



Hegemoni Digitalisasi Pasar Tradisional di Era Revolusi 5.0 : Studi Kasus Pasar Atas Baru Cimahi

Anggi Putra Kedua^{1,*}, Windri Wisti²

¹Institut Teknologi Bandung, Bandung, Indonesia

²Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:
 Submit : 16 Mei 2025
 Revisi : 26 Juni 2025
 Diterima : 29 Juni 2025
 Diterbitkan: 30 Juni 2025

Kata Kunci

Hegemoni, Gramsci, Pasar Tradisional,
 QRIS, Digitalisasi, Revolusi Industri 5.0

Correspondence

E-mail: keduaanggi@gmail.com

A B S T R A K

Artikel ini membahas fenomena digitalisasi pasar tradisional di Pasar Atas Cimahi pada era Revolusi Industri 5.0 dengan menggunakan teori hegemoni Antonio Gramsci sebagai kerangka analisis. Penelitian ini berfokus dalam implementasi sistem pembayaran nontunai QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi kebijakan, berita media, dan wawancara semi-terstruktur terhadap pedagang pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat kepatuhan administratif terhadap kebijakan digitalisasi, implementasinya tidak berjalan optimal karena berbagai hambatan seperti rendahnya literasi digital, kesenjangan usia, kebutuhan perputaran uang tunai, dan beban biaya transaksi. Dalam perspektif Gramsci, hal ini mencerminkan bentuk hegemoni yaitu dominasi ideologis yang tampak diterima, tetapi belum dihayati secara penuh oleh kelompok yang didominasi. Digitalisasi tidak sepenuhnya dimaknai sebagai kemajuan oleh pedagang, melainkan juga sebagai beban baru yang tidak sesuai dengan kebutuhan riil mereka. Penelitian ini merekomendasikan pendekatan kebijakan yang lebih inklusif dan kontekstual, agar transformasi digital benar-benar menyentuh kepentingan dan kondisi sosial-ekonomi masyarakat lapisan bawah secara adil dan partisipatif.

Abstract

This article examines the phenomenon of the digitalization of traditional markets at Pasar Atas Cimahi in the era of Industry 5.0, utilizing Antonio Gramsci's theory of hegemony as an analytical framework. The research focuses on the implementation of the QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) cashless payment system. A qualitative method with a case study approach was employed, gathering data through policy documentation, media reports, and semi-structured interviews with market vendors. The findings indicate that despite administrative compliance with the digitalization policy, its implementation has not been optimal due to several obstacles, such as low digital literacy, a significant age gap, the necessity for cash flow, and the burden of transaction fees. From a Gramscian perspective, this reflects a form of hegemony ideological domination that is outwardly accepted but not fully internalized by the dominated group. Digitalization is not entirely perceived as progress by the vendors; instead, it is also seen as a new burden that does not align with their real-world needs. This study recommends a more inclusive and contextual policy approach to ensure that digital transformation genuinely addresses the interests and socio-economic conditions of lower-class communities in a fair and participatory manner.

This is an open access article under the CC-BY-SA license



1. Pendahuluan

Wacana global mengenai Revolusi Industri 5.0 telah menjadi narasi dominan yang mendorong transformasi kebijakan di berbagai negara, termasuk Indonesia [1]. Narasi ini, yang mengedepankan integrasi kecerdasan buatan, *Internet of Things* (IoT), dan otomatisasi, tidak hanya dipandang sebagai kemajuan teknologi semata, melainkan sebagai sebuah keniscayaan peradaban yang harus diadopsi untuk mencapai kemajuan ekonomi dan daya saing bangsa [2]. Dalam konteks ini, pemerintah

Indonesia secara aktif menginternalisasi wacana tersebut dan menerjemahkannya ke dalam kebijakan strategis, salah satunya adalah program digitalisasi yang menyasar sektor-sektor fundamental ekonomi kerakyatan [3]. Proses ini dapat dianalisis melalui kacamata hegemoni, di mana sebuah ideologi—dalam hal ini "keniscayaan digitalisasi"—disebarkan oleh kelompok dominan (pemerintah dan korporasi teknologi) hingga diterima sebagai "akal sehat" (*common sense*) oleh kelompok subordinat, tanpa perlu paksaan fisik. Salah satu arena utama berlangsungnya proses hegemoni ini adalah pasar rakyat. Pasar rakyat, atau pasar tradisional, secara historis bukan hanya sekadar ruang transaksi ekonomi. Ia merupakan sebuah institusi sosial-budaya yang khas, di mana interaksi sosial, tawar-menawar, dan relasi komunal menjadi fondasi utamanya, sebagaimana diakui dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 [4]. Karakteristik ini kontras dengan logika sistem digital yang mengutamakan efisiensi, standardisasi, dan mediasi teknologi dalam setiap transaksi. Dengan menargetkan 1.000 pasar rakyat dan satu juta UMKM untuk ditransformasi secara digital, pemerintah memposisikan digitalisasi bukan sebagai pilihan, tetapi sebagai satu-satunya jalan untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing pasar tradisional di era modern. Mekanisme hegemoni ini diwujudkan melalui aliansi kuat antara negara dan aktor korporat. Kementerian Perdagangan, berkolaborasi dengan Bank Indonesia, raksasa teknologi seperti Gojek, dan lembaga perbankan (BRI, BJB), secara masif mengimplementasikan instrumen-instrumen digital seperti *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) melalui program S.I.A.P (*Sehat, Inovatif, Aman, Pakai*), platform marketplace "Pasar.id", dan sistem retribusi elektronik [5]. Program-program ini dibingkai dengan bahasa yang positif dan progresif, mengaburkan potensi pergeseran kuasa dan ketergantungan baru yang mungkin timbul. Pedagang pasar, sebagai kelompok target, didorong untuk mengadopsi teknologi ini bukan hanya karena manfaat praktisnya, tetapi juga karena adanya tekanan ideologis untuk menjadi subjek ekonomi yang modern dan adaptif. Kasus Pasar Atas Baru Cimahi menjadi contoh konkret bagaimana proyek hegemoni ini dioperasionalkan di tingkat lokal. Meskipun narasi pemerintah menekankan pemberdayaan dan kemudahan, proses digitalisasi ini secara fundamental berpotensi mengubah relasi kuasa dan esensi sosial pasar rakyat. Ketergantungan pada aplikasi, penyedia layanan internet, dan sistem perbankan digital menciptakan struktur kekuasaan baru yang sebelumnya tidak ada [6]. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi digitalisasi di pasar tradisional. Lebih dari itu, penelitian ini akan menganalisis bagaimana proses hegemoni digitalisasi ini berlangsung di tingkat akar rumput. Fokusnya adalah untuk membongkar bagaimana wacana dominan tentang kemajuan melalui teknologi dinegosiasikan, diterima, diadaptasi, atau bahkan mungkin ditolak secara halus oleh para pedagang.

Berdasarkan hasil eksplorasi mendalam yang peneliti lakukan mengenai digitalisasi pasar diketahui adanya pedagang yang tidak menjalankan kebijakan yang telah dideklarasikan oleh pemerintah tersebut dikarenakan ditemukannya beberapa kendala dan hambatan dalam pelaksanaannya sehingga mengakibatkan banyaknya pedagang yang tidak memakai pembayaran transaksi digital dengan aplikasi *Quick Response Code Indonesia Standar* (QRIS) [7]. Tetapi pedagang pasar rakyat di Cimahi tetap mendaftarkan diri dalam penggunaan pembayaran transaksi digital tersebut dengan mendatangi pishak bank kepada tiap-tiap pedagang untuk didaftarkan.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus berupa deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji secara mendalam dinamika sosial, ideologi, dan relasi kuasa dalam konteks implementasi kebijakan digitalisasi pasar tradisional. Studi kasus difokuskan pada Pasar Atas Baru Cimahi sebagai lokasi yang menjadi percontohan dalam program digitalisasi pasar rakyat yang dicanangkan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dan Pemerintah Provinsi Jawa Barat sejak tahun 2021. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keterlibatan pasar tersebut dalam penerapan sistem pembayaran digital berbasis QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), yang menjadi simbol utama dari transformasi teknologi dalam sektor informal.

Perolehan data dalam penelitian ini meliputi data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi terhadap regulasi pemerintah, berita daring, siaran pers, dan laporan resmi terkait program digitalisasi pasar rakyat. Sementara itu, data primer diperoleh melalui wawancara informal dan eksploratif dengan sejumlah pedagang dan pengelola di Pasar Atas Baru Cimahi. Wawancara dilakukan secara mendalam dan bersifat semi-terstruktur untuk menggali pengalaman, persepsi, serta kendala yang mereka hadapi dalam penerapan sistem pembayaran digital berbasis QRIS. Informan dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan langsung dalam aktivitas pasar dan keterpaparan terhadap kebijakan digitalisasi.

Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis Miles dan Huberman (1994), yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi [8]. Data yang diperoleh dikelompokkan, dipilih, dan ditata sesuai dengan fokus kajian, kemudian disajikan dalam bentuk narasi analitis untuk selanjutnya ditafsirkan menggunakan kerangka teori hegemoni.

Penelitian ini menggunakan teori hegemoni Antonio Gramsci sebagai pisau analisis untuk memahami proses dominasi ideologis dalam kebijakan digitalisasi pasar. Gramsci menyatakan bahwa hegemoni adalah bentuk kekuasaan yang dijalankan melalui persetujuan sukarela oleh kelompok yang didominasi terhadap nilai-nilai dan kebijakan kelompok dominan. Dalam pengertian Gramsci hegemoni adalah hubungan persetujuan dengan menggunakan kepemimpinan politik dan ideologis [4]. Dalam konteks ini, pemerintah sebagai aktor hegemonik menyebarluaskan ideologi digitalisasi melalui kebijakan QRIS yang diterima secara administratif oleh sebagian besar pedagang, namun tidak selalu diikuti oleh praktik penggunaan nyata dalam transaksi sehari-hari. Fenomena ini menunjukkan adanya bentuk hegemoni berupa dominasi ideologis yang tampak diterima namun tidak sepenuhnya diinternalisasi, karena masih terdapat resistensi dari kelompok subordinat akibat berbagai kendala struktural, seperti e-literasi rendah, usia pedagang yang mayoritas di atas 40 tahun, kebutuhan rotasi uang tunai yang cepat, dan beban biaya administrasi dari penggunaan QRIS [6].

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis Digitalisasi Pasar Rakyat di Era Society 5.0 dalam Perspektif Hegemoni Gramsci

3.1. Deskripsi Fenomena Digitalisasi Pasar Di Pasar Rakyat Atas Cimahi

Dimulainya memasuki era revolusi 5.0 yang mengintegrasikan teknologi disetiap aspek kehidupan mulai dilakukan Indonesia agar dapat bersaing secara global. Hal ini dilakukan agar dapat mengoptimalkan segala aspek agar terciptanya efisiensi dalam kehidupan masyarakat terutama dalam perekonomian Indonesia. Dengan adanya tujuan dari revolusi 5.0 yang mendorong pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kehidupan masyarakat, dengan mengupayakan untuk selalu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan informasi Indonesia melakukan digitalisasi pasar. Hal ini dilakukan berdasarkan kebijakan dari perintah Presiden Joko Widodo agar Kementerian Perdagangan melakukan digitalisasi pasar rakyat dengan tujuan agar pasar rakyat memiliki lokapasar dan platform menuju era digital yang telah masuk di Indonesia. Kemudian kementerian perdagangan menargetkan digitalisasi 1.000 pasar rakyat dan 1000.1000 UMKM di Tahun 2022-2024 dengan tujuan dapat meakselerasi digital sektor perdagangan dan memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia [9]. Salah satu pasar rakyat yang sudah menjalankan program digitalisasi pasar rakyat ini adalah Pasar Rakyat Atas Cimahi yang telah direalisasikan melalui siaran pers yang ditargetkan 1 juta pedagang oleh kementerian perdagangan [7].

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengkaji hal tersebut dengan melihat bagaimana implementasi digitalisasi pasar rakyat Cimahi yang merupakan salah satu pasar strategis yang berada di Pusat Kota Cimahi. Berdasarkan hasil observasi kajian secara mendalam oleh peneliti mengenai digitalisasi pasar dalam pembangunan isu global diketahui bahwa telah dilakukan Launching digitalisasi pasar rakyat sebagai bagian dari program pasar dan pusat perbelanjaan S.I.A.P.

Perdagangan RI dan Pemprov Jawa Barat, diselenggarakan di Pasar Atas Cimahi pada tanggal 15 november 2021. Program tersebut dijalankan dengan tujuan agar pasar rakyat menjadi pasar yang aman dan praktis dalam melakukan transaksi jual beli. Dengan adanya hal tersebut maka terdapat aktor yang terlibat dalam digitalisasi pasar rakyat ini yaitu pemerintah dan pihak bank yang mana terdapat salah satu indikator pasar digital adalah metode pembayaran yang sudah digital yaitu menggunakan *QRIS*. *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* atau biasa disingkat *QRIS* (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan *QR Code*. *QRIS* dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan *QR Code* dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Hal tersebut mendorong BI untuk mencari strategi dan cara yang sesuai agar transaksi ritel dapat dilakukan secara non tunai dengan cepat dan praktis yang menjadi salah satu inisiatif pemerintah dalam menyongsong ekonomi digital. Kemudian, di pasar baru cimahi pedagang didorong untuk menggunakan Penyelenggaraan Jasa Pembayaran PJSP yaitu BJB dan BRI yang menjadi wadah penyimpanan retribusi yang diterima pemerintah.

Adapun berdasarkan program tersebut seluruh pedagang yang berjualan di Pasar Atas Baru Cimahi ini di deklarasi untuk menggunakan *QRIS* sebagai bentuk program digitalisasi pasar. Para pedagang di pasar rakyat, yang sebelumnya belum memiliki rekening bank, kini membuka rekening secara sukarela. Proses ini difasilitasi oleh kehadiran bank di pasar untuk pendaftaran, atau pedagang dapat langsung mendatangi bank. Setelah memiliki rekening, mereka kemudian mengimplementasikan pembayaran digital menggunakan *QRIS*. Adapun salah satu pedagang mengatakan "Awalnya memang saya belum punya rekening bank, Mas/Mbak. Biasanya kan cuma tunai saja. Tapi setelah ada tawaran dari bank yang datang langsung ke pasar, kok ya ternyata gampang sekali prosesnya. Tidak ada paksaan sama sekali, memang kami lihat ini bagus. Sekarang, dengan adanya *QRIS*, pembeli juga lebih mudah, tidak perlu repot cari kembalian. Saya juga merasa lebih aman karena uangnya langsung masuk ke rekening, jadi tidak khawatir hilang atau tercecer. Praktis sekali!"

Dengan adanya himbauan tersebut berdasarkan hasil temuan mendalam oleh peneliti melalui observasi dan wawancara diketahui pedagang yang sudah membuka rekening tersebut tidak semua yang menggunakan *QRIS* sebagai alternatif pembayaran dikarenakan adanya beberapa kendala seperti:

- a. Kurangnya e-literasi oleh pedagang sehingga tidak mengetahui dan memahami keuntungan dari penggunaan *QRIS* tersebut dikarenakan rendahnya pendidikan dan pengalaman transaksi dari pedagang tersebut.
- b. Gagap teknologi yang disebabkan oleh usia rata-rata pedagang di atas 40 tahun yang mengakibatkan sulit beradaptasi dengan teknologi.
- c. Resistensi pedagang, Pedagang memerlukan modal yang cepat untuk memasok barang yang dijual esok hari, sedangkan rotasi pencairan dana atau proses settlement selesai dalam waktu yang cukup lama dapat memakan waktu satu hingga dua hari.
- d. Biaya yang dibebankan pada setiap transaksi. Adanya pengenaan biaya administrasi sebesar 0,7% yang dibebankan kepada pedagang terhadap penggunaan *QRIS* membuat pedagang enggan menggunakan *QRIS* dan lebih memilih pembayaran secara tunai.

3.2. Analisis Fenomena Menggunakan Perspektif Hegemoni Gramsci

Adanya program pemerintah terkait deklarasi digitalisasi pasar rakyat salah satunya pasar Cimahi ini merupakan usaha pemerintah untuk mengintegrasikan teknologi di era reolusi 5.0 dengan tujuan majunya perekonomian Indonesia. Namun berdasarkan kenyataan yang terjadi dilapangan banyaknya permasalahan yang terjadi terkait program yang tengah diterapkan tersebut. Melihat perspektif hegemoni dari Gramsci dimana terdapat praktik hegemoni yang tidak bisa terlepas dari kehidupan ekonomi yang terjadi dalam tatanan kehidupan manusia dimana ada yang diperintah dan memerintah. Menurut Gramsci (1999) bentuk dominasi menggabungkan kekuatan persetujuan tanpa kekuatan yang

hilang, dan kekuatan itu sendiri adalah objek persetujuan atau persetujuan yang dilindungi oleh senjata paksaan[10] . (Kemudian jika menacu pada pemikiran Gramsci suatu kelas menjalankan kekuasaan terhadap kelas dibawahnya dengan cara kekerasan atau persuasif sehingga dapat menghegemoni kelas di bawahnya [11]. Pada kasus ini praktik praktik hegemoni dimulai dengan penyebaran ideologi oleh pihak yang mehegemoni yaitu pemerintah dengan mengeluarkan kebijakan dari Kemetrian Perdagangan terkait digitalisasi pasar yang akan dilakukan kepada pasar rakyat yang disinyalir akan memudahkan para pedagang dan konsumen serta dapat menyongsong perekonomian digital Indonesia dalam menghadapi revolusi 5.0. Hegemoni yang dilakukan pada digitalisasi pasar rakyat Cimahi ini adalah adanya penyebaran ideologi berupa adanya kemudahan-kemudahan yang diperoleh oleh para pedagang terhadap digitalisasi pasar yang dideklarasikan kementerian perdagangan dan pihak bank jika menggunakan *QRIS* sebagai bentuk program digitalisasi pasar.

Adanya hal tersebut membuat semua pedagang menggunakan *QRIS* meskipun sebelumnya belum memiliki rekening bank untuk dapat berdagang dan menyukseskan program digitalisasi pasar rakyat ini. Dalam hal ini pihak yang melakukan hegemoni adalah pemerintah yang memiliki tujuan agar pedagang mengikuti digitalisasi pasar mendapatkan kemudahan dalam melakukan pemasaran seperti dapat memperluas pasar juga efisien dalam melakukan transaksi dan dapat menyongsong perkembangan ekonomi digital ke depannya. Kemudian aktor lain yang terlibat dalam melakukan hegemoni ini adalah pihak bank sebagai industri sistem pembayaran dengan *QR Code* bersama dengan Bank Indonesia mendeklarasikan pada pasar tradisional jika nantinya dapat meningkatkan nilai jualnya seperti pasar modern dan digadangkan dapat meningkatkan pendapatan dan penguatan perekonomian Indonesia. Dalam hal ini pemerintah sebagai kelompok yang mendominasi berhasil mempengaruhi pedagang sebagai kelompok yang didominasi untuk menerima program dan nilai-nilai tersebut. Hegemoni ini berlangsung dikarenakan pedagang sebagai kelompok yang dihegemoni sudah menerima kebijakan tersebut dengan membuat rekening bank dan ikut menggunakan *QRIS* dengan sadar sebagai alat transaksi meskipun dalam praktiknya banyak yang tidak menggunakan dikarenakan banyak pedagang yang mengalami keluhan seperti Metode pembayaran *QRIS* dinilai merugikan dan tidak praktis karena beberapa hal, diantaranya adalah adanya biaya administrasi sebesar 0,7% yang dipotong langsung dari jumlah pendapatan yang diperoleh pedagang.

Dalam hal ini nilai-nilai dan ideologi yang dijalankan melalui kebijakan tersebut tetap dipertahankan oleh pemerintah dengan terus melakukan sosialisasi dan anjuran kepada seluruh pedagang untuk menggunakan metode pembayaran *QRIS* tanpa memperhatikan keluhan pedagang kecil. Dalam hal ini dilihat bahwa pemerintah sebagai kelompok hegemonik tidak mau menyesuaikan kepentingan dan aspirasi-aspirasi masyarakat dengan mempertahankan kebijakan yang dicita-citakannya sebagai kelompok hegemonik. Praktik hegemonik pada pedagang di pasar rakyat ini berhasil karena pemerintah memenangkan persetujuan dari pedagang yang ada di pasar rakyat Cimahi terhadap digitalisasi pasar tersebut. Dalam hal ini praktik hegemoni pada pedagang di pasar rakyat Cimahi yaitu dimana sistem yang diterapkan pemerintah sudah mencapai sasaran tetapi pedagang tidak sungguh- sungguh selaras dalam menjalankan hal tersebut yang dilihat masih adanya pedagang yang sudah mendaftarkan diri dengan transaksi *QRIS* tetapi tidak menggunakannya dikarenakan adanya potongan pembayaran ditiap transaksi

4. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah penulis paparkan maka dapat disimpulkan bahwa pada digitalisasi pasar tradisional di Cimahi terdapat praktik hegemoni berupa persetujuan program yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui kementerian perdagangan dengan diadakannya digitalisasi pasar dan kerjasama dengan bank berupa adanya pembayaran dengan menggunakan *QRIS* yang didapat melalui sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah. Hegemoni ini berhasil dikarenakan pedagang menyetujui dan menerima program tersebut agar dapat menyukseskan program digitalisasi pasar di Indonesia. Dimana sistem yang diterapkan pemerintah sudah mencapai sasaran tetapi pedagang tidak

sungguh-sungguh selaras dalam menjalankan program tersebut yang dilihat masih adanya pedagang yang sudah mendaftarkan diri dengan transaksi *QRIS* tetapi tidak menggunakannya dikarenakan adanya potongan pembayaran di tiap transaksi.

Daftar Pustaka

- [1] Rohmat, "Urgensi Pembentukan Undang-Undang Pasar Digital sebagai Instrumen Pengawasan Persaingan Usaha di Era Digital," *J. Persaingan Usaha*, vol. 2, no. 2, pp. 118-126, 2022, doi: 10.55869/kppu.v2i2.76.
- [2] Tangkas Ageng Nugroho, Achmad Kaisi Amaro, and Muhammad Yasin, "Perkembangan Industri 5.0 Terhadap Perekonomian Indonesia," *Manaj. Kreat. J.*, vol. 1, no. 3, pp. 95-106, 2023, doi: 10.55869/makreju.v1i3.1645.
- [3] O. Peranto, "Digitalisasi pasar rakyat, bolehkah?," no. November, pp. 1-5, 2020.
- [4] E. Siswati, "Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci," *Translitera J. Kaji. Komun. dan Stud. Media*, vol. 5, no. 1, pp. 11-33, 2018, doi: 10.35457/translitera.v5i1.355.
- [5] A. Mulyati and I. S. Shofwan, "Siaran Pers: Peluncuran Digitalisasi Pasar Rakyat di Pasar Atas Cimahi, Kemendag Targetkan 1 Juta Pedagang Terdigitalisasi Cimahi," 2022.
- [6] A. Sudrajat, "243 pedagang Pasar Atas Baru Cimahi gunakan transaksi digital QRIS," *antaranews*. [Online]. Available: <https://jabar.antaranews.com/berita/334141/243-pedagang-pasar-atas-baru-cimahi-gunakan-transaksi-digital-qr>
- [7] PressRelease.id, "Peluncuran Digitalisasi Pasar Rakyat di Pasar Atas Cimahi, Kemendag Targetkan 1 Juta Pedagang Terdigitalisasi," Kementrian Perdagangan RI. [Online]. Available: <https://pressrelease.kontan.co.id/release/peluncuran-digitalisasi-pasar-rakyat-di-pasar-atas-cimahi-kemendag-targetkan-1-juta-pedagang-terdigi?page=all>
- [8] A. M. Miles, M. B., & Huberman, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed., SAGE Publi. 1994.
- [9] K. Perdagangan, "Siaran pers: Kemendag Targetkan Digitalisasi 1.000 Pasar Rakyat dan 1.000.000 UMKM di Tahun 2022-2024," 2022.
- [10] M. Syukur, "Praktik Hegemoni Mahasiswa Senior Terhadap Junior Di Dalam Kehidupan Kampus," vol. 7, no. 2, pp. 77-89, 2019.
- [11] N. K. Sari and U. Qomariyah, "HEGEMONI KEKUASAAN PEMANGKU ADAT MINANGKABAU DALAM NOVEL TENGGELAMNYA KAPAL VAN DER WIJCK KARYA HAMKA: KAJIAN HEGEMONI GRAMSCI," vol. 7, no. 1, pp. 41-48, 2018.