



ANALISIS PENGARUH PASAR ONLINE TERHADAP PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR DITINJAU DARI ASPEK POSITIF DAN NEGATIF

Fitri Ramadani

ramadanif621@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Muhammad Irwan Padli Nasution

irwannst@uinsu.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstract *This research considers the advantages and disadvantages, which tries to examine how the online market affects traditional traders in the market. People's consumption habits have changed significantly due to the emergence of online markets as an innovation in electronic commerce. On the one hand, consumers can easily access and transact efficiently in online markets. On the other hand, its presence can reduce the turnover of traditional traders who depend on face-to-face communication in the market. By collecting data from several journals, this research uses qualitative methods. This research shows that on the positive side, a number of traditional traders use online marketplaces as an additional marketing tool to reach a wider audience. On the negative side, traditional traders face three main challenges: price competition with online platforms, decreased market visits, and low levels of digital literacy. This research supports the need for government assistance in the form of digital literacy training for traditional traders and the importance of cooperation between traditional traders and online platforms. It is hoped that traditional traders can survive and adapt to changes in the digital economy.*

Keywords: *Online market, Traditional traders, Positive aspects, Negative aspects*

Abstrak Penelitian ini mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan, yang dimana mencoba untuk mengkaji bagaimana pasar online mempengaruhi pedagang tradisional di pasar. Kebiasaan konsumsi masyarakat telah berubah secara signifikan akibat munculnya pasar online sebagai sebuah inovasi dalam perdagangan elektronik. Di satu sisi, konsumen dapat dengan mudah mengakses dan bertransaksi secara efisien di pasar online. Di sisi lain, kehadirannya dapat mengurangi omzet pedagang tradisional yang bergantung pada komunikasi tatap muka di pasar. Melalui pengumpulan data beberapa jurnal, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa di sisi positifnya, sejumlah pedagang tradisional menggunakan pasar online sebagai alat pemasaran tambahan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Sisi negatifnya, pedagang tradisional menghadapi tiga tantangan utama: persaingan harga dengan platform online, penurunan kunjungan pasar, dan rendahnya tingkat literasi digital. Penelitian ini mendukung perlunya bantuan pemerintah berupa pelatihan literasi digital kepada pedagang tradisional dan pentingnya kerja sama antara pedagang tradisional dan platform online. Hal ini diharapkan agar pedagang tradisional dapat bertahan dan menyesuaikan diri dengan perubahan ekonomi digital.

Kata Kunci: Pasar online, Pedagang tradisional, Aspek positif, Aspek negatif

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan salah satu dari sekian banyak industri yang mengalami perubahan besar akibat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Munculnya pasar online, atau *e-commerce*, yang memungkinkan pembeli dan penjual melakukan bisnis tanpa memandang lokasi, merupakan salah satu perkembangan yang paling nyata.

Permasalahan ini berdampak pada pedagang tradisional di pasar fisik dan mulai mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Hal ini menimbulkan dominasi pasar online terhadap pasar offline secara signifikan. Saat ini online shop dianggap sebagai sistem belanja yang sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan, apalagi kini banyak inovasi dari online shop seperti yang sekarang ini juga berkembang dengan yang namanya *e-commerce* dan *marketplace*. Selain itu, pengaruh masa pandemi juga turut mengubah pola/tren belanja masyarakat, seluruh dunia juga mengalami perubahan secara tiba-tiba baik dari pola hidup maupun perilaku

Pasar online memberikan sejumlah manfaat, termasuk variasi produk yang lebih banyak, penghematan waktu, dan kemudahan akses. Namun pedagang tradisional juga menghadapi kesulitan akibat maraknya pasar internet. Banyak dari mereka yang kesulitan menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen akibat penurunan jumlah pembeli. Di sisi lain, ketersediaan platform online justru menciptakan peluang baru untuk meningkatkan persaingan dan mengakses klien yang lebih luas. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan dari sisi akademik, tetapi juga dapat memberikan kontribusi praktis bagi perumusan kebijakan serta strategi adaptasi yang efektif bagi pedagang tradisional di era digital. Kehadiran pasar online memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja. Dengan adanya pasar online, masyarakat dapat berbelanja tanpa harus pergi ke pasar, mall, toko dan sebagainya sehingga dapat menghemat tenaga dan waktu. Kemudahan atau kelebihan lainnya yaitu masyarakat dapat membeli barang dari tempat yang jauh, dapat membandingkan harga dengan mudah, barang bisa diantarkan langsung ke rumah, terdapat banyak pilihan toko, produk, serta metode pembayaran. Tak hanya itu, pasar online juga memberikan penawaran-penawaran yang menarik dan menggiurkan seperti halnya dengan menyediakan berbagai macam promo mulai dari potongan harga atau diskon, *cashback*, *point reward*, bonus produk, sampai promo gratis ongkos kirim. Kemudian setiap tanggal 12 Desember terdapat diskon besar-besaran bagi para pengguna *e-commerce* karena tanggal tersebut diperingati sebagai hari belanja online nasional.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji kelebihan dan kekurangan pasar online untuk menilai dampaknya terhadap pedagang konvensional. Adopsi teknologi berpotensi meningkatkan penjualan, namun ada juga kelemahannya, seperti kemungkinan berkurangnya hubungan sosial di pasar tradisional dan persaingan yang lebih ketat. Temuan analisis ini diharapkan dapat membantu para pedagang, pemerintah, dan masyarakat umum untuk

memahami bagaimana menjaga pasar tradisional tetap bertahan dalam menghadapi pertumbuhan pasar online.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya relevan dari sudut pandang akademis tetapi juga dapat memberikan wawasan yang berguna bagi peneliti kebijakan dan teknik sukses bagi pedagang tradisional untuk menyesuaikan diri dengan era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dimana menggunakan Data Sekunder. Data Sekunder yang dimaksud dari penulis adalah data yang terdapat pada jurnal, artikel dan buku yang berkaitan dengan pasar online, pedagang tradisional, dampak positif ataupun dampak negatifnya. Fokusnya adalah mengeksplorasi bagaimana pasar online mempengaruhi pedagang tradisional dari berbagai sudut pandang. Pedagang tradisional dapat memanfaatkan *platform* online untuk memperluas jangkauan pelanggan. Teknologi digital dapat membantu mengurangi biaya pemasaran dan distribusi. Metode ini dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai dampak pasar online terhadap pedagang tradisional meskipun terdapat potensi manfaat, tantangan besar tetap ada terutama bagi pedagang kesulitan beradaptasi dengan perusahaan teknologi. Penelitian ini juga dapat mengidentifikasi solusi seperti pelatihan digital dan data strategi kolaborasi agar pedagang tradisional dapat bersaing dan berkembang di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar online

Dalam era globalisasi saat ini Pasar online sangat berkembang pesat di Indonesia yang mengakibatkan teknologi saat ini. Tujuan dari teknologi informasi ini adalah untuk memfasilitasi pertukaran barang, jasa, dan informasi antara produsen dan konsumen melalui perusahaan teknologi informasi. Dengan menggunakan jaringan internet, pasar online memungkinkan terjadinya pembelian dan penjualan komoditas dan jasa. Selain itu, pasar internet memfasilitasi pelaksanaan operasi komersial bagi pengusaha. khususnya yang berkaitan dengan penawaran produk, promosi, dan transaksi pembelian dan penjualan barang.

Hal ini dapat mengurangi pengeluaran yang sebelumnya diperlukan untuk promosi produk atau periklanan secara ekstensif melalui media massa seperti televisi, hal ini

menjadi pilihan yang tepat bagi para pebisnis. Biaya periklanan dapat dikurangi dengan cara ini, yang dianggap sebagai metode yang sukses dan efisien dalam menjalankan perusahaan melalui pasar internet. Selain itu, mengelola perusahaan secara online mengurangi kebutuhan untuk mempekerjakan tenaga kerja dalam jumlah besar, sehingga membantu bisnis berjalan lebih efisien.

Pasar online memiliki sejumlah keunggulan, seperti kemampuan memperoleh keuntungan yang signifikan karena dapat memasuki pasar global tanpa harus melakukan investasi finansial yang besar, kemampuan untuk menawarkan berbagai macam barang dan jasa yang tidak tersedia di pasar tradisional, dan kemudahan pelanggan melihat berbagai pilihan produk dan informasi. dan layanan yang diberikan, memungkinkan pelanggan untuk mengevaluasi proposal dari pemasok barang dan jasa, mengurangi waktu pengiriman, dan menyederhanakan proses pembayaran karena perkembangan sistem pembayaran kontemporer. Pasar online mempunyai dampak yang signifikan terhadap kenyamanan pelanggan. Pelanggan tidak lagi harus menghadapi kemacetan atau kemacetan ketika ingin membeli barang yang dibutuhkan berkat pasar internet.

Pedagang Tradisional

Pedagang Tradisional adalah kelompok atau individu yang terlibat dalam proses transaksi antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara langsung atau dengan cara tawar-menawar yang dilakukan di pasar tradisional. Yang dimana pasar tradisional adalah Pasar yang dibangun dan yang dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan badan usaha milik daerah mempunyai toko, kios, los, dan tenda yang berfungsi sebagai tempat usaha bagi pedagang kecil dengan biaya awal yang rendah dan modal yang dibutuhkan rendah. Proses jual beli dilakukan dengan tawar-menawar dan tenda yang berfungsi sebagai tempat usaha bagi pedagang kecil dengan biaya awal yang terjangkau dan modal yang tidak terlalu besar. Di dalam pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari, seperti bahan makanan, sayur-sayuran, buah, ikan, daging, peralatan rumah tangga, dan lain sebagainya. Pedagang adalah orang yang melakukan kegiatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari, yakni kegiatan pembelian barang untuk dijual lagi. Seorang pedagang memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan

Sejalan dengan modal yang dimiliki oleh pemilik perusahaan atau permintaan pelanggan, pasar tradisional seringkali mempunyai persediaan barang yang sedikit.

Karena harga dapat diubah oleh masing-masing pemilik usaha berdasarkan keuntungan yang diinginkan, pasar tradisional biasanya tidak memiliki label harga yang ditetapkan. Penggunaan label harga tetap akan menjadi tantangan karena harga ini juga sering berfluktuasi dan harus sering disesuaikan untuk mencerminkan perubahan di pasar.

Selain itu, pasar tradisional juga menawarkan sejumlah manfaat, seperti kemampuan konsumen untuk mengabaikan harga yang terlalu tinggi, ketersediaan barang dengan harga yang sangat murah, dan fakta bahwa pasar tradisional adalah ruang publik di mana orang dapat berbaur

Pengaruh Pasar Online terhadap Pedagang Tradisional

Dalam pengaruh pasar online terhadap pedagang tradisional memiliki 2 dampak yaitu, dampak positif dan dampak negatif. Adapun dampak positif adalah dampak yang dimana terdapat beberapakeuntungan terdapat pada pasar online daripada tradisional antara lain adalah:

1. Pelanggan dapat membandingkan biaya dari pengecer online dengan mudah dan membeli dengan lebih praktis dan efisien ketika mereka berbelanja online.
2. Pilihan yang beragam: Belanja online memberi pelanggan akses ke lebih banyak pilihan barang selain promosi, diskon, dan potongan harga yang disediakan oleh pasar online.
3. Meningkatkan aksesibilitas: Pasar online memudahkan pengusaha memasarkan barangnya dan memungkinkan pelanggan membeli barang tanpa memandang jarak.
4. Kemudahan Pembayaran dan Pengiriman: Berbagai pilihan pembayaran dan pembelian online sederhana memfasilitasi pengalaman berbelanja yang lebih.
5. Inovasi dan Diversifikasi Produk: Persaingan di pasar online mendorong pedagang untuk berinovasi dalam produk dan layanan mereka. Ini juga membuka peluang untuk mencoba jenis produk baru yang mungkin belum tersedia di pasar tradisional.
6. Peningkatan Kapasitas dan Pengetahuan: Pedagang yang mulai beralih ke pasar online cenderung belajar keterampilan baru, seperti manajemen stok, pemasaran digital, dan penggunaan teknologi. Ini meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka di era digital.

Adapun dampak negatifnya adalah dampak yang dimana terdapat beberapa kerugian. Pelanggan juga mendapatkan keuntungan dari pengiriman cepat dan terkadang gratis. Kerugian yang terdapat dalam pasar online daripada pedagang tradisional antara lain

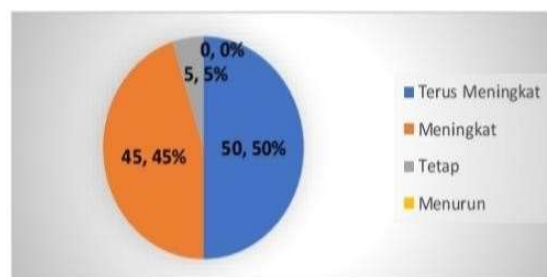
adalah:

1. Kualitas produk yang menyimpang dari gambar: Terkadang barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan di online market place.
2. Bahaya kerusakan pada saat pengiriman: Jasa pengiriman dapat menyebabkan kerusakan pada barang pada saat sedang dikirim
3. Risiko terhadap privasi dan keamanan: Pembeli online harus menyadari bahaya keamanan dan privasi terhadap informasi pribadi mereka.
4. Dampak terhadap Lingkungan: Karena belanja online menghilangkan kebutuhan untuk mengunjungi toko secara langsung, hal ini dapat mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan. Di sisi lain, pengemasan dan pengangkutan produk yang berlebihan dapat meningkatkan emisi karbon dan sampah plastik.
5. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen: dikarenakan berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi bisnis tersebut.
6. Kerugian yang tidak terduga: bisa terjadi karena gangguan yang sengaja dibuat, praktik bisnis yang tidak jujur, kesalahan manusia, atau masalah di sistem elektronik.

Persepsi Para Pedagang Terhadap Penjualan Online.

Dengan adanya penjualan online akan memberikan persepsi pedagang terhadap hal tersebut. Persepsi pedagang tradisional tentang bisnis online meliputi hal-hal berikut: "Apakah penjualan online akan mengalami peningkatan atau tetap?" dan "kesadaran pedagang bahwa penjualan online terus mengalami peningkatan." Prediksi responden menyatakan bahwa akan terus meningkat sekitar 50%, perlahan meningkat sekitar 45%, tetap 5%, dan menurun 0%.

Gambar 1. Kesadaran Pedagang Terhadap Bisnis Online Terus Mengalami



Peningkatan

Dari tabel di atas bisa disimpulkan bahwa ada hubungan antara kesadaran pedagang dan

perkembangan bisnis online, karena 95% orang percaya tren ini bakal terus berlanjut. Ini menunjukkan bahwa pedagang konvensional mulai sadar bahwa jualan lewat internet itu penting untuk dipahami.

Strategi Pedagang Tradisional Terhadap Perubahan Pasar Online

Supaya bisa tetap bersaing di tengah perubahan pasar, terutama dengan makin berkembangnya bisnis online, pedagang tradisional perlu menyesuaikan diri dengan strategi yang cocok buat usaha mereka. Berikut beberapa cara yang bisa dilakukan:

1. Menciptakan sistem pasar online untuk berpartisipasi dalam pengembangan digital. Merchant yang saat ini belum memiliki pasar online harus bergabung dengan platform pasar online yang sudah ada atau membuat platform e-commerce sendiri agar bisnisnya dapat segera berkembang. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan kemungkinan penjualan online dan menjangkau spektrum klien yang lebih luas. Selain itu, tidak ada biaya untuk memulai pasar online; yang diperlukan hanya kuota internet dan pengetahuan sistem penjualan pasar online. Tentu saja, ada sejumlah tempat untuk menemukannya, termasuk *Facebook*, *YouTube*, *Google*, dan *Instagram*.
2. Integrasi di seluruh saluran. Dengan menggabungkan saluran penjualan online dan offline, pengecer dapat memberikan pengalaman pembelian yang lebih kohesif dan terhubung kepada pelanggan. Hal ini dapat melibatkan penggabungan inventaris antara toko fisik dan online atau menawarkan alternatif pengambilan di toko klik-dan-ambil untuk transaksi online.
3. Jadikan pembelian senyaman mungkin. Pengecer perlu memastikan bahwa harapan pelanggan terpenuhi ketika mereka berbelanja online dan di dalam toko. Hal ini mencakup memastikan aplikasi atau situs *e-commerce* ramah pengguna, memiliki informasi produk yang komprehensif, dan mengutamakan keunggulan layanan pelanggan. Personalisasi dan penggunaan data. Memanfaatkan data konsumen untuk menyajikan pengalaman berbelanja yang dipersonalisasi dapat membantu pengecer meningkatkan keterlibatan pelanggan dan meningkatkan konversi. Analisis data konsumen juga dapat memberikan wawasan yang berharga tentang perilaku belanja dan preferensi konsumen.
4. Inovasi barang dan jasa. Untuk membedakan diri dari pesaing, pengecer harus terus berinovasi pada barang dan jasanya. Untuk meningkatkan nilai tambah bagi

- pelanggan, hal ini mungkin melibatkan pengenalan produk khusus atau penyediaan layanan tambahan seperti pengiriman lebih cepat atau program hadiah.
5. Meningkatnya interaksi sosial. Pemasaran dan promosi media sosial dapat membantu pengecer dalam meningkatkan interaksi konsumen online. Jangkauan dan kesadaran merek dapat ditingkatkan dengan berinteraksi dengan pelanggan di saluran media sosial, menawarkan materi terkait, dan menjalankan promosi.
 6. Pelatihan bagi karyawan. Pelatihan karyawan mengenai teknologi baru, prosedur *e-commerce*, dan kemampuan yang diperlukan untuk menjalankan perusahaan online sangat penting bagi pedagang. Pengecer dapat menangani perubahan pasar dengan lebih baik dengan memastikan bahwa anggota staf memiliki pengetahuan dan kemampuan yang diperlukan.
 7. Kemampuan beradaptasi dan ketepatan waktu. Pengecer harus terus beradaptasi dan peka terhadap perubahan permintaan konsumen dan kondisi pasar. Hal ini dapat memerlukan penggunaan taktik baru agar sesuai dengan perubahan kondisi pasar serta penyesuaian yang cepat terhadap tren dan perubahan perilaku konsumen. Pengecer online dapat memposisikan perusahaan mereka untuk berkembang dalam menghadapi perubahan pasar yang terus-menerus dengan menggunakan teknik adaptasi yang tepat.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pasar online sangat cepat berkembang pesat yang dimana mampu mengubah cara berbelanja dari yang berinteraksi secara langsung sampai hanya dengan menggunakan aplikasi shopee dari *gadget (technology)* yang mulai berkembang seperti smartphone dll. Pasar online menghadirkan peluang dan tantangan bagi pedagang tradisional. Untuk tetap relevan dan berkembang, pedagang perlu beradaptasi dengan teknologi digital dan mengombinasikan strategi offline dan online. Kerja sama dengan platform pasar online (*e-commerce*) atau pemerintah dalam bentuk pelatihan dan akses teknologi sangat diperlukan agar pedagang tradisional dapat bersaing dan bertahan di era digital. Secara keseluruhan, pasar online memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pedagang tradisional. Untuk memanfaatkan potensi positif dan meminimalkan dampak negatif, dibutuhkan adaptasi strategi, seperti pemanfaatan teknologi digital dan kolaborasi dengan platform online. Dukungan dari pemerintah dan pihak terkait juga diperlukan untuk memastikan pedagang

tradisional dapat berkembang dalam ekosistem ekonomi digital tanpa kehilangan identitas mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Bathni, I., Darmawan, D., Turkamun. (2021). *Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pasar Tradisional Pedagang Pakaian dan Tas di Pasar Ciputat. Jurnal Proceeding/ISBN*, 1 (2). 269.
- Handrawan, M, A, R., Setyaningrum, I., Ariani, M. (2021). *Perkembangan dan Dampak Positif dan Negatif E-Commerce Bagi UMKM Sektor Furnitur dan Konsumen. Jurnal Ilmu Ekonomi* 9 (2). 4
- Malazaneti, N., Aji, G., & Rohman, F. (2023). *Analisis Dampak Online Shop Terhadap Para Pedagang di Pasar Tradisional Paninggaran. Jurnal Sahmiyya*, 2 (2). 382-383.
- Novianti, I, A., Purwanti, I., Pratama, V, Y., (2024). *Dampak Jual Beli Online Terhadap Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kedungwuni). Jurnal Sahmiyya*, 3 (1). 132.
- Nur'aeni., Ainulyaqin, MH., Edy, S. (2024). *Dampak Fenomena E-commerce Pada Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Psikologi dan Ekonomi Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10 (1). 274.
- Malazaneti, N., Aji, G., & Rohman, F. (2023). *Analisis Dampak Online Shop Terhadap Para Pedagang di Pasar Tradisional Paninggaran. Jurnal Sahmiyya*, 2 (2). 382-383.
- Rohmania, D, R., Nasrullah, M., Utami, Y, L., & Caniago, A. (2023). *Pengaruh Pasar Online Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tradisional Kajen). Jurnal Sahmiyya*, 3 (1). 133-134
- Syahfitri, W., Dkk. (2024). *Pengaruh Munculnya Toko Online Terhadap Penurunan Pendapatan Toko Offline di Pasar Raya MMTC. Journal of Management Accounting*, 2 (2). 428-429.