menekankan bahwa pelatihan digital marketing sangat penting bagi pedagang tradisional agar bisa bersaing dengan penjual online dan menyesuaikan strategi penjualan di zaman digital. Secara keseluruhan, perpaduan strategi harga, promosi, pelayanan, manajemen stok, kolaborasi, dan penggunaan teknologi digital merupakan langkah adaptif para pedagang di Pasar Turi dalam menghadapi inflasi dan penurunan daya beli masyarakat

#### 4) Hasil Wawancara dengan Pedagang 4 (RR)

Pedagang Pasar Turi mengungkapkan bahwa inflasi mendorong mereka untuk sering menyesuaikan harga jual agar pendapatan tetap terjaga. Pemantauan harga secara berkala dianggap krusial karena lonjakan harga yang cepat dapat menurunkan daya beli konsumen jika tidak diimbangi dengan strategi yang tepat. Agar penjualan tetap stabil, pedagang lebih mengutamakan menjual barang-barang yang selalu diperlukan masyarakat, bukan barang-barang mewah yang biasanya berisiko rendah terjual saat daya beli menurun. Mereka juga menyadari bahwa penjualan melalui saluran digital, seperti online, saat ini kadang-kadang lebih menguntungkan dibandingkan penjualan langsung di kios, sehingga penjualan digital menjadi pilihan strategis dalam menghadapi persaingan pasar.

Untuk menarik minat pembeli, pedagang tidak selalu memberikan potongan harga; sebagian memilih untuk memberikan bonus kecil seperti buah gratis, sebagai strategi promosi non-harga yang tetap menarik pelanggan tanpa menurunkan margin keuntungan. Strategi lainnya yang digunakan adalah menjalin kemitraan dengan pedagang lain untuk menyusun paket promosi bersama, yang berfungsi sebagai taktik pemasaran kolaboratif dan meningkatkan daya tarik barang di pandangan konsumen. Pedagang juga menyadari bahwa konsumen saat ini semakin peka terhadap harga dan promosi, sehingga pertanyaan tentang tawaran spesial menjadi wajar sebelum transaksi terjadi.

Dalam manajemen stok, penjual mengatur pembelian barang mudah rusak dalam jumlah kecil tetapi sering melakukan pengisian ulang untuk mengurangi risiko kerugian akibat expired. Selain itu, komunitas pedagang memainkan peran vital dalam mendukung promosi produk baru, sehingga jangkauan barang menjadi lebih luas dan memperkuat strategi penjualan. Dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, penjual menyoroti pentingnya mengingat nama dan preferensi pembeli supaya interaksi menjadi lebih personal, yang terbukti efektif dalam mempertahankan kesetiaan.

Para pedagang menginginkan adanya kelancaran dalam proses izin usaha dan perizinan digital dari pihak-pihak terkait. Dukungan peraturan seperti ini dianggap penting untuk membantu pedagang beradaptasi dengan zaman digital sekaligus mengatasi tantangan inflasi dan menurunnya daya beli konsumen. Melalui penggabungan strategi harga, promosi inovatif, kolaborasi antar pedagang, dan adaptasi teknologi, para pedagang berusaha untuk memastikan keberlangsungan bisnis dan menjaga kepuasan pelanggan

## 5) Hasil Wawancara dengan Pedagang 5 (SAP)

Pedagang mengungkapkan bahwa inflasi mendorongnya untuk membeli stok dalam jumlah yang lebih sedikit agar modal tidak terjebak, walaupun hal ini kadang berisiko menimbulkan kekurangan pasokan. Agar penjualan tetap berjalan, para pedagang juga memberikan fleksibilitas pembayaran dalam bentuk cicilan atau utang kecil bagi pelanggan setia, sehingga pembeli tetap dapat berbelanja meskipun daya beli mereka berkurang. Namun, para pedagang mengakui bahwa kurangnya literasi digital membuat mereka kalah bersaing dengan pedagang yang lebih muda dan lebih paham teknologi.

Dalam menghadapi kompetisi, para pedagang senantiasa mengawasi harga pesaing dan mengubah harga jualnya agar tetap bersaing. Selain itu, data dari media sosial juga digunakan untuk menyesuaikan pendekatan penjualan dengan perkembangan pasar,

sehingga menjadi elemen dari strategi adaptif dalam menghadapi persaingan modern. Pedagang menyadari bahwa konsumen sekarang lebih mengutamakan produk yang tahan lama dan berkualitas dibandingkan dengan sekadar harga rendah, sehingga strategi penawaran perlu fokus pada kualitas barang.

Manajemen persediaan menjadi salah satu strategi yang krusial. Pedagang kadang berkolaborasi dengan pemasok untuk menjamin pengiriman yang cepat, agar persediaan tetap ada dan keuntungan tetap aman. Di samping itu, keikutsertaan dalam arisan pedagang juga menjadi pilihan untuk mendapatkan modal tambahan dengan cara yang fleksibel. Untuk menjaga loyalitas pelanggan, pedagang menawarkan harga spesial bagi pelanggan setia sebagai bentuk insentif keuangan yang mendorong pembelian ulang.

Pedagang juga mengungkapkan harapannya supaya pemerintah dapat memantau harga agar tidak terlalu berfluktuasi, sehingga kestabilan harga tetap terjaga dan usaha pedagang tradisional dapat bertahan di tengah tekanan inflasi serta perubahan pola konsumsi. Strategi-strategi ini menggambarkan cara pedagang konvensional menyeimbangkan pengelolaan persediaan, pelayanan, harga, dan hubungan dengan pelanggan agar tetap bersaing di era digital dan ekonomi yang tidak stabil

## 6) Hasil Wawancara dengan Pedagang 6 (MM)

Pedagang mengatasi tekanan inflasi dengan cara menahan kenaikan harga agar konsumen tetap berbelanja, walaupun langkah ini mempersempit margin keuntungan. Untuk mengikuti perilaku konsumen, pedagang juga melakukan penyesuaian operasional, contohnya menyesuaikan jam buka agar lebih fleksibel untuk pembeli. Pemanfaatan teknologi digital juga dilakukan, seperti pengantaran barang ke rumah pelanggan melalui ojek online, yang berkontribusi pada peningkatan omzet.

Dalam menghadapi peningkatan harga, pedagang biasanya bersikap terbuka kepada pelanggan dan terus menawarkan promo loyalitas untuk menjaga hubungan jangka panjang. Kompetisi yang semakin intens, terutama dengan penjual daring, memacu pedagang untuk mengimplementasikan platform digital sebagai strategi kontemporer. Perilaku konsumen yang semakin teliti, seperti membandingkan harga di berbagai penjual sebelum membeli, memaksa pedagang untuk tetap menjaga harga tetap bersaing sambil memberikan nilai lebih.

Selain itu, para pedagang berkoordinasi satu sama lain untuk mencegah penjualan produk yang serupa secara berlebihan, sehingga strategi diferensiasi produk dan optimasi

penjualan dapat tercapai. Pemanfaatan komunikasi digital, seperti menyusun grup WhatsApp untuk berbagi informasi mengenai promo dan ketersediaan stok baru, juga berfungsi sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Para pedagang mengharapkan dukungan keuangan, khususnya akses ke modal yang terjangkau, agar dapat bersaing di tengah tekanan inflasi dan perkembangan era digital yang semakin pesat

## 7) Hasil Wawancara dengan Pedagang 7 (NM)

Pedagang menyatakan bahwa inflasi berpengaruh langsung pada perilaku konsumen, di mana sebagian pelanggan memilih berbelanja di toko grosir yang memberikan harga lebih rendah. Untuk menghadapi tantangan ini, para pedagang menerapkan strategi pengemasan bundling, sehingga konsumen terdorong untuk membeli lebih banyak sekaligus, meskipun kemampuan membeli sedang menurun. Di samping itu, para pedagang mulai memanfaatkan konten digital dengan menghasilkan video promosi agar produk tampak lebih menarik dan dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan. Tidak hanya itu, penawaran voucher atau kupon kecil juga diterapkan sebagai insentif untuk mempertahankan minat dan kesetiaan konsumen agar selalu berbelanja.

Strategi lain yang digunakan adalah menawarkan sampel atau kesempatan untuk mencoba produk secara langsung, sehingga konsumen dapat merasakan pengalaman berbelanja yang unik dan pedagang bisa menonjolkan keunggulan produknya dibandingkan dengan kompetitor. Namun, pedagang juga mengakui bahwa pola belanja konsumen berubah-ubah; banyak pembeli menunda membeli saat kondisi ekonomi sulit, sehingga strategi penjualan perlu lebih fleksibel. Dalam mengatur persediaan, pedagang memilih untuk menyimpan barang langka dalam jumlah yang lebih besar karena potensi keuntungan yang lebih tinggi, sebuah strategi spekulatif yang diterapkan untuk menghadapi perubahan harga.

Di samping itu, kerjasama antara para pedagang juga dilaksanakan melalui promosi musiman bersama, yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik pasar secara bersama. Pedagang menegaskan bahwa memberikan respon cepat terhadap keluhan pelanggan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas, sehingga konsumen merasa dihargai dan terus kembali. Akhirnya, para pedagang mengharapkan dukungan infrastruktur dari pihak terkait, seperti fasilitas logistik berupa gudang bersama, agar

distribusi barang menjadi lebih efisien dan operasional bisnis dapat berjalan lebih lancar dalam menghadapi tantangan inflasi dan era digital

## 8) Hasil Wawancara dengan Pedagang 8 (JK)

Pedagang 8 Pasar Turi menerapkan bermacam strategi adaptif guna menghadapi inflasi, menurunnya daya beli, dan era digital. Ia mengakui bahwa salah satu tindakan yang dilakukan adalah menemukan barang pengganti yang lebih terjangkau agar tetap bisa dipasarkan, sehingga pendapatan tetap terjaga meskipun biaya pokok bertambah. Di samping itu, pedagang ini memperkuat hubungan pribadi dengan pelanggan tetap agar mereka tetap loyal, menegaskan bahwa interaksi personal merupakan kunci untuk mempertahankan pelanggan di tengah menurunnya daya beli.

Dalam penggunaan teknologi, pelaku usaha mengungkapkan bahwa digitalisasi mendukung keterbukaan harga, sehingga konsumen menjadi lebih percaya dan tenang saat bertransaksi. Ia juga mengatur jumlah produk dengan menjual dalam ukuran lebih kecil supaya harga menjadi lebih terjangkau, sebagai strategi menghadapi rendahnya daya beli. Di samping itu, kualitas layanan pribadi yang ditawarkan tetap dijaga, bahkan mampu memicu loyalitas pelanggan walaupun harganya lebih tinggi, sehingga hubungan personal juga menjadi elemen pembeda di tengah persaingan harga.

Penjual ini pun menyadari betapa pentingnya akses digital yang mudah bagi konsumen, seperti dengan sistem pemesanan daring, yang terbukti meningkatkan kesetiaan pelanggan. Dalam manajemen persediaan, ia menggunakan strategi menyimpan barang yang sedang promo untuk dapat ditawarkan dengan margin lebih tinggi ketika permintaan meningkat. Selain itu, para pedagang secara aktif saling berbagi kiat pemasaran digital dengan rekan-rekan, yang menunjukkan bahwa jaringan pedagang menjadi alat untuk edukasi digital dan adaptasi bersama.

Kualitas yang konsisten dan ketersediaan produk selalu dipertahankan sebagai dasar loyalitas pelanggan. Akhirnya, para pedagang menegaskan harapan mereka akan dukungan teknologi, terutama sistem pembayaran digital, agar usaha tradisional dapat menjadi lebih modern dan beradaptasi dengan kemajuan era digital. Secara keseluruhan, strategi para pedagang ini menunjukkan perpaduan antara penyesuaian produk, layanan, pengelolaan persediaan, digitalisasi, dan jaringan sebagai kunci untuk bertahan dan tumbuh di Pasar Turi saat menghadapi tantangan ekonomi serta era digital

Hasil wawancara dengan delapan pedagang Pasar Turi menunjukkan bahwa para pedagang menghadapi inflasi dan penurunan daya beli masyarakat melalui berbagai strategi adaptif. Strategi inti mencakup pengelolaan stok yang teliti, penyesuaian tarif, promosi inovatif, serta pelayanan yang personal untuk menjaga kesetiaan pelanggan. Di samping itu, kerja sama antara pedagang melalui paket promosi atau arisan juga merupakan strategi yang efektif dalam mempertahankan efisiensi dan daya saing. Pemanfaatan teknologi digital, baik dalam marketing maupun sistem pemesanan daring, terbukti meningkatkan partisipasi konsumen serta memperluas pangsa pasar, meskipun masih terdapat pedagang yang menghadapi batasan literasi digital.

Secara keseluruhan, kombinasi strategi penyesuaian produk, pengelolaan persediaan, layanan, promosi, serta pemanfaatan teknologi dan jaringan pedagang menunjukkan bahwa adaptasi multidimensi menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang di tengah tekanan ekonomi dan era digital. Para pedagang juga mengharapkan dukungan dari pemerintah atau pihak terkait lainnya, seperti kestabilan harga, akses pembiayaan, dan digitalisasi sistem pembayaran, supaya usaha tradisional bisa terus tumbuh, meningkatkan pendapatan, dan tetap relevan bagi konsumen di Pasar Turi.

## **E. KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Turi Surabaya mengalami tantangan inflasi dan penurunan daya beli dengan mengimplementasikan berbagai strategi adaptif. Manajemen persediaan yang cermat dan penyesuaian harga yang adaptif merupakan faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis. Di samping itu, penggunaan teknologi digital, terutama dalam promosi daring dan pemanfaatan media sosial, menawarkan kesempatan baru untuk mengakses konsumen lebih luas dan memperkuat posisi pedagang tradisional. Memperkuat hubungan pribadi dengan pelanggan juga merupakan elemen krusial dalam menjaga loyalitas dalam persaingan dengan platform digital. Bantuan pemerintah dalam bentuk pelatihan teknologi dan kestabilan harga dianggap sangat penting untuk mendukung pedagang menyesuaikan diri. Strategi yang dikombinasikan ini memungkinkan pedagang Pasar Turi untuk terus bertahan dan tumbuh meskipun menghadapi tekanan ekonomi serta perubahan perilaku konsumen di era digital. Studi ini berkontribusi pada pemahaman dinamika pasar tradisional serta memberikan saran kebijakan untuk penguatan kapabilitas pedagang dan keberlanjutan pasar tradisional di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2022). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101.
- Creswell, J. W. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dewi, L. (2024). Peran pemerintah dalam pengendalian inflasi di pasar tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, 9*(1), 45–58.
- Fitriani, D., & Nugroho, H. (2022). Strategi bertahan pedagang pasar tradisional di masa krisis ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 14*(2), 99–112.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2020). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods, 18*(1), 59–82.
- Israel, M., & Hay, I. (2020). *Research ethics for social scientists: Between ethical conduct and regulatory compliance*. SAGE Publications.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2020). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2021). *Designing qualitative research* (7th ed.). SAGE Publications.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2020). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Orb, A., Eisenhauer, L., & Wynaden, D. (2021). Ethics in qualitative research. *Journal of Nursing Scholarship, 33*(1), 93–96.
- Patton, M. Q. (2020). *Qualitative research and evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Riessman, C. K. (2020). *Narrative methods for the human sciences*. SAGE Publications.
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers* (4th ed.). SAGE Publications.
- Santoso, A. (2023). Adaptasi pedagang pasar tradisional menghadapi digitalisasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ekonomi, 18*(3), 215–230.
- Yuliana, R. (2023). Digital marketing bagi pedagang pasar tradisional. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 12*(1), 38–49.