



Potensi Pasar Tradisional Di Tengah Persaingan Pasar Digital: Studi Pada Pasar Suka Mukti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir

Marfudin ^{1,*}, Nandang Syamsul Arifin ², Monika³

¹²³ Institut Agama Islam Hasyim Asy'ari Ogan Komering Ilir, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Submit : 28 Februari 2026

Revisi : 08 Maret 2026

Diterima : 28 Mei 2026

Diterbitkan: 17 Juni 2026

Kata Kunci

Pasar Tradisional, Pasar Digital, Persaingan Teknologi, Potensi Pasar Digital, Perkembangan Pasar

Correspondence

E-mail: marfudin211@gmail.com

A B S T R A K

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong pertumbuhan pesat pasar digital yang mengubah pola konsumsi masyarakat, mekanisme transaksi, serta sistem distribusi barang dan jasa. Fenomena ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara pasar digital dan pasar tradisional, sehingga memunculkan pertanyaan mengenai kemampuan pasar tradisional dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi, keunggulan kompetitif, serta tantangan yang dihadapi pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan observasi lapangan pada beberapa pasar tradisional di wilayah perkotaan dan semi-perkotaan. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberlanjutan pasar tradisional di tengah transformasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar tradisional masih memiliki daya saing yang kuat melalui interaksi sosial yang intens antara pedagang dan pembeli, fleksibilitas dalam penentuan harga, serta tingginya tingkat kepercayaan yang terbangun dalam hubungan ekonomi masyarakat. Namun, pasar tradisional juga menghadapi berbagai kendala, terutama rendahnya pemanfaatan teknologi digital, keterbatasan sarana pendukung, dan belum optimalnya kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Penelitian ini memberikan kontribusi keilmuan berupa penguatan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan pasar tradisional di era digital serta menawarkan strategi adaptasi berbasis integrasi teknologi dan peningkatan kualitas pelayanan. Temuan ini dapat menjadi referensi bagi pengelola pasar, pelaku usaha, dan pembuat kebijakan dalam merumuskan langkah-langkah pengembangan pasar tradisional yang berkelanjutan dan kompetitif di tengah transformasi ekonomi digital.

Abstract

The development of information and communication technology has driven the rapid growth of digital markets, transforming consumer consumption patterns, transaction mechanisms, and the distribution systems of goods and services. This phenomenon has led to increasingly fierce competition between digital and traditional markets, raising questions about the ability of traditional markets to maintain their existence in the digital era. This study aims to analyze the potential, competitive advantages, and challenges faced by traditional markets in facing competition with digital markets. This study uses a qualitative approach using literature studies and field observations in several traditional markets in urban and semi-urban areas. The data obtained are analyzed descriptively to identify factors that support the sustainability of traditional

markets amidst the digital transformation. The results show that traditional markets still have strong competitiveness through intense social interactions between traders and buyers, flexibility in pricing, and a high level of trust built within the community's economic relationships. However, traditional markets also face various obstacles, particularly low utilization of digital technology, limited supporting facilities, and suboptimal service quality provided to consumers. This study contributes to scientific knowledge by strengthening understanding of the factors influencing the sustainability of traditional markets in the digital era and offering adaptation strategies based on technology integration and improved service quality. These findings can serve as a reference for market managers, business actors, and policy makers in formulating steps to develop sustainable and competitive traditional markets amidst the digital economic transformation.

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



1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi saat ini, pasar tradisional menghadapi tantangan yang semakin kompleks akibat perkembangan pasar modern, seperti supermarket, minimarket, dan pusat perbelanjaan modern. Kehadiran pasar modern yang menawarkan kenyamanan, kebersihan, sistem pembayaran digital, serta pelayanan yang lebih terorganisasi menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Kondisi tersebut berdampak pada menurunnya jumlah pengunjung dan pendapatan pedagang di pasar tradisional (Kurniasari et al., 2023; Rasda & Hm, 2025; Wibawa et al., 2024).

Selain itu, perubahan gaya hidup masyarakat dan meningkatnya penggunaan teknologi digital juga mempercepat pergeseran pola konsumsi masyarakat dari pasar tradisional menuju pasar modern dan platform perdagangan digital (Breliana & Febriyanti, 2024). Persaingan tersebut menuntut pasar tradisional untuk mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan preferensi konsumen agar tetap bertahan dalam sistem ekonomi modern (Sholih & Hilal Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Al Falah Gresik, 2022).

Meskipun menghadapi berbagai tantangan, pasar tradisional masih memiliki posisi penting dalam struktur ekonomi masyarakat karena berperan sebagai penggerak ekonomi kerakyatan, pendukung keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal (Thahir et al., 2020). Pasar tradisional juga memiliki fungsi sosial yang kuat karena menjadi ruang interaksi sosial masyarakat dan media pembentukan hubungan ekonomi antarpelaku pasar (Hartanto, 2025). Interaksi tawar-menawar antara penjual dan pembeli menciptakan hubungan emosional yang menjadi ciri khas pasar tradisional dan sulit ditemukan pada sistem perdagangan modern (Pratma, 2025). Oleh sebab itu, keberadaan pasar tradisional tidak hanya dipandang dari aspek ekonomi semata, tetapi juga sebagai bagian dari identitas sosial dan budaya masyarakat lokal.

Potensi pasar merupakan batas maksimum permintaan yang dapat dicapai oleh suatu pasar terhadap produk atau jasa tertentu dan memberikan gambaran mengenai peluang pertumbuhan pasar di masa mendatang. Estimasi potensi pasar dapat dianalisis melalui berbagai indikator seperti harga, lokasi strategis, kualitas pelayanan, aksesibilitas, serta kelengkapan produk (Purwanto et al., 2021; Syukria, 2023; Yuni et al., 2024).

Dalam konteks pasar tradisional, faktor lokasi dan aksesibilitas menjadi aspek penting yang memengaruhi tingkat kunjungan konsumen. Pasar yang berada di pusat aktivitas masyarakat cenderung memiliki intensitas transaksi yang lebih tinggi dibandingkan pasar yang sulit dijangkau (Purwanto et al.,

2021). Selain itu, kualitas pelayanan, kebersihan, kenyamanan lingkungan pasar, dan fasilitas pendukung juga terbukti memengaruhi loyalitas konsumen untuk tetap berbelanja di pasar tradisional (Prakoso & Rolalisasi, 2025; Raditha et al., 2017).

Perkembangan teknologi digital memberikan pengaruh besar terhadap aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk sektor perdagangan tradisional. Transformasi digital telah mengubah pola transaksi konvensional menjadi lebih praktis melalui penggunaan pembayaran digital, media sosial, marketplace, dan sistem pemasaran berbasis teknologi (Gullino et al., 2022; Prananingtyas & Zulaekhah, 2021; Sujatmiko et al., 2022).

Digitalisasi pasar tradisional dipandang sebagai salah satu strategi penting untuk meningkatkan daya saing pasar rakyat di tengah pertumbuhan ekonomi digital dan ekspansi pasar modern (Pangestu, 2025). Pemanfaatan teknologi digital dapat membantu pedagang memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi transaksi, serta memperkuat hubungan dengan konsumen (Pasarela, 2021). Namun demikian, implementasi digitalisasi pasar tradisional masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya literasi digital pedagang, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan resistensi terhadap perubahan sistem perdagangan (Wisti & Putra Kedua, 2025).

Pasar tradisional sebagai pasar rakyat tetap menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat daerah. Pasar tradisional berfungsi sebagai media interaksi antara penjual dan pembeli yang berlangsung secara langsung dalam waktu dan lokasi tertentu. Aktivitas jual beli tersebut menjadikan pasar sebagai salah satu indikator perkembangan ekonomi suatu daerah (Mulyana et al., 2024; Murti et al., 2024; Salsabila et al., 2024).

Selain berfungsi sebagai pusat distribusi kebutuhan pokok, pasar tradisional juga berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi masyarakat menengah ke bawah dan penguatan ekonomi lokal (Hartanto, 2025). Revitalisasi pasar tradisional melalui peningkatan fasilitas, sanitasi, tata kelola pasar, dan penguatan manajemen berbasis teknologi menjadi langkah penting untuk menjaga keberlanjutan pasar tradisional di tengah persaingan ekonomi modern (Kurniasari et al., 2023; Meylani et al., 2024; Prakoso & Rolalisasi, 2025; Yulianti & Kintani, 2020).

Salah satu pasar tradisional yang memiliki potensi ekonomi cukup baik adalah Pasar Desa Sukamukti. Pasar ini memiliki lokasi yang strategis karena berada di pusat Desa Sukamukti, tepat di sekitar balai desa dan alun-alun desa sehingga menjadi pusat aktivitas perdagangan masyarakat setempat. Letak yang strategis tersebut menjadikan Pasar Sukamukti sebagai salah satu pusat perbelanjaan utama masyarakat desa dan sekitarnya.

Selain itu, keberadaan pasar ini memberikan kontribusi terhadap aktivitas ekonomi masyarakat lokal, khususnya bagi pedagang kecil dan pelaku usaha mikro. Potensi tersebut dapat menjadi modal penting dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional apabila didukung dengan pengelolaan yang baik, peningkatan kualitas pelayanan, serta adaptasi terhadap perkembangan teknologi perdagangan digital (Rahmani et al., 2024; Rifaldo & Franciskus Antonius Alijoyo, 2025).

Persaingan pasar merupakan kondisi ketika terdapat banyak penjual dan pembeli sehingga tidak ada satu pihak yang mampu mengendalikan harga secara dominan. Dalam pasar persaingan sempurna, harga terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran, sementara pelaku pasar bertindak sebagai price taker atau penerima harga (Artha Kusuma et al., 2020; AZIZUL, 2024; Prananingtyas & Zulaekhah, 2021).

Persaingan yang terjadi antara pasar tradisional dengan pasar modern maupun pasar digital menunjukkan adanya perubahan struktur perdagangan akibat perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Produk pertanian seperti beras, sayuran, dan bahan pangan lainnya menjadi contoh komoditas yang diperdagangkan dalam mekanisme persaingan yang relatif mendekati pasar persaingan

sempurna karena banyaknya penjual dan homogenitas produk. Oleh karena itu, pasar tradisional dituntut untuk meningkatkan kualitas layanan, kenyamanan, inovasi digital, serta strategi pengelolaan pasar agar mampu bertahan dan bersaing dalam dinamika ekonomi modern (Chaniago, 2022; Luu, 2020).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi Pasar Desa Sukamukti dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern dan perdagangan digital, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi daya saingnya, serta mengkaji peluang dan kendala digitalisasi pasar tradisional dalam mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat. Penelitian ini akan berfokus pada pengintegrasian analisis daya saing pasar tradisional dengan aspek kesiapan digitalisasi pada konteks pasar desa yang masih sedikit dibahas pada kajian penelitian sebelumnya, sehingga menghasilkan model pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi adaptasi pasar tradisional di era ekonomi digital.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara instensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial atau individu, kelompok, lembaga atau masyarakat (sugiyono 2011).

Dalam Penelitian ini yang menjadi populasi adalah Seluruh Pengelola Pasar Tradisional Desa Suka Mukti. Dalam penelitian ini peneliti menggali informs dari beberapa informan yaitu Ketua, Pengurus dan para pedagang . Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, data dikumpulkan melalui obervasi, wawancara, dan dokumentasi, selanjutnya dianalisis melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Potensi Pasar Tradisional Dalam Persaingan Melalui Media Digital

Pasar Tradisional Desa Sukamukti memiliki potensi yang besar, terutama karena lokasinya yang sangat strategis di pusat desa, sehingga menjadi titik utama aktivitas perdagangan masyarakat. Pasar ini termasuk pasar tradisional yang cukup ramai, terletak di pinggir jalan utama desa, persis di depan balai desa dan alun-alun Sukamukti.

Saat ini, pasar telah menunjukkan kemajuan yang cukup berarti. Jika pada awalnya para pedagang belum memiliki kios permanen, kini sebagian dari mereka telah menempati kios yang tertata dengan baik, meskipun masih ada pedagang yang berjualan dalam kondisi seperti saat pasar pertama kali berdiri.

Dalam menghadapi persaingan bisnis, ada sejumlah aspek yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha berdasarkan potensi yang telah diidentifikasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Syukria, 2023) yang menyatakan bahwa pasar tradisional memiliki potensi besar dalam meningkatkan ekonomi masyarakat apabila didukung oleh pengelolaan dan strategi pemasaran yang tepat.

Berikut ini merupakan hasil pemaparan dari wawancara penulis dengan pedagang Pasar Tradisional Desa Sukamukti.

a. Harga

Dari aspek harga, harga dapat diartikan sebagai nilai tukar yang setara dengan sejumlah uang atau barang lain, yang diberikan sebagai imbalan atas manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa oleh individu atau kelompok, dalam waktu dan tempat tertentu.

Sebagian besar pedagang menyebutkan bahwa pasar ini menawarkan barang dengan harga yang murah dan lebih terjangkau dibandingkan dengan pasar modern. Dengan harga yang murah dan terjangkau, pasar ini mampu membantu masyarakat setempat dalam memenuhi kebutuhan pokok harian rumah tangga sehingga memberikan akses lebih luas kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa harus mengeluarkan biaya yang tinggi.

Penetapan harga yang ditetapkan oleh pedagang pasar tradisional di Desa Sukamukti, saat ini diantaranya menggunakan penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku. Walaupun harga bahan-bahan pokok di pasara itu naik, para pedagang tidak menaikkan harga produknya, hanya saja pedagang menyesuaikan barang yang dijualnya.

Peneliti menemukan bahwa adanya persaingan antara pasar modern dan e-commerce menyebabkan banyak pedagang mengalami penurunan. Berbagai cara dilakukan oleh pedagang pasar tradisional Desa Sukamukti untuk mempertahankan dan menarik pembeli untuk mengunjungi pasar tradisional.

Berbagai strategi penetapan harga ganjil, bonus pembeli diterapkan atau memberikan potongan harga apabila membeli dalam jumlah banyak. Selain itu terdapat tawar-menawar antara penjual dan pembeli yang mana ini menjadi ciri khas akan keberadaan pasar tradisional.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang relatif murah menjadi salah satu kekuatan utama Pasar Tradisional Desa Sukamukti dalam mempertahankan konsumen di tengah persaingan pasar modern dan digital.

Temuan ini mendukung penelitian(Hartanto, 2025) yang menjelaskan bahwa pasar tradisional memiliki kekuatan sosial-ekonomi melalui fleksibilitas harga dan hubungan langsung antara pedagang dan pembeli. Sistem tawar-menawar yang masih dipertahankan juga menjadi nilai lebih yang sulit ditemukan pada pasar modern maupun platform digital.

b. Lokasi Strategis

Pemilihan lokasi sangat penting meningkat ketika teradi kesalahan dalam analisis akan menyebabkan pembengkakan pada biaya yang dikeluarkan. Pemilihan lokasi strategis adalah investasi jangka panjang yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor di atas, bisnis anda dapat meningkat efisiensi operasional, menarik lebih banyak pelanggan dan mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dari segi lokasi strategis, Pasar Tradisional Desa Sukamukti termasuk pasar dengan lokasi yang strategis yakni terletak di pinggir poros Kecamatan Mesuji kabupaten Ogan Komering Ilir. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat ketika terjadi kesalahan dalam analisis akan menyebabkan pembengkakan pada biaya yang dikeluarkan. Pemilihan lokasi tergantung pada jenis usaha atau investasi yang dijalankan. Pasar ini memiliki akses yang mudah dijangkau oleh banyak orang, termasuk pembeli dari desa-desa sekitarnya.

Lokasi yang strategis membuat bahwa pasar tradisional desa Sukamukti ini dapat diakses oleh berbagai kelompok masyarakat, meningkatkan jumlah pengunjung dan pelanggan. Aksesibilitas yang baik tidak hanya memudahkan transaksi tetapi juga mendukung pengembangan ekonomi dengan menarik lebih banyak pedagang dan pembeli. Pengembangan infrastruktur di sekitar pasar, seperti perbaikan jalan dan penyediaan tempat parkir, semakin memperkuat manfaat dari lokasi strategis ini.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa lokasi strategis menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik Pasar Tradisional Desa Sukamukti. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Purwanto et al. (2021) yang menyatakan bahwa pasar tradisional yang berada di pusat aktivitas masyarakat cenderung memiliki tingkat transaksi yang lebih tinggi dibandingkan pasar yang sulit dijangkau. Lokasi yang mudah diakses menjadi modal utama bagi pasar tradisional untuk mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar modern.

c. Kualitas Pelayanan

Dari segi kualitas pelayanan, pelayanan yang baik dapat menjaga hubungan pedagang dengan pembeli menjadi baik dan nyaman. Pelayanan yang diberikan harus sebaik mungkin, karena ini berhubungan langsung dengan pembeli yang bersifat terus menerus dalam menyediakan kepuasan pembeli. Apabila pelayanan yang kita berikan tidak baik, maka akan berdampak pada minat konsumen dalam belanja di toko ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di pasar Tradisional Desa Sukamukti, cara kualitas pelayanan dagangan sudah cukup baik. Dengan menerapkan hubungan pedagang dengan pembeli, dengan cara memperhatikan beberapa aspek yaitu ingin memberikan yang terbaik seperti promosi dari mulut ke mulut, memperhatikan kepuasan para pelanggan. Para pedagang pasar tradisional di desa Sukamukti juga melakukan pelayanan yang baik, agar pelanggan diberikan kualitas yang baik seperti sikap yang ramah pedagang yang senyum tidak terlalu memaksa pembeli.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pasar tradisional. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Raditha et al. (2017) yang menjelaskan bahwa pelayanan yang baik dan keterlibatan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen. Hubungan emosional antara pedagang dan pembeli menjadi salah satu kekuatan pasar tradisional yang tidak dimiliki oleh sistem perdagangan modern maupun digital.

d. Kelengkapan Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di pasar tradisional desa Sukamukti, cara kualitas pelayanan dagangan sudah cukup baik. Dengan menerapkan hubungan pedagang dengan pembeli, dengan cara memperhatikan beberapa aspek yaitu ingin memberikan yang terbaik seperti promosi dari mulut ke mulut, memperhatikan kepuasan para pelanggan. Para pedagang pasar tradisional di desa Sukamukti juga melakukan pelayanan yang baik, agar pelanggan diberikan kualitas yang baik seperti sikap yang ramah pedagang yang senyum tidak terlalu memaksa pembeli.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di pasar tradisional desa Sukamukti, kelengkapan produk pasar tradisional desa Sukamukti juga menyediakan berbagai jenis barang, mulai dari hasil pertanian, seperti sayuran, bumbu dapur, beras, dan lainnya. Keberagaman produk ini memudahkan konsumen untuk memperoleh semua kebutuhan mereka dalam satu tempat, mengurangi waktu dan biaya transportasi.

Selain itu, variasi produk yang beragam ini mendukung pedagang Pasar tradisional desa Sukamukti dalam menjangkau pasar yang lebih besar dan memungkinkan mereka untuk bersaing dengan produk-produk dari sumber lain. Dengan menawarkan produk yang beragam, pasar ini telah berperan sebagai pusat ekonomi yang memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dan mendukung keberlanjutan usaha pedagang setempat.

Pasar tradisional Desa Sukamukti merupakan pasar dengan pilihan produk yang beragam baik barang maupun jasa telah tersedia. Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan peneliti beberapa produk yang terdapat pada pasar tradisional desa Sukamukti diantaranya sembako atau perancangan, sayur mayur, buah buahan, jajanan pasar, aneka makanan, daging segar, lauk pauk, aneka jenis ikan basah dan ikan kering, gerabah, kain, pakaian laki-laki dan perempuan, pakaian anak, seragam sekolah, dan lain-lain.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Pasar tradisional desa Sukamukti memiliki potensi besar dalam meningkatkan ekonomi pedagang pasar tradisional. Melalui harga produk yang terjangkau, lokasi yang strategis, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk. Dengan adanya upaya berkelanjutan dalam meningkatkan fasilitas dan dukungan, pasar ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi pedagang setempat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk menjadi salah satu faktor yang memperkuat daya saing Pasar Tradisional Desa Sukamukti. Temuan ini sejalan dengan penelitian Salsabila et al. (2024) yang menyatakan bahwa pasar tradisional memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus meningkatkan aktivitas ekonomi lokal. Kelengkapan produk memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu lokasi sehingga pasar tradisional tetap diminati oleh masyarakat.

3.2 Sistem Persaingan Pasar Tradisional Melalui Media Digital

Di tengah perkembangan era digital, pasar tradisional menghadapi tantangan besar dalam menjaga keberlangsungannya. Kehadiran berbagai platform e-commerce, aplikasi belanja daring, serta kemudahan transaksi digital telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat. Konsumen saat ini cenderung mengutamakan kemudahan, kecepatan, efisiensi, dan kenyamanan dalam berbelanja, yang menjadi keunggulan utama pasar digital. Perubahan perilaku tersebut merupakan konsekuensi dari transformasi ekonomi digital yang menggeser pola interaksi antara penjual dan pembeli dari transaksi tatap muka menuju transaksi berbasis teknologi. Penelitian Tetep et al., (2024) menjelaskan bahwa digitalisasi ekonomi telah memengaruhi perilaku ekonomi masyarakat secara signifikan, termasuk dalam pola konsumsi dan proses pengambilan keputusan pembelian.

Meskipun demikian, pasar tradisional masih memiliki daya saing yang tidak sepenuhnya dapat digantikan oleh pasar digital. Daya saing tersebut terletak pada kedekatan sosial antara pedagang dan pembeli, fleksibilitas harga melalui proses tawar-menawar, serta tingginya tingkat kepercayaan yang terbangun dalam interaksi langsung. Perspektif ini sejalan dengan teori modal sosial (social capital) yang menempatkan kepercayaan, jaringan sosial, dan hubungan interpersonal sebagai sumber keunggulan kompetitif dalam aktivitas ekonomi. Dalam konteks pasar tradisional, modal sosial menjadi faktor penting yang memungkinkan pasar tetap bertahan di tengah ekspansi perdagangan digital. Selain itu, penelitian Purba et al., (2024) menunjukkan bahwa kemampuan pedagang untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi menjadi strategi utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di era digital.

Lebih lanjut, digitalisasi tidak harus dipandang sebagai ancaman bagi pasar tradisional, melainkan sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing. Konsep digital adoption menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat keberlanjutan usaha. Penelitian yang dilakukan terhadap UMKM pasar tradisional di Indonesia menemukan bahwa adopsi teknologi digital berpengaruh positif terhadap kinerja usaha dan keberlanjutan bisnis, terutama apabila didukung oleh literasi keuangan dan kesiapan teknologi yang memadai.

Persaingan antara pasar tradisional dan pasar digital bukanlah hubungan yang saling meniadakan, melainkan dapat berkembang dalam bentuk integrasi. Salah satu pendekatan yang relevan adalah strategi omni-channel, yaitu mengombinasikan layanan offline dan online untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif. Temuan Breliana & Febriyanti, (2024) menunjukkan bahwa penerapan strategi omni-channel melalui media sosial dan platform digital mampu memperluas jangkauan pemasaran pasar tradisional tanpa menghilangkan karakteristik interaksi langsung yang menjadi ciri khasnya.

Dengan demikian, keberlanjutan pasar tradisional di era digital sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam mengintegrasikan keunggulan tradisional yang dimiliki dengan pemanfaatan teknologi digital secara bertahap. Dukungan pemerintah melalui penyediaan infrastruktur digital, peningkatan literasi digital pedagang, serta pengembangan sistem pemasaran berbasis teknologi menjadi faktor penting untuk memperkuat daya saing pasar tradisional. Digitalisasi yang dilakukan secara adaptif dan sesuai dengan karakteristik lokal tidak hanya membantu pasar tradisional bertahan, tetapi juga membuka peluang untuk berkembang secara berkelanjutan dalam ekosistem ekonomi digital. Berikut adalah beberapa bentuk persaingan pasar tradisional melalui media digital atau online sebagai berikut :

a. Pedagang Pasar Tradisional Di-commerce

Pasar tradisional di Indonesia kini mengalami transformasi dengan memanfaatkan e-commerce untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing. Digitalisasi pasar tradisional bukan hanya sekadar tren, melainkan kebutuhan untuk bertahan dan berkembang di era digital. Salah satu tantangan utama yang dihadapi pasar tradisional adalah persaingan dengan pasar modern, terutama yang memiliki modal besar, yang sering kali menawarkan produk dengan harga jauh lebih murah dibandingkan dengan harga di pasar tradisional untuk produk yang sama.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pasar tradisional di Desa Sukamukti, berbagai platform belanja digital seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada telah tersedia. Bahkan, semua bentuk transaksi yang memanfaatkan jaringan internet menawarkan berbagai pilihan dengan sangat baik. Setiap pengunjung atau calon pembeli dapat dengan mudah mengakses platform belanja digital tersebut, hanya dengan satu klik, informasi mengenai jenis produk, deskripsi, harga, serta ongkos kirim akan langsung muncul. Sebagai contoh, seorang penjual sayur di pasar tradisional yang membuka toko di Tokopedia, kemudian bersaing dengan penjual sayuran lainnya yang juga menjual produk mereka melalui platform yang sama.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan e-commerce memberikan pengaruh besar terhadap pola persaingan pasar tradisional. Pedagang tidak lagi hanya bersaing dengan sesama pedagang di pasar lokal, tetapi juga dengan penjual dari berbagai daerah melalui platform digital. Temuan ini mendukung penelitian Pangestu (2025) yang menyatakan bahwa marketplace digital telah mengubah sistem perdagangan masyarakat menjadi lebih terbuka dan kompetitif. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan Kurniasari et al. (2023) yang menjelaskan bahwa adopsi teknologi digital dapat meningkatkan keberlanjutan usaha dan memperluas jangkauan pemasaran UMKM di pasar tradisional.

Namun demikian, pemanfaatan e-commerce oleh pedagang Pasar Tradisional Desa Sukamukti masih tergolong rendah. Sebagian besar pedagang hanya mengetahui keberadaan platform digital tanpa memahami strategi pemasaran digital secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi digital pedagang masih menjadi kendala dalam proses transformasi digital pasar tradisional. Temuan ini sesuai dengan penelitian Wisti dan Putra Kedua (2025) yang menyatakan bahwa keterbatasan kemampuan teknologi menjadi hambatan utama dalam digitalisasi pasar tradisional.

b. Live Streaming Penjualan

Live streaming penjualan adalah teknik pemasaran di mana penjual melakukan siaran langsung melalui platform digital untuk mempromosikan dan menjual produk atau layanan mereka. Selama sesi live, penjual dapat menunjukkan produk, menjawab pertanyaan audiens secara langsung, dan menawarkan promo khusus untuk mendorong pembelian secara instan. Metode ini menggabungkan elemen hiburan, edukasi, dan interaksi langsung, menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal dan menarik bagi konsumen. Adapun beberapa platform yang mendukung live streaming penjualan seperti. Shopee Live, Tokopedia Play, Instagram Live & Facebook Live, dan TikTok Shop.

Hasil penelitian di pasar tradisional desa Sukamukti menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang belum sepenuhnya memahami konsep live streaming. Umumnya, mereka hanya mengetahui keberadaan fitur ini melalui platform media sosial seperti TikTok, Shopee Live, atau Facebook Live, namun belum pernah memanfaatkannya secara langsung. Meski belum terbiasa dengan teknologi tersebut, mayoritas pedagang mengungkapkan ketertarikan untuk mencoba, terutama jika tersedia pelatihan atau bimbingan. Mereka menilai live streaming berpotensi membantu meningkatkan jumlah pelanggan, khususnya dari luar wilayah sekitar.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa live streaming memiliki potensi besar sebagai strategi pemasaran digital bagi pedagang pasar tradisional. Sistem ini memungkinkan pedagang menjalin komunikasi langsung dengan konsumen sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan minat beli masyarakat. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Sujatmiko et al. (2022) yang menjelaskan bahwa digital entrepreneurship dan pemanfaatan media digital dapat meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital.

Selain itu, penggunaan live streaming juga dapat menjadi sarana promosi yang lebih murah dan efektif dibandingkan pemasaran konvensional. Akan tetapi, keterbatasan kemampuan penggunaan teknologi, kurangnya pelatihan, dan rendahnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital menyebabkan pedagang belum mampu memanfaatkan fitur tersebut secara optimal. Kondisi ini memperlihatkan perlunya dukungan pemerintah maupun pengelola pasar dalam memberikan pelatihan literasi digital kepada pedagang pasar tradisional.

c. Pemesanan Online dan Layanan Antar

Layanan pemesanan online dan pengantaran merupakan dua elemen kunci dalam sistem e-commerce yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa tanpa harus mengunjungi toko secara langsung. Kedua layanan ini kini telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, terutama di wilayah perkotaan seperti Jakarta. Dalam konteks transformasi digital, pemesanan online dan layanan antar memainkan peran yang signifikan, khususnya bagi pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Dengan memanfaatkan fasilitas ini, UKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka di tengah persaingan digital yang semakin ketat.

Pemesanan online merupakan aktivitas membeli produk atau layanan melalui media digital, seperti aplikasi seluler atau situs web. Dalam proses ini, konsumen dapat memilih barang yang diinginkan, memasukkannya ke dalam keranjang belanja, dan menyelesaikan pembayaran secara digital tanpa harus melakukan interaksi langsung dengan penjual. Adapun contoh Pemesanan Online seperti, GoFood atau GrabFood, Tokopedia atau Bukalapak, Traveloka atau Tiket.com.

Layanan antar merupakan metode pengiriman makanan atau barang dari pihak penjual kepada pembeli setelah pesanan dikonfirmasi. Pengiriman ini umumnya dilakukan oleh kurir atau

pengemudi yang bermitra dengan aplikasi pengantaran atau platform e-commerce. Adapun contoh Layanan Antar seperti, GoSend atau GrabExpress, JNE atau Tiki, dan Pengantara produk yang dibeli secara online langsung ke alamat pembeli.

Berdasarkan hasil penelitian di pasar tradisional desa Sukamukti, sebagian besar pedagang belum memanfaatkan pemesanan online dan layanan antar secara aktif dalam kegiatan usaha mereka. Beberapa pedagang masih bergantung pada pemesanan melalui telepon atau WhatsApp pribadi, dan belum terhubung dengan platform digital seperti marketplace atau aplikasi ojek online. Meski begitu, beberapa pedagang mulai menyadari bahwa pemesanan online dan layanan antar dapat membantu menjangkau konsumen yang tidak bisa datang langsung ke pasar terutama mereka yang berada di luar daerah atau memiliki jadwal padat. Namun mereka mengungkapkan belum mengetahui cara mengelola sistem ini dengan efektif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemesanan online dan layanan antar memiliki peluang besar dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional apabila diterapkan secara optimal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Purwanto et al. (2021) yang menyatakan bahwa transformasi pasar tradisional menuju sistem digital dapat membantu meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas jangkauan konsumen. Selain itu, penelitian Prananingtyas dan Zulaekhah (2021) juga menjelaskan bahwa pemanfaatan sistem logistik dan distribusi berbasis teknologi dapat meningkatkan efektivitas perdagangan dan daya saing usaha.

Namun demikian, keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi, dan kurangnya pendampingan menjadi hambatan utama dalam penerapan layanan pemesanan online dan layanan antar di Pasar Tradisional Desa Sukamukti. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah daerah, pengelola pasar, dan pihak terkait dalam menyediakan pelatihan, pendampingan, serta fasilitas digital agar pedagang pasar tradisional mampu beradaptasi dengan perkembangan sistem perdagangan modern.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem persaingan pasar tradisional melalui media digital di Pasar Tradisional Desa Sukamukti masih berada pada tahap awal perkembangan. Meskipun sebagian besar pedagang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, terdapat kesadaran dan minat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi perdagangan digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa pasar tradisional masih memiliki peluang besar untuk berkembang dan bersaing apabila didukung dengan peningkatan literasi digital, pelatihan teknologi, serta penguatan sistem pemasaran berbasis digital.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Pasar Tradisional Desa Sukamukti memiliki potensi yang cukup besar dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern maupun pasar digital. Potensi tersebut terlihat dari beberapa faktor utama, yaitu harga produk yang relatif terjangkau, lokasi pasar yang strategis, kualitas pelayanan yang baik, serta kelengkapan produk yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Keberadaan pasar yang berada di pusat aktivitas masyarakat menjadikan Pasar Tradisional Desa Sukamukti tetap menjadi pilihan masyarakat dalam melakukan aktivitas perdagangan dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Dari aspek harga, pasar tradisional masih memiliki keunggulan melalui sistem tawar-menawar dan fleksibilitas harga yang memberikan keuntungan bagi konsumen. Selain itu, hubungan sosial antara pedagang dan pembeli menjadi nilai khas yang memperkuat loyalitas pelanggan terhadap pasar tradisional. Dari segi lokasi, aksesibilitas pasar yang mudah dijangkau masyarakat dari berbagai wilayah sekitar menjadi faktor penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan aktivitas transaksi di pasar.

Kualitas pelayanan pedagang juga menunjukkan kondisi yang cukup baik melalui sikap ramah, komunikasi yang baik dengan pembeli, dan perhatian terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, kelengkapan produk yang tersedia di pasar memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu tempat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pasar tradisional masih memiliki fungsi penting sebagai pusat ekonomi masyarakat lokal.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah menciptakan perubahan dalam sistem perdagangan masyarakat. Kehadiran e-commerce, live streaming penjualan, serta layanan pemesanan online dan layanan antar menjadi bentuk persaingan baru yang dihadapi pasar tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang Pasar Tradisional Desa Sukamukti belum memanfaatkan media digital secara optimal dalam kegiatan perdagangan mereka. Rendahnya literasi digital, keterbatasan pengetahuan teknologi, serta minimnya pelatihan menjadi hambatan utama dalam proses digitalisasi pasar tradisional.

Meskipun demikian, sebagian besar pedagang menunjukkan minat dan kesiapan untuk memanfaatkan teknologi digital apabila tersedia pendampingan dan pelatihan yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi pasar tradisional memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai strategi meningkatkan daya saing pasar tradisional di era ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pengelola pasar, dan masyarakat dalam mendukung pengembangan pasar tradisional melalui peningkatan fasilitas, penguatan sumber daya manusia, serta pelatihan literasi digital bagi para pedagang.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, disarankan kepada pemerintah daerah dan pengelola pasar untuk terus melakukan revitalisasi pasar tradisional melalui peningkatan fasilitas, kebersihan, kenyamanan, dan infrastruktur pendukung agar mampu meningkatkan daya tarik pasar bagi masyarakat.

Selain itu, perlu adanya pelatihan dan pendampingan literasi digital bagi pedagang pasar tradisional, khususnya dalam pemanfaatan e-commerce, media sosial, live streaming penjualan, serta layanan pemesanan online dan layanan antar agar pedagang mampu beradaptasi dengan perkembangan perdagangan digital. Pedagang pasar tradisional juga diharapkan mulai memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi dan pemasaran untuk memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan daya saing usaha mereka. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih mendalam mengenai efektivitas digitalisasi terhadap peningkatan pendapatan pedagang pasar tradisional serta menggunakan pendekatan penelitian yang lebih luas, seperti metode kuantitatif atau mixed methods, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai keberlanjutan pasar tradisional di era digital.

Daftar Pustaka

- Artha Kusuma, P. G., Pambudi, H. K., & Yulianti, F. (2020). Perancangan Ulang Model Rantai Pasok Pasar Tradisional Digital. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 6(3), 216–220. <https://doi.org/10.33197/jitter.vol6.iss3.2020.436>
- AZIZUL, M. (2024). Revitalisasi Pasar Tradisional Berkonsep VRIO, Heritage Tourism dan IPTEK Guna Memperkuat Eksistensi Pada Era Society 5.0. In *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*.
- Breliana, N., & Febriyanti, S. N. (2024). Disrupsi dan Digitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kualitatif Penerapan Omni Channel di Pasar Turi Baru Surabaya). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(5), 4940–4946. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i5.4333>
- Chaniago, H. (2022). The effect innovation cloning to small business success: Entrepreneurial perspective. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00245-0>

- Gullino, M. L., Albajes, R., Al-Jboory, I., Angelotti, F., Chakraborty, S., Garrett, K. A., Hurley, B. P., Juroszek, P., Lopian, R., Makkouk, K., Pan, X., Pugliese, M., & Stephenson, T. (2022). Climate Change and Pathways Used by Pests as Challenges to Plant Health in Agriculture and Forestry. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su141912421>
- Hartanto, B. (2025). Ekonomi Lokal, Kesejahteraan Masyarakat, Pasar Haji Sani, Pasar Tradisional. *SKIEJ Sunan Kalijaga Islamic Economics Journal*, 4(1), 67–79.
- Kurniasari, F., Lestari, E. D., & Tannady, H. (2023). Pursuing Long-Term Business Performance: Investigating the Effects of Financial and Technological Factors on Digital Adoption to Leverage SME Performance and Business Sustainability—Evidence from Indonesian SMEs in the Traditional Market. *Sustainability (Switzerland)*, 15(16). <https://doi.org/10.3390/su151612668>
- Luu, D. T. (2020). Institutional factors, entrepreneurship capital types, and economic growth in Asian countries. *Economic Journal of Emerging Markets*, 12(2), 179–192. <https://doi.org/10.20885/ejem.vol12.iss2.art5>
- Meylani, M., Suratno, A. I., Khumayah, S., & Wulandari, S. (2024). Traditional Market Revitalization in the Perspective of Public Policy Implementation (Study in Kuningan Regency Traditional Market). *Jurnal Polisi*, 2(2), 100–112. <https://doi.org/10.62885/polisci.v2i2.523>
- Mulyana, S., Wulandari, J., & Liani, F. (2024). Pengaruh Pasar Modern terhadap Keberlangsungan Pasar Tradisional di Indonesia The Influence of Modern Markets on the Sustainability of Traditional Markets in Indonesia. *Jurnal Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(12), 4689–4695. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i12.6623>
- Murti, A. D., Sheviyani, H., & Desiree, H. S. (2024). Systematic Literature Review: Evaluasi Dampak Stakeholder Setelah Revitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia Yaafi. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*, 3(3), 153–161. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i3.291>
- Pangestu, A. P. (2025). Pasar Tradisional Dalam Genggaman Digital: Minat Konsumen di Era Marketplace. *Jurnal Sosial Teknologi*, 5(9), 3366–3372. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v5i9.32400>
- Pasarela, H. (2021). Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Pasar Paya Ilang). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), 1106–1114.
- Prakoso, Y. B., & Rotalisasi, A. (2025). Revitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia: Studi Kasus Pasa Ateh Bukittinggi dan Pasar Prawirotaman Yogyakarta. *Jurnal Lingkungan Karya Arsitektur*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.37477/lkr.v4i1.708>
- Prananingtyas, P., & Zulaekhah, S. (2021). The effect of logistics management, supply chain facilities and competitive storage costs on the use of warehouse financing of agricultural products. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(2), 457–464. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.1.005>
- Pratma, A. (2025). Transformasi Ekonomi Lokal melalui Digitalisasi Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Petisah Medan *Jurnal Ilmu Hukum, Ilmu Sosial dan Ekonomi*. 3, 13–17.
- Purba, D. S. B., Tanjung, H. Y., Saragih, M. A., & Dwi, P. (2024). SURVIVAL STRATEGIES OF TRADITIONAL MARKET TRADERS IN THE DIGITAL ERA: A CASE STUDY ON THE TRANSFORMATION TO MODERN MARKET. *PERSPEKTIF: Journal of Social and Library Science*, 2(3).
- Purwanto, H., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2021). Traditional Market Transformation Into Digital Market (Indonesian Traditional Market Research Library). *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 1980–1988.
- Raditha, H., Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). The Impact of Customer Engagement and Selected Higher Order Marketing Constructs on Airline Passenger Loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 34(1), 1–5.
- Rahmani, N. B., Aslami, N., & Tambunan, K. (2024). *The Traditional Market Development Strategy in North*. 7(1), 1292–1316.
- Rasda, M., & Hm, R. (2025). Dynamics of Traditional Market Sustainability: Bibliometric Analysis in the Era of Competition with Modern Markets-M. Rasda et.al Dynamics of Traditional Market

- Sustainability: Bibliometric Analysis in the Era of Competition with Modern Markets. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia (JIM-ID)*, 4(05), 294–307. <https://doi.org/10.58471/esaprom.v4i05>
- Rifaldo, M., & Franciskus Antonius Alijoyo. (2025). *Kajian Pemahaman Para Pelaku Bisnis di Pasar Tradisional Terhadap Efek Digitalisasi dan Strategi Untuk Meningkatkan Pendapatan*. 10(1), 63–63.
- Salsabila, E., Virgiawan, T., Ardiansyah, R., & Hendra, J. (2024). Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Daerah Kecamatan Bengkalis. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(12), 4682–4688. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i12.6621>
- Sholih, M., & Hilal Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Al Falah Gresik, N. (2022). *Persaingan Dagang Antara Pasar Tradisional Dengan Pasar Digital (Online) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Sekitar*. 1(1), 8.
- Sujatmiko, A., Mohammad, Arifianti, R., & Widya. (2022). The Effect of Digital Entrepreneurship on Creative Cities in the Pandemic Covid-19 Era. *International Journal of Economics and Business Administration*, X(Issue 4), 82–100. <https://doi.org/10.35808/ijeba/789>
- Syukria, A. (2023). Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 306–311. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.221>
- Tetep, Dahlena, A., Hamdani, N. A., Widyanti, T., & Suherman, A. (2024). Digitalization of the Economy and Traditional Market Economic Behavior in Social Studies Perspective. In R. Hurriyati, L. A. Wibowo, A. G. Abdullah, Sulastris, Lisnawati, & Y. Murtafdo (Eds.), *Proceedings of the 7th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2022)* (Vol. 255, pp. 300–309). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_29
- Thahir, B., Azikin, A., Nurhascaryani, P., Masrich, A., Tjenreng, M. Z. B., Cahyono, Y., Koho, I. R., Thahir, B., Azikin, A., Nurhascaryani, P., Masrich, A., Tjenreng, M. Z. B., Cahyono, Y., & Koho, I. R. (2020). Revitalizing the Role of Regional Governments in Empowering Traditional Market Traders in Dki Jakarta. *Journal of Archeology of Egypt/Egyptology*, 17(9), 146–154.
- Wibawa, S., Firdaus, R. S. M., Indroyono, P., Dumairy, D., & Savitri, L. A. (2024). Preserving Traditional Market in Indonesia Based on the New Public Governance Perspective. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.4018/IJABIM.349223>
- Wisti, W., & Putra Kedua, A. (2025). Hegemoni Digitalisasi Pasar Tradisional di Era Revolusi 5.0: Studi Kasus Pasar Atas Baru Cimahi. *Intellect : Indonesian Journal of Learning and Technological Innovation*, 4(1), 90–95. <https://doi.org/10.57255/intellect.v4i1.1362>
- Yulianti, N. M. D. R., & Kintani, A. C. S. (2020). Revitalization: New opportunities or new problems? The perspective of trader. *International Journal of Business, Economics & Management*, 3(1), 177–185. <https://doi.org/10.31295/ijbem.v3n1.185>
- Yuni, I. D., Lubis, F. A., & Arif, M. (2024). Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Persaingan Di Era Digital Kabupaten Asahan. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 190–197. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i3.3339>