



Makna dan Pengalaman Hidup Pedagang Pasar Tengah Bandar Lampung: Interpretasi Dampak Kehadiran Platform Belanja Digital Dalam Kehidupan Sosial dan Ekonomi

Dwi Agustina¹, Romi Mesra²

¹Universitas Terbuka, Lampung, Indonesia

²Universitas Negeri Manado, Indonesia

Email: dwiagustina@ecampus.ut.ac.id¹, romimesra@unima.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna dan pengalaman hidup pedagang Pasar Tengah Bandar Lampung dalam menafsirkan dampak kehadiran platform belanja digital terhadap kehidupan sosial dan ekonomi mereka. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi penelitian dilakukan untuk memahami pengalaman pribadi para pedagang dalam menghadapi perubahan pola interaksi dan strategi bertahan di tengah arus digitalisasi. Hasil penelitian diambil melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi lapangan. Kemudian dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola makna yang muncul dari narasi para informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran platform belanja digital menimbulkan dua persepsi di kalangan pedagang yaitu terdapat pedagang yang mengalami tekanan secara ekonomi karena menurunnya jumlah pembeli di pasar tradisional. Sedangkan pedagang lainnya mulai beradaptasi dengan memanfaatkan media sosial dan platform online untuk memperluas jaringan penjualan. Secara sosial perubahan tersebut juga memengaruhi pola hubungan antar pedagang yang awalnya erat berubah menjadi hubungan yang lebih individual akibat persaingan dagang melalui teknologi digital. Dapat disimpulkan bahwa kehadiran platform belanja digital tidak hanya berdampak pada kondisi ekonomi namun makna hidup dan struktur sosial pedagang pasar juga terpengaruh. Sehingga mereka perlu terus menyesuaikan diri dan strategi bertahan dalam menghadapi dinamika perdagangan digital.

Kata Kunci: *Kehidupan Sosial dan Ekonomi, Makna dan Pengalaman Hidup, Pedagang Pasar, Platform Belanja Digital*

Abstract

This study aims to understand the meaning and lived experiences of traders at Bandar Lampung's Central Market in interpreting the impact of the presence of digital shopping platforms on their social and economic lives. Using a qualitative approach and phenomenological methods, the study was conducted to understand the traders' personal experiences in facing changing interaction patterns and coping strategies amidst the flow of digitalization. The research findings were obtained through interviews, observations, and field documentation. They were then analyzed thematically to identify patterns of meaning emerging from the informants' narratives. The results show that the presence of digital shopping platforms has given rise to two perceptions among traders: some traders are experiencing economic pressure due to the decline in the number of buyers in traditional markets. Meanwhile, other traders are beginning to adapt by utilizing social media and online platforms to expand their sales networks. Socially, these changes have also affected the pattern of relationships between traders, which initially were close, shifting into more individual relationships due to trade

competition through digital technology. It can be concluded that the presence of digital shopping platforms not only impacts economic conditions but also the meaning of life and the social structure of market traders. Therefore, they need to continuously adapt and develop survival strategies in the face of the dynamics of digital trade.

Keywords: *Social and Economic Life, Meaning and Experience of Life, Market Traders, Digital Shopping Platforms*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah melahirkan fenomena baru di bidang ekonomi yang dikenal sebagai ekonomi digital. Fenomena ini ditandai oleh penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek kegiatan ekonomi, mulai dari proses produksi hingga tahap konsumsi. Kegiatan ekonomi kini tidak hanya berlangsung di ruang fisik, tetapi juga merambah ke ranah digital. Proses transaksi, interaksi dengan konsumen, serta produksi dapat dilakukan secara daring, tanpa terikat oleh waktu maupun lokasi. (Mesra R, Rinaldi R, Dkk. 2025).

Kehadiran platform belanja digital telah mengubah pola hidup masyarakat secara signifikan. Bagi pedagang konvensional, platform belanja digital dapat menimbulkan dampak positif apabila strategi pemasaran digital dimanfaatkan dalam usaha dagangnya. Teknologi digital dapat meningkatkan pendapatan penjualan, memperluas jangkauan pemasaran, dan memberikan kemudahan berbelanja. Sedangkan, pedagang yang tidak memanfaatkan teknologi digital akan mengalami penurunan pendapatan karena terbatasnya jangkauan pasar. Dan pendapatan penjualan masih mengandalkan konsumen yang berkunjung secara langsung ke pasar. Menurunnya jumlah pengunjung ke pasar tradisional membuat para pedagang pasar harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi pemasaran, agar pendapatan penjualan ikut berdampak.

(Wulandari DS, Tomanggor AH. 2024).

Perubahan sosial terjadi karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam maupun luar masyarakat. Faktor internal mencakup penyebab yang muncul dari dalam masyarakat itu sendiri, seperti inovasi, perubahan struktur sosial, serta munculnya gerakan sosial baru. Sementara itu, faktor eksternal berasal dari luar lingkungan masyarakat, misalnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perubahan kondisi lingkungan, serta masuknya pengaruh kebudayaan dari masyarakat lain. (Suryono A. 2019).

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji perkembangan teknologi digital terhadap perilaku ekonomi masyarakat di pasar tradisional. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Hidayati & El Maza (2024) menunjukkan dampak e commerce terhadap kualitas hidup pedagang pasar tradisional di Sekampung, Lampung Timur, dan menemukan bahwa transformasi digital berdampak negatif terhadap kunjungan konsumen, namun ada peluang lewat literasi digital. Sementara itu, menurut Islam & Rifai (2022) yang melakukan studi kasus pedagang pakaian di Pasar Panorama Kota Bengkulu dan menemukan adanya strategi bertahan hidup pedagang tradisional di tengah persaingan online, termasuk pembaruan usaha dan pemanfaatan modal sosial. Dan, penelitian Clarissa PC et al. (2025) mengeksplorasi perubahan sosial akibat pergeseran belanja tradisional ke daring di Kota Padang, dengan fokus pada

aspek ekonomi dan interaksi sosial pedagang pasar tradisional.

Banyak penelitian sebelumnya yang meneliti hanya pada aspek ekonomi dan strategi bertahan pedagang pasar tradisional. Dan sedikitnya penelitian yang secara mendalam meneliti makna dan pengalaman hidup para pedagang pasar. Tujuan penelitian ini untuk mengisi celah dari penelitian sebelumnya dalam memahami makna dan pengalaman hidup pedagang.

Penelitian ini memiliki nilai kebaruan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang meneliti tentang dampak adanya platform belanja digital dan strategi bertahan di era digital. Sedangkan, penelitian ini mengamati kehidupan dan sosial pedagang pasar tradisional, bagaimana memahami dan merasakan perubahan hidup atas kehadiran platform belanja digital.

Berkembangnya platform belanja digital menimbulkan realitas baru yang sudah dirasakan oleh pedagang di Pasar Tengah Bandar Lampung secara langsung. Para pedagang menghadapi penurunan jumlah pembeli karena platform belanja online banyak memberikan kemudahan, sehingga akan berdampak pada stabilitas ekonomi dan tatanan sosial pedagang pasar tradisional.

Dalam mengkaji penelitian ini, digunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui perubahan kondisi ekonomi para pedagang pasar sejak hadirnya platform belanja digital. Bagaimana platform ini mempengaruhi aspek kehidupan sosial para pedagang dan cara mereka beradaptasi agar tetap bertahan dari maraknya platform belanja digital tersebut.

B. Tinjauan Teoritis

Untuk mendukung penelitian ini digunakan teori sosiologi ekonomi dan ekonomi digital serta teori perubahan sosial. Teori ini menjadi dasar dalam memahami bagaimana pedagang tradisional di Pasar Tengah Bandar Lampung mampu beradaptasi terhadap arus perubahan tersebut.

1. Teori Sosiologi Ekonomi dan Ekonomi Digital

Menurut Karl Polanyi (1957) berdasarkan teori sosiologi ekonomi setiap kegiatan ekonomi selalu melekat pada kondisi sosial individu. Kegiatan ekonomi di pasar tradisional tidak hanya selalu dalam bentuk keuntungan tetapi juga terikat pada hubungan sosial dan nilai-nilai budaya antara penjual dan pembeli. Berdasarkan teori ekonomi digital menurut OECD (2015), ekonomi digital adalah seluruh kegiatan ekonomi yang dipengaruhi oleh penggunaan teknologi digital. Sehingga ekonomi digital tidak hanya mencakup transaksi jual beli secara *online* (*e-commerce*) tetapi juga sebagai perubahan pola usaha, perilaku konsumen, dan cara individu berinteraksi dalam kegiatan ekonomi. (Mulyana M, dkk, 2024).

2. Teori Perubahan Sosial

Menurut Talcott Parsons (1951), perubahan sosial terjadi ketika sistem sosial menghadapi ketidakseimbangan antara kebutuhan dan sumber daya, sehingga mendorong adaptasi pada subsistem sosial, termasuk ekonomi, politik, dan budaya. Dalam penelitian para pedagang Pasar Tengah Bandar Lampung, kehadiran platform belanja digital menghadirkan inovasi yang mengubah pola interaksi dan kegiatan ekonomi. Perubahan ini menuntut pedagang menyesuaikan strategi bisnis dan cara

berinteraksi dengan konsumen, sekaligus membentuk makna dan pengalaman hidup baru dalam kehidupan sosial dan ekonomi mereka. Teori Parsons membantu memahami bagaimana struktur sosial dan tindakan individu saling memengaruhi dalam menghadapi transformasi teknologi ini. (Prasetya A, dkk, 2021)

3. Makna

Makna pasar untuk para pedagang konvensional tidak hanya dimaknai sebagai lokasi bertemunya penjual dan pembeli, melainkan sebagai tempat interaksi sosial. Terkadang para pedagang yang berjualan di pasar lebih mementingkan hubungan dan ikatan sosial dari pada kepentingan yang bersifat material dan finansial. (Khafidz AM. 2023)

Makna disini juga diartikan sebagai bagaimana cara pedagang menilai dan memberikan arti terhadap pengalaman hidup mereka setelah kehadiran belanja *online*, apakah mereka melihatnya sebagai ancaman, peluang, tantangan, atau sesuatu yang mengubah cara mereka berjualan dan berinteraksi di pasar.

4. Pengalaman Hidup

Pengalaman hidup berarti keseluruhan peristiwa dan dinamika yang dialami pedagang, baik dalam kesulitan ataupun kesenangan, yang secara tidak langsung dapat membentuk cara mereka memahami kehidupan dan pekerjaan di era digital. Pengalaman ini bisa berupa naik turunnya pendapatan, perubahan jumlah konsumen, persaingan dagang di tengah maraknya platform belanja digital, hingga perubahan hubungan antara pedagang di pasar dan juga pembeli.

pengalaman hidup pedagang pasar bukan hanya soal jual-beli dan keuntungan, melainkan soal bagaimana mereka beradaptasi terhadap perubahan sosial dan ekonomi yang terjadi, bagaimana mereka membangun dan memelihara jaringan sosial, dan bagaimana struktur pasar dan kebijakan berpengaruh besar terhadap kelangsungan hidup mereka. (Wicaksono IK, Arifin AA. 2024)

5. Pedagang Pasar

Pedagang pasar dalam konteks ini, bukan hanya dilihat sebagai individu yang mencari nafkah, tetapi sebagai kelompok sosial yang memiliki cara hidup, kebiasaan, dan budaya berdagang ataupun bekerja khas pasar tradisional. Para pedagang pasar berinteraksi langsung dengan pelanggan, melakukan tawar-menawar, mengandalkan pelanggan tetap, dan memiliki hubungan sosial yang kuat dengan sesama pedagang.

Pedagang pasar juga menjalankan kegiatan usaha tidak semata-mata bertujuan untuk mencari keuntungan, tetapi juga mempertahankan identitas sosial, keberlanjutan komunitas, dan nilai-nilai kekeluargaan yang melekat kuat dalam praktik berdagang mereka. Semua hal ini menjadi bagian penting dari identitas mereka sebagai pedagang pasar. (Saida MF. 2025)

6. Interpretasi

Aristoteles mendefinisikan interpretasi sebagai ucapan (*interpretation as enunciation*). Definisi interpretasi dari Aristoteles mengacu pada operasionalitas pikiran dalam membuat pernyataan-pernyataan (*statements*) yang berhubungan dengan kebenaran atau kesalahan sesuatu. Dengan kata lain, interpretasi Aristoteles itu merupakan kerja pokok intelektual dalam memformulasikan keputusan yang benar

mengenai sesuatu. (Wahid M. 2015)

Interpretasi dalam pedagang pasar adalah suatu proses ketika pedagang memahami dan memberi makna pribadi terhadap dampak digitalisasi dalam platform belanja digital terhadap kehidupan sosial dan ekonomi para pedagang. Hal ini bersifat sangat pribadi, karena setiap pedagang bisa memiliki cara pandang dan pengalaman yang tidak sama.

7. Dampak Kehadiran Platform Belanja Digital

Dampak kehadiran platform belanja digital dalam artikel ini diartikan sebagai segala bentuk perubahan yang muncul di kehidupan pedagang setelah meluasnya platform belanja *online*, bentuk perubahan yang terjadi dapat menimbulkan sebuah tantangan maupun peluang baru.

Dampak kehadiran platform belanja digital juga merujuk pada pengaruh dan konsekuensi yang muncul dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan pola perdagangan akibat hadirnya aplikasi belanja *online* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lainnya. Dampak ini dapat bersifat positif maupun negatif yang langsung dirasakan oleh berbagai pihak, terutama pedagang pasar konvensional. (Pramesti Fc, dkk. 2025)

8. Kehidupan Sosial dan Ekonomi

Kehidupan sosial dan ekonomi berdasarkan artikel ini mengacu pada berbagai perubahan yang dialami pedagang, baik dari segi hubungan sosial maupun kondisi ekonomi mereka sehari-hari, akibat hadirnya platform belanja digital. Dari sisi sosial, perubahan ini mencakup interaksi dengan pembeli, komunikasi dengan sesama pedagang, serta cara mereka menyesuaikan

diri dengan dinamika pasar yang saat ini dipengaruhi oleh platform belanja digital. Sedangkan dari sisi ekonomi, hal ini terlihat pada perubahan pendapatan, jumlah pelanggan, strategi dagang, hingga peluang baru yang muncul dari penggunaan platform digital. (Hisyam CJ, dkk, 2024)

Dari beberapa teori diatas dan juga penjelesan arti dalam judul artikel tersebut, dapat ditemukan adanya keterikatan penjelasan dengan realitas pedagang pasar tradisional saat ini. Pedagang pasar tradisional saat ini, termasuk juga di Pasar Tengah Bandar Lampung telah mengalami banyak perubahan yang disebabkan oleh kehadiran platform belanja digital. Hal ini dapat mempengaruhi aspek sosial dan ekonomi para pedagang pasar, sehingga menciptakan makna dan pengalaman baru dalam kehidupan para pedagang tersebut.

C. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi, karena fokus utamanya adalah menggali secara mendalam makna dan pengalaman hidup pedagang Pasar Tengah Bandar Lampung dalam menghadapi kehadiran platform belanja digital. Pendekatan fenomenologi dianggap paling sesuai untuk memahami realitas sosial dari sudut pandang subjek penelitian secara langsung. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menemukan pengalaman subjektif para pedagang, seperti bagaimana mereka memaknai perubahan sistem perdagangan, strategi bertahan di tengah kompetisi digital, serta dampak sosial dan ekonomi yang mereka rasakan. (Islam ES, 2024).

Penelitian dilakukan di Pasar Tengah Bandar Lampung, yang dikenal sebagai salah satu pusat ekonomi tradisional dan memiliki aktivitas perdagangan yang cukup padat.

Informasi yang diperoleh langsung dari pedagang yang telah berjualan minimal lima tahun dan memiliki pengalaman dalam menghadapi persaingan dengan platform digital ini. Data diperoleh dan dikumpulkan melalui wawancara secara mendalam dengan pedagang, observasi langsung di lapangan untuk memahami interaksi sosial antar pedagang, serta dokumentasi berupa foto aktivitas di Pasar Tengah Bandar Lampung.

D. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1. Makna dan Pengalaman Hidup Pedagang Pasar

a. Pengalaman Perjalanan Panjang Berdagang di Pasar Tengah

Pedagang telah menjalani pengalaman berdagang selama 15-20 tahun di Pasar Tengah. Perjalanan karir dari karyawan toko hingga menjadi kepala toko usaha menyaksikan transformasi pasar dari masa kejayaan hingga masa penurunan. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber Bpk. HU (50) :

“...Saya di pasar Tengah ini sudah hampir 20 tahun. Awal saya di pasar hanya sebagai karyawan toko dan sekarang sudah menjadi kepala toko ditempat yang sama. Pengalaman hidup sudah banyak saya lalui selama 20 tahun di pasar. Saya melihat banyak sekali perubahan yang telah terjadi di pasar saat ini. Perubahan yang terlihat dengan jelas yaitu menurunnya jumlah pembeli di pasar Tengah. Saya menyaksikan bagaimana perubahan pasar yang ramai pengunjung sekarang menjadi sepi pengunjung...”. (26 Oktober 2025)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, telah ditemukan bahwa para pedagang pasar Tengah sudah banyak menyaksikan perubahan yang terjadi selama ini. Para pedagang sudah melewati perjalanan panjang di pasar yang

memberikan sebuah perubahan terhadap makna dan pengalaman hidup mereka. Para pedagang merasakan perubahan sejak meluasnya kehadiran platform belanja digital.

Berdasarkan hasil observasi bahwa benar adanya perubahan di pasar yang dulunya ramai pengunjung, kini menjadi sepi/lenggang oleh pengunjung. Hal ini membuat para pedagang di pasar Tengah berupaya mencari cara agar dapat bertahan di tengah arus gelombang platform belanja digital tersebut. Pedagang yang hampir 15-20 tahun berdagang ataupun bekerja di Pasar Tengah telah menyaksikan banyak perubahan-perubahan yang terjadi selama ini.

Peneliti berpendapat bahwa keadaan pasar yang dulu jauh berbeda dengan sekarang. Hal ini terlihat secara nyata di pasar Tengah bahwa banyak pedagang yang telah menyaksikan perubahan ini terjadi. Kehadiran belanja *online* mempengaruhi keadaan pasar saat ini, yang dulunya keramaian terjadi di pasar sekarang hanya meninggalkan kenangan di hati para pedagang pasar.

Gambar 1. Peneliti sedang mewawancara narasumber tentang pengalaman perjalanan panjang berdagang di Pasar Tengah.



Sumber : Data Primer

b. Makna Perubahan dan Adaptasi dalam Kehidupan

Pasar bukan hanya tempat bekerja tetapi sebagai bagian dari kehidupan yang membentuk identitas pedagang. Perubahan di pandang sebagai tantangan yang harus dihadapi dengan upaya adaptasi. Pengalaman

menghadapi berbagai fase ekonomi menciptakan resiliensi dan pembelajaran hidup. Hal ini sama seperti yang telah diungkapkan oleh narasumber Bpk. IL (30) :

“...Bagi saya pasar tidak hanya sebagai tempat mencari uang, namun pasar merupakan bagian dari kehidupan yang membentuk identitas saya sebagai pedagang. Perubahan yang terjadi saat ini menjadi tantangan untuk saya sebagai kepala toko, karena hal ini menyebabkan perubahan sosial dan ekonomi pasar. Untuk itu, saya berupaya menghadapi perubahan ini dengan beradaptasi pada platform online. Sehingga toko ini dapat bertahan dari keadaan yang terjadi saat ini dan saya juga mendapat pembelajaran hidup baru...”. (29 November 2025)

Menurut perspektif diatas, bahwa pasar tidak hanya dijadikan sebagai tempat bekerja untuk mendapatkan keuntungan. Pasar merupakan identitas mereka sebagai pedagang dan mereka menyadari perubahan ini merupakan sebuah tantangan untuk menghadapi dan beradaptasi dengan apa yang telah terjadi.

Dari hasil observasi sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan bahwa pasar menjadi identitas mereka sebagai pedagang yang sudah bertahun-tahun berada di pasar Tengah. Mereka melihat bagaimana perubahan ini menyebabkan keadaan pasar yang awalnya ramai menjadi sepi. Perubahan yang terjadi merupakan sebuah tantangan bagi para pedagang untuk menghadapi dan beradaptasi sehingga membentuk resiliensi dan pembelajaran hidup baru bagi para pedagang.

Peneliti berpendapat bahwa para pedagang saat ini telah mengalami pembelajaran hidup yang baru. Hal ini disebabkan karena perubahan pasar yang menjadi tantangan bagi para pedagang dan termasuk bagian dari hidup para pedagang pasar.

Gambar 2. Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber tentang makna perubahan dan adaptasi dalam kehidupan.



Sumber : Data Primer

c. Pemaknaan Terhadap Kehadiran Teknologi Digital

Teknologi digital dipandang sebagai tantangan sekaligus peluang baru. Pengalaman mencari cara untuk tetap relevan di era digital. Perubahan pola belanja konsumen menciptakan pengalaman dan makna baru tentang bertahan hidup secara ekonomi. Hal ini telah diungkapkan oleh narasumber Bpk. JL (45) :

“... Saya di pasar Tengah sudah 15 tahun, dari sebelum menikah hingga saat ini. Dulu keadaan pasar ramai pembeli, namun sekarang menjadi sepi pembeli. Sekarang keadaan pasar sangat jauh berbeda dengan beberapa tahun ke belakang. Perubahan keadaan ini menciptakan pengalaman dan makna baru bagi saya. Dan bahkan menjadi sebuah tantangan sekaligus peluang baru untuk mencari cara agar tetap bertahan di tengah era digitalisasi...”. (26 Oktober 2025).

Menurut perspektif diatas, telah ditemukan bahwa makna dan pengalaman hidup para pedagang Pasar Tengah Bandar Lampung bersifat personal dan bergantung pada situasi di lingkungan, hal ini dapat terbentuk dari interaksi mereka dengan pasar, teknologi, dan juga konsumen. Dengan fenomena digitalisasi yang semakin meluas para pedagang juga akan mendapatkan pengalaman yang lebih banyak, karena pedagang harus mengikuti arus digitalisasi ini,

untuk tetap bertahan dan memberi makna pada kehidupan ekonomi dan sosial mereka.

Berdasarkan hasil observasi bahwa benar adanya para pedagang di Pasar Tengah telah mengalami perubahan yang menciptakan sebuah makna dan pengalaman baru di hidupnya selama berdagang ataupun bekerja bertahun-tahun di pasar. Perubahan dianggap sebagai tantangan dan juga peluang baru untuk beradaptasi di era digitalisasi.

Peneliti berpendapat bahwa keadaan pasar Tengah yang mengalami perubahan saat ini disebabkan karena penurunan jumlah pembeli di pasar. Hal ini disebabkan karena platform belanja digital lebih diminati oleh para konsumen. Perubahan yang terjadi ini menciptakan sebuah pengalaman dan makna baru bagi para pedagang pasar. Mereka menganggap teknologi digital dalam penjualan sebagai tantangan dan juga sebuah peluang baru. Sehingga mereka berupaya mencari cara untuk beradaptasi agar dapat bertahan hidup di fase ekonomi karena platform belanja digital ini.

Gambar 3. Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber bagaimana pemaknaan terhadap kehadiran teknologi digital



Sumber : Data Primer

2. Dampak Kehadiran Platform Belanja Digital Dalam Kehidupan Sosial Pedagang

a. Berkurangnya Intensitas Interaksi Sosial dengan Konsumen

Interaksi langsung antara penjual dan pembeli yang dulunya intens kini menurun

drastis. Hilangnya momen tawar-menawar dan komunikasi personal yang menjadi ciri khas pasar tradisional. Perubahan dari suasana pasar yang ramai menjadi sepi/lengang. Sama halnya yang diungkapkan oleh narasumber Ibu BL (28) :

“...Dulu interaksi antara penjual dan pembeli sering terjadi dan intens, namun saat ini hanya sedikit interaksi yang terjadi karena intensitas pembeli yang datang ke pasar menurun, menyebabkan perubahan sosial di lingkungan pasar yang awalnya ramai sekarang menjadi sepi atau lengang...” (26 Oktober 2025)

Berdasarkan perspektif diatas terdapat penurunan intensitas interaksi antara pembeli dan penjual di pasar yang mengakibatkan berkurangnya komunikasi langsung antara pedagang dan pembeli. Sehingga proses interaksi dalam tawar-menawar yang merupakan ciri khas pasar konvensional juga mengalami penurunan.

Berdasarkan hasil observasi bahwa benar adanya terjadi penurunan pengunjung di pasar yang disebabkan oleh platform belanja *online* yang menyebabkan interaksi antara penjual dan pembeli juga mengalami penurunan. Hal ini menimbulkan hilangnya ciri khas pasar seperti tawar-menawar dan komunikasi secara langsung antara penjual dan pembeli.

Peneliti berpendapat bahwa dengan penurunan pengunjung yang terjadi menyebabkan pasar menjadi sepi/lengang dan intensitas interaksi penjual dengan pengunjung juga mengalami penurunan. Sepinya pengunjung yang datang ke pasar Tengah menciptakan perubahan dalam proses tawar-menawar dan juga komunikasi langsung yang merupakan ciri khas pasar tradisional.

Gambar 4. Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber tentang berkurangnya

intensitas interaksi sosial dengan konsumen di tengah kesibukan pekerjaannya.



Sumber : Data Primer

b. Transformasi Pola Relasi dengan Pelanggan

Pergeseran dari interaksi tatap muka ke interaksi digital melalui media sosial. Terbatasnya jangkauan sosial hanya pada pelanggan tetap/fanatik. Perubahan dinamika sosial di lingkungan pasar yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari pedagang. Narasumber Bpk HR (28) menyampaikan :

“...Dengan hanya mengandalkan interaksi melalui media sosial dan memiliki pelanggan tetap yang fanatic, kami mampu bertahan dan menstabilkan pendapatan dari meluasnya platform belanja digital yang mempengaruhi pasar konvensional seperti kami...”. (26 Oktober 2025)

Dari perspektif diatas dapat dikatakan bahwa terjadi perubahan interaksi antara penjual dengan pembeli. Sebelumnya interaksi terjadi secara langsung berbeda dengan sekarang interaksi lebih banyak terjadi melalui media sosial dan hanya untuk pelanggan tetap.

Berdasarkan hasil observasi bahwa benar adanya terjadi perubahan interaksi dalam proses transaksi di Pasar Tengah. Pedagang pasar dengan pelanggan tetap berinteraksi melalui media sosial yang menyebabkan perubahan dalam dinamika sosial di lingkungan pasar serta kehidupan sehari-hari para pedagang.

Menurut peneliti dari hasil wawancara dan observasi bahwa platform belanja *online* mampu mempengaruhi lingkungan sosial di pasar serta kehidupan sehari-hari para pedagang. Keadaan ini terjadi karena perubahan interaksi antara penjual dan pembeli yang awalnya terjadi secara langsung namun sekarang interaksi tersebut beralih ke media sosial.

Gambar 5. Wawancara narasumber tentang bagaimana transformasi pola relasi dengan pelanggan.



Sumber : Data Primer

c. Perubahan Atmosfer dan Kehidupan Sosial di Lingkungan Pasar

Suasana pasar yang dulunya ramai dan hidup kini menjadi sepi. Berkurangnya keramaian mengurangi vibrasi sosial dan kebersamaan antar pedagang. Dampak psikologis dari lingkungan kerja yang semakin lengang. Sama dengan yang telah di ungkapkan oleh narasumber Bpk AS (32) :

“...Dulu keadaan pasar ramai pembeli, tetapi sekarang menjadi sepi pembeli sehingga membuat kedekatan antar pedagang berkurang. Keadaan ini membuat saya merasakan tekanan batin karena pasar yang semakin lengang...” (29 November 2025).

Dari perspektif diatas dapat ditemukan bahwa perubahan pasar yang sebelumnya ramai kini menjadi sepi pengunjung. Berkurangnya pengunjung ke pasar menimbulkan dinamika sosial dan kedekatan antar pedagang menurun yang akan berdampak pada psikologis para

pedagang.

Berdasarkan hasil observasi bahwa benar adanya di Pasar Tengah mengalami perubahan dari ramai menjadi sepi/lengang oleh pengunjung yang menyebabkan kedekatan antar pedagang mengalami penurunan. Perubahan ini menimbulkan dampak psikologis terhadap para pedagang karena lingkungan pasar yang menjadi sepi.

Menurut peneliti keadaan yang terjadi menimbulkan dampak negatif untuk para pedagang karena perbedaan suasana pasar yang sebelumnya ramai menjadi lengang menyebabkan berkurangnya kedekatan dan perubahan emosional antar pedagang dan pembeli.

Gambar 6. Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber tentang bagaimana perubahan atmosfer dan kehidupan sosial di lingkungan pasar.



Sumber : Data Primer

3. Dampak Kehadiran Platform Belanja Digital Dalam Kehidupan Ekonomi Pedagang

a. Penurunan Jumlah Pengunjung dan Omzet Penjualan

Pengunjung pasar menurun signifikan karena beralih ke platform belanja online. Pendapatan turun drastis dari 90-100% menjadi hanya 40-50%. Penurunan ekonomi diperparah oleh dampak pandemi Covid-19. Seperti yang telah disampaikan oleh narasumber Bpk HR (44) bahwa :

“...Menurunnya jumlah pembeli di

pasar menyebabkan terjadinya penurunan omzet, pendapatan yang sebelumnya mencapai 90% - 100% kini hanya mencapai setengahnya hanya 40% - 50%, hal ini diperparah setelah masa pandemi Covid-19...” (26 Oktober 2025)

Menurut perspektif diatas dikatakan bahwa menurunnya pengunjung pasar disebabkan banyak konsumen yang sudah beralih ke platform belanja digital. Menurunnya pengunjung pasar menyebabkan penurunan jumlah omzet para pedagang.

Berdasarkan hasil obervasi bahwa sesuai dengan kenyataan di lapangan adanya penurunan jumlah pembeli, membuat omzet para pedagang juga mengalami penurunan. Hal ini diperparah setelah masa pandemi *Covid-19* yang terjadi saat itu.

Menurut peneliti, penurunan jumlah pengunjung ke pasar berdampak terhadap perekonomian para pedagang. Dimana penurunan jumlah pengunjung mengakibatkan pendapatan para pedagang menurun drastis hingga mencapai setengahnya 50%. Terjadinya *Covid-19* memperparah keadaan ekonomi para pedagang pasar.

Gambar 7. Wawancara dengan narasumber dalam penurunan jumlah pengunjung dan omzet penjualan di pasar Tengah.



Sumber : Data Primer

b. Pergeseran Pola Perdagangan dari Tradisional ke Semi-Digital

Pedagang terpaksa mengadopsi teknologi digital untuk mempertahankan usaha. Pemanfaatan media sosial untuk promosi dan

pemesanan barang. Kombinasi sistem pembayaran konvensional (datang langsung) dan digital (transfer). Narasumber Ibu KN (45) menyampaikan :

“...Dengan keadaan sekarang ini, kami juga mengikuti penggunaan teknologi digital sebagai promosi di media sosial. Dan hanya digunakan untuk pelanggan tetap yang dulunya sering datang langsung ke pasar. Kini para pelanggan tetap tersebut dapat memesan barang terlebih dahulu, setelahnya pembayaran dapat dilakukan langsung datang ke pasar atau bisa juga melalui transfer. Untuk jasa pengiriman barang biasanya ditentukan oleh pembeli langsung...”. (26 Oktober 2025)

Berdasarkan perspektif diatas, para pedagang dengan terpaksa mengikuti teknologi digital untuk mempertahankan usaha. Teknologi digital seperti media sosial digunakan hanya untuk promosi dan pemesanan barang. Pelanggan juga dapat melakukan pembayaran secara langsung atau transfer karena pedagang sudah menggabungkan sistem pembayaran.

Berdasarkan hasil observasi bahwa benar adanya sekarang para pedagang di Pasar Tengah mulai mengikuti perkembangan teknologi digital dalam promosi serta pemesanan barang melalui media sosial mereka. Sedangkan untuk pembayaran dapat dilakukan oleh dua cara seperti datang langsung ke pasar atau melalui transfer.

Menurut peneliti para pedagang yang mengikuti perkembangan teknologi digital melalui media sosial dapat mempertahankan usaha dagang mereka. Dengan media sosial mereka dapat melakukan promosi untuk para pelanggan tetap dan menyediakan pembayaran digital seperti transfer sehingga mempermudah pelanggan mendapatkan suatu barang.

Gambar 8. Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber dalam pergeseran pola

perdagangan dari tradisional ke semi-digital



Sumber : Data Primer

c. Strategi Bertahan Ekonomi di Tengah Kompetisi Digital

Mempertahankan pelanggan tetap/loyal sebagai basis pendapatan utama. Menawarkan fleksibilitas pembayaran dan pengiriman sesuai kebutuhan pelanggan. Upaya menstabilkan pendapatan melalui adaptasi teknologi tanpa meninggalkan sistem konvensional sepenuhnya. Hal ini juga disampaikan oleh narasumber Ibu SF (45) :

“...Kini para pelanggan tetap dapat memesan barang terlebih dahulu, setelahnya pembayaran dapat dilakukan langsung datang ke pasar atau bisa juga melalui transfer. Untuk jasa pengiriman barang biasanya ditentukan oleh pembeli langsung. Dengan beradaptasi, mengikuti trend saat ini, dan adanya pelanggan tetap yang fanatic, kami mampu bertahan dan menstabilkan pendapatan dari meluasnya platform belanja digital yang mempengaruhi pasar konvensional seperti kami...” (26 Oktober 2025).

Menurut perspektif diatas, pelanggan tetap merupakan penyumbang utama pendapatan pasar. Dengan mempertahankan pelanggan tetap keadaan ekonomi akan semakin membaik. Banyak penawaran yang dapat dilakukan oleh para pedagang pasar seperti kemudahan pembayaran dan pengiriman barang.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan,

bahwa benar adanya beberapa pedagang pasar telah berupaya untuk beradaptasi pada teknologi. Mereka menggunakan teknologi untuk mempertahankan pelanggan tetap dengan menawarkan kemudahan pembayaran serta pengiriman barang yang dapat ditentukan oleh pelanggan.

Menurut peneliti, berupaya dalam adaptasi teknologi digital perlu untuk dilakukan tanpa harus meninggalkan ciri khas pasar konvensional. Teknologi digital yang digunakan tidak hanya diperuntukkan masyarakat umum, namun pelanggan tetap menjadi fokus utama para pedagang pasar. Karena para pelanggan tetap merupakan penyumbang utama dalam meningkatkan pendapatan para pedagang di Pasar Tengah.

Gambar 9. Wawancara dengan narasumber tentang strategi bertahan ekonomi di tengah kompetisi digital.



Sumber : Data Primer

Pembahasan

1. Makna dan Pengalaman Hidup Pedagang Pasar

a. Pengalaman Perjalanan Panjang Berdagang di Pasar Tengah

Selama 15–20 tahun berdagang di Pasar Tengah para pedagang telah menyaksikan secara langsung perubahan di lingkungan pasar. Dari wawancara dengan narasumber pasar dulu ramai pembeli kini mengalami penurunan pengunjung secara signifikan. Perubahan pasar yang terjadi membuat para pedagang melihat

adanya perbedaan suasana yang awalnya ramai kini menjadi lengang sehingga mempengaruhi semangat serta pola kerja para pedagang.

Hasil penelitian menunjukkan perubahan tersebut sangat dipengaruhi oleh kehadiran platform belanja digital yang semakin berkembang pesat. Kemudahan akses dan fleksibilitas belanja *online* membuat konsumen beralih ke platform belanja digital menyebabkan pasar tradisional mengalami penurunan jumlah pengunjung. Perubahan yang terjadi menunjukkan bahwa perkembangan teknologi telah berpengaruh besar di Pasar Tengah.

b. Makna Perubahan dan Adaptasi dalam Kehidupan

Bagi para pedagang makna pasar tidak hanya sebatas tentang ekonomi, melainkan bagian penting dalam membentuk identitas diri. Para pedagang memaknai pasar sebagai lingkungan hidup yang membentuk karakter, pengalaman, dan cara pandang terhadap perubahan. Perubahan tersebut sebagai tantangan untuk beradaptasi dan menghadapi perkembangan platform belanja digital. Dengan beradaptasi, proses pembelajaran hidup dapat memperkuat resiliensi pedagang dalam menghadapi dinamika era digitalisasi.

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa pedagang yang telah bertahun-tahun berada di Pasar Tengah memandang pasar sebagai identitas yang sudah menyatu dalam kehidupan mereka. Perubahan kondisi pasar dari ramai menjadi sepi, telah menciptakan tekanan sekaligus tantangan baru yang harus dihadapi.

c. Pemaknaan Terhadap Kehadiran Teknologi Digital

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar bagi para pedagang di Pasar Tengah. Para pedagang memaknai kondisi ini sebagai tantangan sekaligus peluang

baru, dan memahami bahwa digitalisasi tidak dapat dihindari. Sehingga, dengan beradaptasi dan bertahan di tengah perubahan menjadi proses pembelajaran penting dalam perjalanan hidup mereka sebagai pedagang.

Hasil penelitian melihat adanya perubahan di lingkungan pasar seperti penurunan jumlah pembeli membuat para pedagang harus beradaptasi dan mencari strategi baru. Mereka melihat digitalisasi tidak hanya sebagai ancaman, tetapi juga sebagai peluang untuk mengembangkan strategi penjualan. Para pedagang berupaya menyesuaikan diri agar tetap bertahan di tengah arus perubahan yang dipengaruhi oleh meningkatnya minat belanja *online*.

1. Dampak Kehadiran Platform Belanja Digital Dalam Kehidupan Sosial Pedagang

a. Berkurangnya Intensitas Interaksi Sosial dengan Konsumen

Menurunnya jumlah pengunjung di Pasar Tengah mengubah pola interaksi antara pedagang dan konsumen. Intensitas komunikasi yang sebelumnya terjadi secara langsung, kini sudah berkurang, misalnya proses tawar-menawar yang menjadi ciri khas pasar. Kondisi ini menghilangkan hubungan sosial yang aktif dan penuh interaksi antara penjual dan pembeli. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa platform belanja digital tidak hanya berdampak pada keadaan ekonomi, tetapi kehidupan sosial juga ikut terdampak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana pasar yang sepi membuat interaksi sosial mengalami penurunan. Hilangnya kesempatan antara pedagang dengan pelanggan untuk membangun kedekatan melalui komunikasi secara langsung. Sehingga, interaksi yang dulu menjadi bagian dari pekerjaan mereka kini semakin berkurang. Akibatnya, pedagang harus beradaptasi dengan kondisi sosial yang lebih pasif dibandingkan

sebelumnya.

b. Transformasi Pola Relasi dengan Pelanggan

Digitalisasi telah mengubah hubungan antara pedagang dengan pelanggan melalui komunikasi secara langsung beralih ke media sosial. Pedagang kini lebih sering berinteraksi dengan pelanggan tetap secara *online* untuk mempertahankan pendapatan mereka. Perubahan ini menimbulkan hubungan sosial lebih terbatas, karena interaksi tidak lagi terjadi secara langsung di pasar tradisional.

Penelitian lapangan menunjukkan bahwa sebagian pedagang mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama mempertahankan hubungan dengan konsumen tetap. Interaksi digital yang terbatas membuat pedagang kehilangan interaksi sosial yang biasanya terjadi di pasar. Keadaan yang terjadi mempengaruhi kehidupan sosial dan kegiatan sehari-hari pedagang. Sehingga hubungan sosial menjadi berkurang karena interaksi langsung di pasar mengalami penurunan.

c. Pemaknaan Terhadap Kehadiran Teknologi Digital

Perubahan dari suasana pasar yang ramai menjadi sepi menimbulkan dampak terhadap kehidupan sosial pedagang. Menurunnya keramaian menyebabkan vibrasi sosial yang menjadi kekuatan pasar tradisional ikut berkurang. Selain itu, solidaritas antar pedagang juga mengalami penurunan, karena keadaan pasar yang lengang menciptakan lingkungan pasar menjadi sepi. Sehingga pedagang merasakan adanya perubahan emosional dan psikologis dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Dari hasil observasi menunjukkan, bahwa suasana pasar yang sepi menyebabkan interaksi antar pedagang semakin terbatas. Hal ini disebabkan, karena berkurangnya kegiatan ekonomi yang merupakan faktor utama dalam

berkomunikasi. Perubahan suasana pasar mempengaruhi secara langsung pada kehidupan sosial dan emosional para pedagang.

2. Dampak Kehadiran Platform Belanja Digital Dalam Kehidupan Ekonomi Pedagang

a. Penurunan Jumlah Pengunjung dan Omzet Penjualan

Penurunan jumlah pengunjung di Pasar Tengah menjadi faktor utama menurunnya pendapatan para pedagang secara signifikan. Banyak konsumen beralih ke platform belanja digital yang memberikan berbagai kemudahan, sehingga jumlah pengunjung ke pasar tradisional menurun secara drastis. Dalam wawancara menunjukkan, bahwa pendapatan pedagang yang sebelumnya mencapai 90–100% kini hanya tersisa sekitar 40–50%. Keadaan ini semakin memburuk setelah masa pandemi Covid-19, yang mempercepat perubahan perilaku belanja masyarakat ke sistem belanja online.

Hasil observasi menunjukkan bahwa penurunan pengunjung berdampak langsung pada pendapatan para pedagang, sehingga stabilitas ekonomi para pedagang menjadi tidak stabil. Lingkungan pasar yang sepi membuat proses transaksi menurun, dan para pedagang harus menghadapi kondisi ekonomi yang tidak stabil tersebut.

b. Pergeseran Pola Perdagangan dari Tradisional ke Semi-Digital

Digitalisasi membuat pedagang harus menggunakan teknologi sebagai bentuk adaptasi agar usaha dagang mereka tetap berjalan. Banyak pedagang menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan pemesanan barang, terutama untuk pelanggan tetap yang sebelumnya berbelanja langsung ke pasar. Perubahan ini menciptakan pola perdagangan semi-digital, yaitu proses komunikasi dilakukan secara *online*. Akan

tetapi, unsur tradisional seperti pengambilan barang langsung di pasar masih dipertahankan oleh para pedagang pasar.

Observasi lapangan menunjukkan bahwa sistem pembayaran juga mengalami perubahan, pedagang menyediakan dua sistem yaitu pembayaran langsung di pasar atau melalui transfer bank. Hal ini mencerminkan strategi pedagang dalam memadukan metode tradisional dan modern, dalam mempertahankan kedekatan dengan pelanggan tetap dan untuk kelangsungan usaha mereka.

c. Strategi Bertahan Ekonomi di Tengah Kompetisi Digital

Dalam menghadapi persaingan digital, pedagang Pasar Tengah menjadikan pelanggan tetap sebagai fondasi utama dalam mempertahankan stabilitas ekonomi pedagang. Sehingga, pedagang berusaha memberikan berbagai kemudahan seperti fleksibilitas dalam metode pembayaran dan adanya pilihan pengiriman yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pembeli. Dengan memadukan sistem tradisional dan digital, pedagang mampu bertahan dalam bersaing tanpa kehilangan identitas sebagai pasar tradisional.

Observasi menunjukkan bahwa adaptasi teknologi dilakukan secara selektif, terutama untuk melayani pelanggan tetap melalui media sosial dan sistem pembayaran digital. Hal ini membantu pedagang menstabilkan pendapatan di tengah tekanan platform belanja *online*.

E. Kesimpulan

Kehadiran platform belanja digital memberikan perubahan besar dalam struktur ekonomi dan sosial pedagang pasar tradisional, salah satunya di Pasar Tengah Bandar Lampung. Berdasarkan teori Sosiologi Ekonomi Polanyi, kegiatan ekonomi di pasar tidak hanya tentang keuntungan. Akan tetapi, adanya keterikatan dalam hubungan sosial dan

budaya pedagang, yang kini mulai berubah akibat digitalisasi. Ekonomi digital menurut OECD menunjukkan bagaimana teknologi, data, dan media massa mengubah perilaku konsumen dan sistem perdagangan, sehingga pedagang pasar harus menyesuaikan diri pada pola bisnis baru. Dalam perspektif perubahan sosial Parsons, digitalisasi menimbulkan perubahan untuk beradaptasi pada aspek sosial dan ekonomi pedagang misalnya berinteraksi, berjualan, dan memaknai peran pasar dalam kehidupan pedagang.

Pasar tidak hanya sebagai ruang ekonomi, namun juga sebagai identitas sosial bagi para pedagang. Digitalisasi mengubah makna, pengalaman hidup, serta pola interaksi antara pedagang dengan konsumen. Beberapa pedagang pasar, memaknai platform digital sebagai sebuah ancaman karena menimbulkan penurunan pengunjung dan pendapatan, sebagian lainnya melihat platform belanja digital sebagai peluang untuk beradaptasi melalui media sosial atau metode penjualan semi-digital. Dampak digitalisasi juga terlihat pada aspek sosial, seperti berkurangnya interaksi secara langsung, melemahnya solidaritas, dan perubahan suasana pasar. Dapat disimpulkan, bahwa digitalisasi menciptakan perubahan mendasar dalam kehidupan sosial dan ekonomi pedagang, serta membentuk pengalaman dan interpretasi baru dalam menghadapi dinamika belanja *online*.

F. Daftar Pustaka

- Hisyam CJ, Rodja Z, Salsabila N, Lubis NP. Transformasi Sosial-Ekonomi Dalam Era Ekonomi Digital: Analisis Sosiologi Ekonomi Terhadap Dinamika Platform Online. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 2024 Jun 5;1(2):01-13.
- Mulyana M, Nurendah Y, Yusdira A. EKONOMI DIGITAL. Kesatuan Press. 2024 Jun 10.
- Suryono A. Teori dan strategi perubahan sosial. Bumi Aksara; 2019 Dec 1.
- Wulandari DS, Tomanggor AH. Dampak transformasi digital pada pasar tradisional. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*. 2024 Mar 28;8(1):52-7.
- Hidayati M, El-Maza R. Studi Eksplorasi Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang Pasar Tradisional Sekampung Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*. 2025 Apr 2;15(1):12-23.
- Wahid M. teori interpretasi Paul Ricoeur. Lkis Pelangi Aksara; 2015.
- Islam ES. Strategi Bertahan Hidup Para Pedagang Pakaian Konvensional Di Tengah Maraknya Online Shop (Studi Kasus Pedagang Di Panorama Kota Bengkulu). *Jurnal Niara*. 2024 Sep 18;17(2):425-37.
- Clarissa PC, Susanti MS, Awalni HL, Rasyada RR, Saputri RM, Syafrini D. Perubahan Sosial Akibat Migrasi dari Belanja Tradisional ke Ekosistem Digital: Pasar Raya Kota Padang. *Social Empirical*. 2025 Jun 5;2(1):274-81.
- Mesra R, Rinaldi R, Sasea SC, Suryadi R, Idrus II, Syarifudin A, Candramukti FG, Dasion AG, Ismail L, Rahman A, Syarifuddin D. Buku Ajar Sosiologi Digital. Naluri Edukasi Press. 2025 Jan 1;1(1):1-41.

- Prasetya A, Nurdin MF, Gunawan W. Perubahan Sosial Masyarakat dalam Perspektif Sosiologi Talcott Parsons di Era New Normal. *Sosietas: jurnal pendidikan sosiologi*. 2021;11(1):1-2.
- Khafidz AM. Pedagang Pasar Tradisional: Makna Pasar, Motif, dan Perilaku Pedagang. Penerbit NEM; 2023 Nov 7.
- Wicaksono IK, Arifin AA. Kebermaknaan Hidup Pada Pedagang Yang Menganut Sistem Hari Pasaran (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). 2024.
- Saida MF. Pemaknaan e-commerce bagi pedagang konvensional. *Maliki Interdisciplinary Journal*. 2025 Sep 3;3(7):395-402.
- Pramesti Fc, Febriana Rd, Isworo Ei. Analisis Dampak Analisis Dampak Perkembangan E-Commerce Terhadap Preferensi Minat Konsumen Pada Kelangsungan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Pedagang Pakaian Di Pasar Tradisional. *Jimbien: Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship*. 2025 Jun 29;4(1):1-0.
- OECD. (2015). *Digital Economy Outlook 2015*. Paris: OECD Publishing.