IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary
e-ISSN: 3025-5961
Volume 3 Nomor 3 Tahun 2025
https://ojs.csspublishing.com/index.php/ijm

Dampak Ekonomi Digital Terhadap Keberlangsungan Pasar Tradisional di Era *e-Commerce*

Sri Handayani[1], Riri Novita[2],
Suci Wulandari[3], Anjelly Larasati[4]
Universitas Sriwijaya [1,2,3,4]
*e*mail: handayani79@yaho.co.id

Abstract
The rapid growth of the digital economy in Indonesia over the past few years has significantly transformed the way people conduct business and interact in the market. This shift, driven by the increasing use of information and communication technology, has had a profound impact on traditional markets, which have long served as a vital part of the local economy. This study aims to analyze the influence of digital economic development on the existence of traditional markets in Palembang City, with a specific focus on Pasar 16 Ilir. Using a descriptive qualitative approach, the research involved direct observation and in-depth interviews with local market vendors. The findings reveal that most vendors have experienced a decline in income due to changing consumer preferences, as many now favor digital platforms that offer greater convenience and flexibility. However, a minority of vendors have begun to adopt digital tools, such as social media and e-commerce platforms, to reach a broader customer base. The study concludes that traditional markets are facing serious challenges in the digital era, but with proper training, supportive government policies, and collaboration among stakeholders, they still hold the potential to adapt, survive, and even thrive.
Keywords: *Digital Economy, Traditional Market, Digitalization, Consumer Behavior.*

Abstrak
Transformasi ekonomi digital di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan meningkatnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor perdagangan. Perubahan ini secara langsung maupun tidak langsung memberikan dampak signifikan terhadap keberadaan pasar tradisional, yang selama ini menjadi salah satu tulang punggung perekonomian rakyat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap eksistensi pasar tradisional di Kota Palembang, khususnya di Pasar 16 Ilir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi langsung dan wawancara mendalam terhadap pedagang pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pedagang mengalami penurunan pendapatan karena konsumen cenderung beralih ke platform digital yang menawarkan kemudahan dan kenyamanan. Meskipun demikian, terdapat sebagian kecil pedagang yang mulai mengadopsi teknologi digital, seperti memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk menjangkau pembeli. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pasar tradisional menghadapi tantangan besar di era digital, namun dengan dukungan pelatihan, kebijakan pemerintah, serta kolaborasi antar pihak, pasar tradisional masih memiliki peluang untuk bertahan dan berkembang.
Kata Kunci: Ekonomi Digital, Pasar Tradisional, Digitalisasi, Perilaku Konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi signifikan dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk perdagangan. Kemunculan ekonomi digital, khususnya melalui platform e-commerce, telah mengubah pola konsumsi masyarakat dari transaksi konvensional menjadi transaksi daring yang lebih praktis dan efisien. Fenomena ini berdampak langsung pada eksistensi pasar tradisional yang selama ini menjadi pusat aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat.

Menurut (Nur'aeni et al., 2024), Kehadiran e-commerce telah mengguncang tatanan perdagangan tradisional, sehingga kesejahteraan psikologis para pedagang pasar konvensional turut terdampak. Saat arus transaksi beralih ke platform digital, banyak penjual di pasar tradisional merasakan kecemasan dan kekosongan batin. Mereka yang sebelumnya bergantung pada interaksi tatap muka dengan pelanggan kini dihadapkan pada kenyataan pendapatan yang merosot dan jumlah pembeli yang kian menyusut. Tanpa arah yang jelas untuk mempertahankan usahanya, harapan dan semangat mereka pun perlahan memudar, menimbulkan rasa kehilangan tujuan hidup yang mendalam. upaya adaptasi menjadi tantangan tersendiri, ketika teknologi maju tak lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan yang menekan mereka untuk bertransformasi dalam waktu yang sangat singkat.

Hal ini diperkuat oleh temuan (Komalasari et al., 2023) Perkembangan pesat perdagangan online di Indonesia menuntut pasar tradisional untuk melakukan transformasi signifikan agar tidak tersingkir. Kini para pedagang pasar konvensional ditantang untuk mengintegrasikan teknologi, mulai dari memanfaatkan media sosial untuk promosi hingga bergabung dengan platform e-commerce, sebagai upaya memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional. Adaptasi ini bukan sekadar pilihan melainkan keharusan untuk mempertahankan daya saing: pelatihan literasi digital, kolaborasi dengan penyedia logistik, dan penerapan sistem pembayaran nontunai menjadi langkah konkret yang dapat diambil. Dengan demikian pasar tradisional tidak hanya melestarikan warisan budaya perdagangan lokal tetapi juga mengokohkan eksistensinya dalam ekosistem ekonomi digital yang terus berkembang.

Penelitian olen (Pameling et al., 2024) Banyak pedagang pasar tradisional mulai merasakan dampak negatif dari persaingan dengan pasar modern dan e-commerce. Penurunan jumlah pengunjung, tekanan harga, dan kecenderungan konsumen beralih ke belanja online memaksa mereka untuk mencari cara baru agar usahanya tetap hidup. Inovasi dalam bentuk digitalisasi menjadi solusi yang mutlak diperlukan. Dengan memanfaatkan platform daring untuk menjual produk, mengadopsi sistem pembayaran nontunai, serta memanfaatkan data

pelanggan untuk menyesuaikan penawaran, pedagang dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan layanan. Pelatihan literasi digital akan membantu mereka memahami teknologi dan menjadikannya alat pemberdayaan bisnis. Melalui langkah-langkah ini, pasar tradisional tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang seiring dengan tren ekonomi digital.

Digitalisasi pasar tradisional dapat dilakukan melalui pengembangan aplikasi yang menghubungkan pedagang dengan konsumen, memudahkan transaksi, dan meningkatkan transparansi harga. Adaptasi terhadap teknologi digital bukanlah hal yang mudah bagi pedagang pasar tradisional, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan teknologi dan akses terhadap infrastruktur digital. Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami dampak ekonomi digital terhadap keberlangsungan pasar tradisional, serta strategi yang dapat diterapkan oleh pedagang untuk beradaptasi dengan perubahan ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dari perspektif partisipan yang mengalaminya langsung. Penelitian kualitatif memungkinkan eksplorasi terhadap makna, persepsi, dan pengalaman subjektif yang tidak dapat diungkapkan secara kuantitatif. Desain studi kasus digunakan karena penelitian ini berfokus pada situasi tertentu dengan melibatkan beberapa narasumber yang memiliki latar belakang berbeda, yaitu seorang pedagang perabot, seorang pedagang kerupuk, seorang mahasiswa, dan seorang ibu rumah tangga. Keempat narasumber tersebut dipilih untuk merepresentasikan berbagai sudut pandang terhadap dampak pasar modern dan perkembangan digital.

Informan dipilih secara purposif (purposive sampling), yakni berdasarkan pertimbangan bahwa para informan memiliki pengalaman langsung dalam aktivitas jual-beli di pasar atau berinteraksi dengan pasar tradisional dan pasar modern. Kriteria lainnya pertanyaan dalam wawancara berfokus pada tema-tema berikut: persepsi terhadap kemunculan e-commerce, perubahan perilaku konsumen, dampak terhadap penjualan dan mencakup keterlibatan mereka dalam perubahan perilaku konsumsi akibat digitalisasi, serta kemampuan untuk menjelaskan pengalaman mereka terkait dampak ekonomi digital. penghasilan, strategi bertahan atau adaptasi yang dilakukan, serta hambatan dalam mengakses atau menggunakan teknologi digital. Wawancara ini bersifat fleksibel agar informan dapat menyampaikan pengalamannya secara bebas namun tetap sesuai dengan fokus penelitian. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran kontekstual mengenai bagaimana munculnya e-

commerce dan digitalisasi berdampak pada perilaku dan strategi para pelaku pasar tradisional maupun konsumen dalam kehidupan sehari-hari.

PEMBAHASAN

Dampak E-Commerce terhadap Pasar Tradisional secara Umum

Transformasi ekonomi digital telah memicu disrupsi besar terhadap pola konsumsi masyarakat. Kehadiran e-commerce menjadi salah satu faktor utama yang mengubah lanskap perdagangan, termasuk menurunnya relevansi pasar tradisional dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Perubahan ini bersifat struktural dan menyentuh hampir semua aspek dalam kegiatan jual beli konvensional, mulai dari pola distribusi, hubungan produsen-konsumen, hingga preferensi konsumen terhadap kemudahan dan efisiensi transaksi (Ramadani & Hasanah, 2022).

Perubahan Perilaku Konsumen

Kemudahan akses, keberagaman produk, transparansi harga, serta kemunculan sistem ulasan pelanggan membuat konsumen semakin bergantung pada platform daring. Penelitian oleh (Komalasari et al., 2023) menunjukkan bahwa sebanyak 70% konsumen di wilayah urban cenderung membandingkan harga secara online sebelum melakukan pembelian, termasuk untuk produk-produk yang tersedia di pasar tradisional. Menurut (Nugroho & Arifin, 2021), perubahan preferensi ini mengarah pada digital consumer behavior yang lebih rasional dan berbasis data, di mana keputusan pembelian didasarkan pada review, rating, dan fitur rekomendasi algoritmik. Hal ini memperkecil peluang transaksi impulsif yang sebelumnya sering terjadi di pasar tradisional melalui interaksi langsung.

Penurunan Pendapatan dan Daya Saing Pedagang

Banyak pedagang pasar tradisional mengaku mengalami penurunan pendapatan sejak e-commerce mulai masif digunakan. Studi dari (Pameling et al., 2024) mengungkapkan bahwa rata-rata omzet pedagang pasar mengalami penurunan 30–50% dalam lima tahun terakhir. Faktor utama yang berkontribusi adalah daya saing harga dari pelaku usaha e-commerce, terutama mereka yang menjual produk langsung dari pabrik atau produsen besar dengan biaya logistik rendah. Pedagang pasar tradisional umumnya tidak memiliki skala produksi besar, tidak mampu memberikan diskon yang kompetitif, dan terbatas dalam sistem distribusi. Sementara platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada rutin mengadakan promosi seperti flash sale, subsidi ongkir, dan cashback, yang tidak dapat ditiru oleh pedagang konvensional (Yunita & Jati, 2020).

Keterbatasan Teknologi dan Hambatan Literasi Digital

Meski digitalisasi dianggap sebagai solusi untuk menjaga eksistensi pasar tradisional, kenyataannya tidak semua pelaku usaha mampu mengakses atau

menguasai teknologi digital. Hambatan utama yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital, keterbatasan modal untuk membeli perangkat, dan ketidakpastian terhadap sistem keamanan dalam transaksi daring (Ardillah et al., 2021). Sebagian besar pedagang berusia di atas 40 tahun mengalami kesulitan dalam menavigasi platform digital dan membutuhkan pelatihan yang intensif agar dapat mengadopsi sistem e-commerce (Pameling et al., 2024). Hal ini mengakibatkan terjadinya digital divide antara pelaku usaha besar dan pedagang kecil di pasar tradisional.

Dampak Sosial dan Psikologis

Kemunduran pasar tradisional juga berdampak pada aspek sosial dan psikologis. Menurut (Nur'aeni et al., 2024) mencatat bahwa pedagang yang kehilangan pelanggan merasa kehilangan arah hidup dan mengalami penurunan kesejahteraan psikologis. Pasar tradisional bukan hanya pusat transaksi, tetapi juga ruang sosial dan simbol keberlangsungan budaya lokal. Ketika aktivitas ekonomi menurun, fungsi sosial pasar pun turut tergerus.

Temuan Studi Kasus

Pedagang Perabotan

Salah satu pedagang perabotan di pasar tradisional yang kami wawancarai mengungkapkan bahwa setelah pandemi COVID-19, penjualannya memang mengalami penurunan, meskipun tidak terlalu besar. Ia menjelaskan bahwa banyak konsumen, terutama mahasiswa di sekitar area tersebut, kini lebih memilih berbelanja melalui e-commerce karena dianggap lebih praktis dan ekonomis. Namun, masih ada sebagian pelanggan, seperti ibu-ibu rumah tangga, yang tetap berbelanja di tokonya. Hal ini kemungkinan karena mereka belum terbiasa atau tidak mengetahui cara berbelanja secara online. Dibandingkan dengan kondisi sebelum pandemi, jumlah mahasiswa yang datang langsung ke tokonya untuk membeli perabotan memang jauh berkurang. Inilah yang menjadi salah satu penyebab penurunan penjualannya saat ini.

Pedagang Kerupuk

Sebelum pandemi COVID-19, usaha penjualan kerupuk Lucky Kost berjalan dengan baik dengan basis pelanggan tetap di pasar tradisional. Namun, pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menyebabkan penurunan signifikan jumlah pengunjung pasar sehingga berdampak pada menurunnya volume penjualan. Untuk mengatasi hal ini, pelaku usaha mulai memanfaatkan teknologi digital dengan beralih ke platform e-commerce seperti Tokopedia. Meskipun menghadapi kendala awal terkait aplikasi dan sistem pembayaran online, pelaku usaha terus belajar dan beradaptasi sehingga secara bertahap terjadi peningkatan penjualan melalui kanal digital.

Transformasi ini memungkinkan produk tidak hanya dijual secara lokal tetapi juga dapat dikirim ke luar daerah. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi faktor penting bagi pelaku usaha tradisional untuk bertahan dan berkembang di tengah kondisi krisis (Wawancara pribadi dengan pedagang Lucky Kost, 2025).

Ibu Rumah Tangga

Ibu rumah tangga sebagai salah satu informan mengungkapkan bahwa ia kini lebih memilih berbelanja melalui platform e-commerce untuk kebutuhan tertentu, seperti pakaian, perlengkapan rumah tangga, dan barang non-pokok lainnya. Alasan utamanya adalah karena e-commerce sering menawarkan berbagai promo menarik, harga yang lebih murah, serta kualitas produk yang tidak jauh berbeda dengan yang dijual di toko fisik. Namun, untuk kebutuhan sehari-hari yang bersifat segar dan cepat seperti sayuran, ia masih memilih berbelanja langsung ke pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce di kalangan konsumen rumah tangga bersifat selektif, tergantung pada jenis barang dan pertimbangan kualitas serta kepraktisan.

Mahasiswa

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Mahasiswa universitas Sriwijaya atas Nama Yunni Syahfitri dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, selaku konsumen menyatakan bahwa ia lebih sering berbelanja lewat online seperti shopee dan tiktok shop. Karena menurut nya hal itu lebih efisien dan praktis karena tidak perlu keluar seperti belanja langsung kepasar, tidak hanya itu dari segi kenyamanan juga jauh lebih nyaman, karena jika dipasar saat memilih barang seperti pakaian itu kita akan di awasi oleh pedagang dan sering kali untuk mengungkapkan penilaian kita tentang barang tersebut ia merasa lebih sulit karena tidak enak dengan pedagang.

Dan juga jika ingin mencoba pakaian lain untuk mencari yang sesuai terkadang dapat perlakuan yang tidak enak seperti tatapan sinis dari Pedagang ataupun pelayan nya oleh karena itu ia lebih memilih untuk belanja online karena nyaman memilih barang yang diinginkan tanpa diawasi oleh siapapun dan bebas menentukan pilihan yang sesuai dengan keinginan hatinya. Dan juga ia mengatakan bahwa belanja online jauh lebih murah terutama untuk pakaian, sepatu, sandal, hijab dll. Bahkan ia juga menyatakan terkadang untuk kebutuhan dapur pun dia lebih memilih belanja online seperti terigu, mie instan, sarden kaleng, gula, beras, dll karena sering dapat diskon sehingga jauh lebih murah dan aman untuk kantong mahasiswa, namun untuk sayur mayur dan lauk pauk ia tetap membeli dari pedagang sayur keliling. Belanja online juga tidak hanya banyak diskon nya tapi juga ada fitur gratis ongkir jadi tidak perlu membayar ongkos kirim yang mahal untuk sampai kerumah.

Perkembangan e-commerce sebagai bagian dari ekonomi digital telah membawa dampak besar terhadap dinamika pasar tradisional. E-commerce menawarkan berbagai keunggulan seperti kemudahan akses, efisiensi waktu, dan harga yang kompetitif. Konsumen kini dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital, sehingga pola konsumsi masyarakat pun mengalami perubahan signifikan (Prasetyo & Hidayat, 2022). Salah satu dampak utama dari e-commerce terhadap pasar tradisional adalah penurunan jumlah pelanggan. Konsumen kini cenderung lebih memilih berbelanja secara daring karena dianggap lebih praktis dan efisien. Penelitian dari Santoso et al. (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 60% konsumen usia produktif di kota besar di Indonesia mengurangi kunjungannya ke pasar tradisional setelah aktif berbelanja online.

Tidak hanya jumlah pelanggan, pendapatan pedagang pasar tradisional pun mengalami penurunan. Banyak dari mereka mengeluhkan omzet yang merosot hingga 30–50% sejak tren belanja online meningkat, terutama setelah pandemi COVID-19 mempercepat adaptasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Pameling et al., 2024). Hal ini berdampak pada keberlangsungan ekonomi para pelaku usaha mikro dan kecil yang bergantung pada pasar tradisional. Keberadaan e-commerce juga memperbesar kesenjangan digital. Pedagang pasar tradisional pada umumnya memiliki keterbatasan dalam mengakses teknologi, keterampilan digital, dan infrastruktur penunjang lainnya (Komalasari et al., 2023). Banyak dari mereka yang tidak memiliki akun media sosial bisnis, tidak mengetahui cara menggunakan platform marketplace, atau tidak memiliki perangkat seperti smartphone yang memadai.

Ekonomi digital tidak sepenuhnya menjadi ancaman. Ia juga dapat menjadi peluang jika para pelaku pasar tradisional mampu beradaptasi. Inisiatif digitalisasi pasar tradisional, seperti pembuatan aplikasi yang menghubungkan pedagang dan konsumen lokal, merupakan langkah inovatif yang terbukti meningkatkan daya saing dan menarik kembali perhatian konsumen (Ayu & Ramadani, 2022). Misalnya, program digitalisasi pasar rakyat oleh pemerintah daerah telah menunjukkan peningkatan omzet hingga 15% pada beberapa lokasi pasar yang berhasil mengintegrasikan layanan digital. Hasil wawancara dengan seorang pedagang pakaian di pasar tradisional menguatkan temuan-temuan di atas. Pedagang tersebut mengaku bahwa sejak platform belanja online semakin ramai digunakan oleh konsumen, kunjungan ke tokonya menurun drastis. Ia menyatakan bahwa pelanggan tetapnya kini lebih sering melihat-lihat tren pakaian lewat aplikasi seperti TikTok Shop dan Shopee, bahkan membeli pakaian secara online meski harganya tidak jauh berbeda.
Pedagang tersebut juga menyampaikan bahwa ia belum mampu mengikuti tren digital karena keterbatasan pengetahuan, modal, dan usia yang sudah tidak muda. Meskipun ia sempat tertarik untuk memasarkan dagangannya melalui

media sosial, ia merasa kesulitan dalam mengelola konten, memahami algoritma, dan memproses pembayaran digital. Wawancara ini mengilustrasikan secara nyata tantangan yang dihadapi oleh pedagang kecil di pasar tradisional. Tanpa pendampingan dan pelatihan yang memadai, sulit bagi mereka untuk menyesuaikan diri dengan ekosistem ekonomi digital yang terus berkembang. Karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah, komunitas lokal, dan lembaga pendidikan untuk memberikan pelatihan digitalisasi, literasi teknologi, dan bantuan infrastruktur kepada pelaku pasar tradisional. Ekonomi digital melalui e-commerce memang membawa tantangan besar bagi pasar tradisional, namun juga menghadirkan peluang jika didukung oleh strategi adaptasi yang tepat. Keseimbangan antara modernisasi dan pelestarian nilai-nilai pasar tradisional harus dijaga agar keberlangsungan ekonomi kerakyatan tetap terjamin di era digital.

KESIMPULAN

Transformasi ekonomi digital di Indonesia telah mengubah wajah perdagangan tradisional, termasuk di Pasar 16 Ilir, Kota Palembang. Penelitian ini menunjukkan bahwa dominasi platform daring menyebabkan penurunan pelanggan dan omzet pedagang tradisional hingga puluhan persen, sehingga mereka terdorong untuk mencari solusi berbasis teknologi. Meski beberapa pedagang mulai memanfaatkan media sosial dan marketplace, banyak yang masih menghadapi kendala literasi digital, keterbatasan modal, dan infrastruktur. Dukungan berupa pelatihan teknologi, kebijakan pemerintah yang memfasilitasi digitalisasi, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan, misalnya pengembangan aplikasi pasar online, penerapan pembayaran nontunai, dan optimalisasi logistic dapat membuka peluang agar pasar tradisional tetap kompetitif, sekaligus mempertahankan nilai budaya lokal di era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Ayu, F. M., & Ramadani, M. (2022). Digitalisasi Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Industri 4.0.

Dampak fenomena e-commerce pada tingkat penjualan di pasar tradisional ditinjau dari psikologi dan ekonomi Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 10(1), 270–284. https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12146

Komalasari, D. (2023). Transformasi Dunia Pasar Tradisional Menjadi Dunia Bisnis Online di Indonesia.

Komalasari, P. S., Surur, A. T., & Sukron, A. (2023) Transformasi dunia pasar tradisional menjadi dunia bisnis online di Indonesia. Jurnal Sahmiyya, 2(2), 367–376. https://e-journal.uingusdur.ac.id/index.php/sahmiyya/article/view/1846

Pameling, D. P., Sari, G., Faradea, N., & Hendra, J. K. (2024). Pengaruh pasar modern terhadap pasar tradisional di era digital. Jurnal Review Pendidikan

dan Pengajaran, 7(4), 123–135. https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/37414

Pameling, L., Utami, S. R., & Budianto, R. (2024). Dampak E-commerce terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional: Studi Empiris di Jawa Tengah.

Prasetyo, H., & Hidayat, M. (2022). Perubahan Perilaku Konsumen dalam Era Ekonomi Digital: Studi Kasus di Jakarta Selatan.

Santoso, I., Dewi, L. N., & Ramlan, A. (2023). Kecenderungan Belanja Online dan Implikasinya terhadap Pasar Tradisional di Indonesia.