



Perbandingan Strategi Pengembangan Usaha Kecil dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Sekitar Medan Kota

Neysa Listiana Putri¹, Nuraini Kaloko^{2*}, Nur Chaira Hafiza³, Zainarti⁴

¹⁻⁴Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ainikaloko11@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the comparison of small business development strategies in improving the income of traders in traditional markets around Medan City. The research employed a qualitative descriptive approach using interviews, observations, and documentation involving three traders of fruit, vegetables, and tomatoes. The results show that each trader applies different strategies depending on the characteristics of their commodities and business capacity. Fruit and tomato traders tend to implement quality sorting, price adjustments, and trust-building through honest customer service. Meanwhile, the vegetable trader relies more on traditional approaches such as giving bonuses to customers. Market facilities significantly influence the effectiveness of business strategies, where traders with proper stalls are better able to maintain income stability compared to those using temporary tents in muddy and uncomfortable areas. Seasonal factors also strongly affect income fluctuation as they determine the quality and supply of commodities. This study concludes that small business development strategies in traditional markets are shaped not only by traders' managerial abilities but also by market infrastructure conditions and external environmental factors. It is recommended that market managers improve market facilities to support the sustainability of small traders' businesses.

Keywords: Market Facilities; Product Quality; Small Business Strategy; Trader Income; Traditional Market

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan strategi pengembangan usaha kecil dalam meningkatkan pendapatan pedagang di pasar tradisional sekitar Medan Kota. Pendekatan yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap tiga pedagang komoditas buah, sayur, dan tomat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap pedagang menerapkan strategi yang berbeda sesuai karakteristik komoditas dan kapasitas usaha masing-masing. Pedagang buah dan tomat cenderung melakukan penyortiran kualitas, penyesuaian harga, serta menjaga kepercayaan pembeli melalui pelayanan jujur. Sementara pedagang sayur masih menggantungkan strategi tradisional seperti pemberian bonus kepada konsumen. Fasilitas pasar terbukti memengaruhi efektivitas strategi usaha, di mana pedagang dengan lapak yang layak lebih mampu mempertahankan stabilitas pendapatan dibanding pedagang yang masih menggunakan tenda dan berada di area becek. Faktor musim juga menjadi penentu utama naik turunnya pendapatan karena berkaitan dengan kualitas dan pasokan komoditas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil di pasar tradisional tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan pedagang, tetapi juga oleh kualitas fasilitas pasar dan kondisi eksternal. Disarankan agar pengelola pasar meningkatkan infrastruktur pasar untuk mendukung keberlangsungan usaha pedagang kecil.

Kata kunci: Fasilitas Pasar; Kualitas Produk; Pasar Tradisional; Pendapatan Pedagang; Strategi Usaha Kecil

1. LATAR BELAKANG

Pasar tradisional merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang berperan penting dalam mendukung keberlangsungan usaha kecil, terutama pedagang komoditas segar seperti buah, sayur, dan tomat. Di tengah meningkatnya persaingan dengan pasar modern dan perubahan perilaku konsumen, pedagang kecil di pasar tradisional dituntut untuk menerapkan strategi yang mampu mempertahankan pelanggan sekaligus meningkatkan pendapatan. Strategi pengembangan usaha menjadi aspek penting karena pedagang perlu

menyesuaikan cara berjualan, pengelolaan kualitas barang, serta pelayanan kepada pembeli agar tetap relevan dan kompetitif (Creswell, 2020). Selain itu, keberhasilan usaha kecil sangat dipengaruhi oleh faktor internal seperti kemampuan mengelola produk, serta faktor eksternal seperti kondisi fasilitas pasar, fluktuasi jumlah pembeli, dan musim panen yang memengaruhi kualitas serta harga komoditas (Sugiyono, 2022).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil di pasar tradisional umumnya menerapkan strategi sederhana berbasis pengalaman, termasuk diferensiasi kualitas, penyesuaian harga, hingga bentuk layanan personal seperti pemberian bonus atau menjalin hubungan baik dengan pembeli (Miles et al., 2020). Namun efektivitas strategi tersebut sering kali bergantung pada kondisi fasilitas pasar. Fasilitas yang baik seperti lapak yang bersih, atap yang melindungi, dan area yang tidak becek akan meningkatkan kenyamanan pembeli dan mendukung stabilitas pendapatan pedagang, sedangkan fasilitas yang kurang memadai berpotensi menurunkan daya tarik pembeli dan melemahkan strategi yang telah direncanakan (Creswell & Poth, 2021).

Di Kota Medan, pasar tradisional masih menjadi sumber mata pencaharian utama bagi banyak pedagang kecil, namun setiap pedagang memiliki tantangan berbeda sesuai jenis komoditas, sistem pasokan, dan motivasi pengembangan usaha. Beberapa pedagang dapat mengontrol pasokan melalui lahan sendiri, sementara lainnya bergantung pada petani atau distributor. Perbedaan kapasitas ini menyebabkan variasi strategi dalam menjaga kualitas produk dan mempertahankan pendapatan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai bagaimana strategi pengembangan usaha kecil diterapkan oleh pedagang di pasar tradisional sekitar Medan Kota serta bagaimana pengaruhnya terhadap pendapatan mereka. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran faktual mengenai kondisi usaha kecil di pasar tradisional dan menjadi dasar rekomendasi penguatan strategi usaha maupun perbaikan fasilitas pasar guna mendukung keberlangsungan ekonomi masyarakat.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengembangan usaha kecil merupakan proses strategis yang bertujuan meningkatkan kapasitas, daya saing, dan pendapatan pelaku usaha, termasuk pedagang pasar tradisional. Usaha kecil memegang peran penting dalam perekonomian lokal karena mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Pengembangan usaha kecil biasanya mencakup peningkatan kualitas produk, perbaikan layanan, penguatan permodalan, serta kemampuan berinovasi agar usaha dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Pada pasar tradisional sekitar Medan Kota, pengembangan usaha kecil menjadi kebutuhan

penting mengingat perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya persaingan dengan pasar modern.

Strategi pengembangan usaha kecil dapat dibedakan ke dalam beberapa bentuk, seperti diferensiasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, penggunaan teknologi digital, dan penguatan manajemen keuangan. Diferensiasi produk dianggap penting karena pedagang yang mampu menghadirkan variasi, inovasi, dan kualitas produk yang stabil cenderung memiliki lebih banyak pelanggan dibandingkan pedagang yang tidak berinovasi. Variasi produk yang menarik, kemasan yang lebih baik, dan konsistensi mutu menjadi faktor yang dapat meningkatkan daya tarik produk pedagang di pasar tradisional.

Selain inovasi produk, kualitas pelayanan juga menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan usaha kecil. Pelayanan yang ramah, cepat, jujur, serta kemampuan pedagang membangun hubungan interpersonal yang baik dengan pelanggan sangat memengaruhi loyalitas pelanggan. Pasar tradisional memiliki karakteristik interaksi sosial yang kuat, sehingga kemampuan pedagang dalam menjaga hubungan baik menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki pasar modern.

Pemanfaatan teknologi digital juga menjadi strategi yang relevan dalam konteks usaha kecil masa kini. Teknologi seperti media sosial, aplikasi pesan singkat, dan sistem pembayaran digital memberikan peluang bagi pedagang untuk memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas. Kehadiran teknologi digital membantu mempermudah promosi, mempercepat transaksi, serta meningkatkan visibilitas usaha. Pedagang yang memanfaatkan teknologi secara tepat memiliki potensi peningkatan pendapatan karena mampu menjangkau konsumen tidak hanya dari lingkungan pasar, tetapi juga dari luar wilayah.

Aspek lainnya yang tidak kalah penting adalah manajemen keuangan. Pengelolaan keuangan yang baik membantu pedagang dalam mengatur modal, membuat perencanaan usaha, dan meminimalkan risiko kerugian. Banyak pedagang pasar tradisional yang mengalami kesulitan berkembang karena lemahnya pencatatan keuangan dan tidak adanya perencanaan anggaran yang sistematis. Oleh karena itu, penguatan kapasitas dalam hal manajemen keuangan menjadi bagian penting dari strategi pengembangan usaha.

Pasar tradisional sendiri memiliki dinamika yang unik. Keberadaannya tidak hanya sebagai pusat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan budaya. Tantangan yang dihadapi pedagang di pasar tradisional termasuk meningkatnya persaingan dengan retail modern, terbatasnya fasilitas fisik, kurangnya dukungan modal, dan perubahan preferensi konsumen. Oleh sebab itu, strategi pengembangan usaha kecil harus disesuaikan dengan kondisi sosial, ekonomi, dan infrastruktur pasar.

Dalam konteks penelitian komparatif, perbandingan strategi pengembangan usaha antar pedagang menjadi penting untuk melihat pendekatan mana yang lebih efektif dalam meningkatkan pendapatan. Ada pedagang yang mengandalkan inovasi produk, sebagian fokus pada pelayanan, sementara yang lain memanfaatkan teknologi digital. Perbandingan ini membantu mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan masing-masing strategi, sehingga dapat dirumuskan model strategi yang lebih optimal bagi pedagang di pasar tradisional sekitar Medan Kota.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam perbandingan strategi pengembangan usaha kecil dalam meningkatkan pendapatan pedagang di pasar tradisional sekitar Medan Kota. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap kondisi nyata di lapangan melalui interaksi langsung dengan para pelaku usaha (Creswell, 2020; Sugiyono, 2022). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pedagang, pengelola pasar, dan konsumen untuk mengetahui strategi usaha, inovasi, serta kendala yang dihadapi; observasi langsung terhadap aktivitas dagang, pola pelayanan, penataan barang, dan kondisi lapak guna memperoleh gambaran faktual (Miles et al., 2020); serta dokumentasi berupa foto, catatan pasar, dan arsip administrasi sebagai pendukung keabsahan data. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan pengalaman dan karakteristik usaha. Seluruh data dianalisis menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan, sementara keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan teknik (Creswell & Poth, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian berdasarkan wawancara dengan pedagang di pasar tradisional sekitar Medan Kota menunjukkan adanya variasi strategi dan tantangan yang dihadapi setiap informan.

Narasumber pertama, Ibu Mei, yang telah berjualan buah selama 8 tahun menyampaikan bahwa tidak ada hambatan besar dalam berjualan, namun ia menuturkan bahwa “kadang kondisi pasar sedang sepi sehingga beberapa buah menjadi busuk”, dan hal tersebut dianggap sebagai risiko biasa dalam usaha buah. Strateginya adalah “mengelompokkan buah berdasarkan kualitas” serta menyesuaikan harga agar pembeli dapat memilih sesuai kebutuhan, dan ia menambahkan bahwa dirinya selalu berusaha jujur agar pembeli percaya dan kembali

berbelanja. Ia memperoleh dagangan “dari petani-petani dan pedagang lain”, sehingga posisinya seperti distributor. Fasilitas pasar menurutnya “cukup baik, bersih, nyaman, dan memiliki atap”, yang membuat pembeli merasa lebih nyaman dan berdampak pada pendapatan. Faktor utama yang memengaruhi pendapatan adalah musim buah karena “kalau tidak musim, pembeli sering menunda membeli”. Ia mengaku tidak ingin memperbesar usahanya karena “sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari”.



Gambar 1. Wawancara Bersama Narasumber Pertama

Berbeda dengan itu, narasumber kedua, Bella, yang membantu usaha ibunya menjual sayur, menyampaikan bahwa tantangan yang sering dihadapi adalah kondisi pasar yang kadang ramai dan kadang sangat sepi, sehingga “sayuran cepat layu dan harus dipilah ulang”. Ia tidak memiliki strategi khusus, tetapi melihat ibunya sering memberikan bonus kepada pembeli, yang menurutnya “mungkin bisa dibilang strategi supaya pembeli mau kembali”. Pasokan sayur berasal dari panen sendiri dan petani langganan. Namun fasilitas pasar menurutnya kurang memadai karena “kami masih memakai tenda sendiri” dan saat hujan “air sering masuk dan membuat kondisi becek”, sehingga memengaruhi kenyamanan pembeli. Faktor kualitas sayuran dan keramaian pasar menjadi penentu pendapatan. Ia menilai usaha akan berkembang apabila tersedia “lapak yang lebih layak dan terlindungi”.



Gambar 2. Wawancara Bersama Narasumber Kedua

Narasumber ketiga, Fajar, pedagang tomat selama 5 tahun, menyampaikan bahwa tantangan utamanya adalah “perubahan jumlah pembeli yang tidak menentu” karena tomat cepat rusak jika tidak segera terjual. Untuk menarik pembeli, ia “menyortir tomat berdasarkan

kualitas dan menyesuaikan harga". Pasokan tomat ia peroleh dari "lahan sendiri, petani lokal, dan pengepul", sehingga pasokan stabil. Fasilitas pasar menurutnya memadai karena "lapaknya bersih dan terlindungi dari panas dan hujan", sehingga tomat tidak cepat rusak dan pembeli merasa lebih nyaman. Faktor musim sangat memengaruhi pendapatan karena "kalau tidak musim, kualitas menurun dan pembeli berkurang", sementara pada musim tomat pendapatan meningkat. Ia berharap dapat memperluas lahan agar "penjualan tomat bisa berjalan terus menerus". Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi sederhana seperti penyortiran kualitas, kejujuran, bonus pembelian, serta pentingnya fasilitas pasar sangat menentukan keberlangsungan pendapatan pedagang, sementara kebutuhan pengembangan usaha berbeda sesuai kondisi masing-masing komoditas dan pedagang.



Gambar 3. Wawancara Bersama Narasumber Ketiga

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil di pasar tradisional sekitar Medan Kota sangat dipengaruhi oleh karakteristik komoditas yang dijual, pengalaman pedagang, dan kondisi fasilitas pasar. Pedagang buah seperti Ibu Mei cenderung menerapkan strategi penyortiran kualitas dan penyesuaian harga untuk menarik pembeli, sekaligus menjaga kepercayaan melalui kejujuran dalam menawarkan barang. Strategi ini mencerminkan praktik diferensiasi produk yang lazim diterapkan oleh pedagang komoditas mudah rusak, di mana kualitas sangat menentukan minat beli. Sementara itu, pedagang sayur seperti Bella lebih banyak mengandalkan strategi tradisional berupa pemberian bonus yang dilakukan ibunya sebagai bentuk pelayanan untuk mempertahankan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pedagang kecil masih bergantung pada pendekatan personal dan tradisi dagang, bukan pada strategi formal yang terencana. Berbeda dengan keduanya, Fajar yang berdagang tomat menerapkan pola serupa dengan Ibu Mei yakni penyortiran kualitas, namun lebih maju dalam aspek pasokan karena memiliki lahan sendiri serta bekerja sama dengan petani lokal dan pengepul untuk menjaga stabilitas stok. Kondisi ini memperlihatkan

bahwa kemampuan pengendalian pasokan sangat berperan dalam meningkatkan daya saing pedagang kecil di pasar tradisional.

Kondisi fasilitas pasar juga terbukti menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha para pedagang. Fasilitas yang baik seperti lapak bersih dan terlindungi, sebagaimana dirasakan oleh Ibu Mei dan Fajar, memberikan kenyamanan bagi pedagang maupun pembeli, yang pada akhirnya berpengaruh pada stabilitas pendapatan. Sebaliknya, Bella mengalami kendala karena tidak memiliki lapak permanen dan masih bergantung pada tenda yang mudah bocor saat hujan, menyebabkan kondisi becek dan menurunkan kenyamanan pembeli. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas infrastruktur pasar dapat menciptakan perbedaan signifikan terhadap efektivitas strategi dagang dan volume penjualan. Selain itu, faktor eksternal seperti musim buah dan musim tanam terbukti memengaruhi pendapatan ketiga pedagang, menunjukkan bahwa komoditas hortikultura memiliki ketergantungan tinggi terhadap kondisi alam dan siklus panen. Keinginan pedagang untuk mengembangkan usaha juga berbeda-beda; Ibu Mei merasa usahanya sudah cukup dan tidak ingin berkembang, sementara Fajar berharap memperluas lahan agar pasokan lebih stabil, dan Bella menekankan kebutuhan fasilitas yang lebih baik agar usaha ibunya dapat berjalan lebih optimal. Hal ini menggambarkan bahwa motivasi dan kapasitas setiap pedagang dalam mengembangkan usaha tidak seragam, dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan, pengalaman, dan kondisi operasional masing-masing. Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa strategi pengembangan usaha kecil di pasar tradisional sangat bergantung pada kombinasi antara kemampuan pedagang dalam mengelola produk, kualitas fasilitas pasar, serta kondisi eksternal yang memengaruhi permintaan dan pasokan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil di pasar tradisional sekitar Medan Kota sangat bergantung pada kemampuan pedagang dalam mengelola kualitas barang, menjaga hubungan dengan pembeli, serta memanfaatkan fasilitas pasar yang tersedia. Pedagang yang memiliki strategi penyortiran kualitas, penyesuaian harga, dan pelayanan jujur cenderung mampu mempertahankan pelanggan dan menjaga stabilitas pendapatan, sebagaimana terlihat pada pedagang buah dan tomat. Namun pada pedagang dengan keterbatasan fasilitas seperti penjual sayur yang tidak memiliki lapak permanen, strategi yang digunakan menjadi kurang optimal karena faktor lingkungan turut memengaruhi kenyamanan pembeli. Selain itu, faktor musim menjadi variabel eksternal yang kuat memengaruhi pendapatan karena komoditas bersifat mudah rusak dan sangat bergantung pada

kondisi panen. Perbedaan motivasi pengembangan usaha antara pedagang juga memperlihatkan bahwa kapasitas dan keinginan untuk berkembang tidak seragam, sehingga strategi yang diterapkan bersifat individual sesuai kebutuhan dan kemampuan masing-masing.

Disarankan agar pengelola pasar maupun pemerintah daerah meningkatkan kualitas fasilitas pasar, terutama bagi pedagang yang belum memiliki lapak tetap, karena perbaikan infrastruktur seperti penyediaan tempat yang lebih kering, bersih, dan terlindungi dapat secara langsung meningkatkan kenyamanan pembeli dan efektivitas strategi dagang pedagang kecil.

DAFTAR REFERENSI

- Creswell, J. W. (2020). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Gunawan, I. (2020). *Metode penelitian kualitatif: Teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Ho, Y. S., & Hsu, J. L. (2021). Developing competitive strategies for market leadership. *Journal of Business Research*, 123, 99–108. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.028>
- Ibrahim, M. R., & Siti, N. (2022). The role of innovation in the development of small and medium enterprises (SMEs). *International Journal of Business Innovation and Research*, 25(4), 377–394. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2022.119429>
- Ismail, N. (2021). Strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan daya saing di era globalisasi. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 9(2), 145–156.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusnadi, E. (2020). Peran pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan pedagang kecil. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(1), 55–67.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Rahmawati, D. (2021). Strategi pemasaran pedagang tradisional dalam mempertahankan pelanggan. *Jurnal Pemasaran Nusantara*, 3(1), 22–31. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Santosa, B. (2022). Pengaruh fasilitas pasar terhadap kenyamanan dan keputusan belanja konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga*, 10(3), 234–244.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyaningsih, S. (2020). Faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pendapatan pedagang sayur. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(2), 112–120.
- Wahyudi, T. (2021). Peran kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas pembeli di pasar tradisional. *Jurnal Niaga Tradisional*, 6(1), 41–52.
- Yuliana, R. (2023). Manajemen pasokan pedagang hortikultura di pasar rakyat. *Jurnal Agriekonomika*, 12(1), 75–88.