

Pengaruh Tiktok Shop terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Tanjung dan Ambulu Kabupaten Jember

Nadia Ulva Febrianti

Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Shalsa Aina Widi Zahrafani

Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Wafiatul Afifah

Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Alamat: Jl. Kalimantan No.37, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember

Korespondensi penulis: shalsaaaina@gmail.com

Abstract. *A traditional market is a place built and managed by the government or private sector in the form of stalls, booths or shops. Without realizing it, the market is also a place for social interaction, because the market is a place where bargaining takes place between sellers and buyers. However, along with the development of technology and science, the existence of the tiktok shop application has made activities in the market increasingly quiet, the income of market traders has decreased, and customers have switched to online shops because they are looking for goods at more reasonable prices with better quality. This research uses the lens of conflict theory presented by Ralf Dahrendorf. According to Dahrendorf, conflict theory is that every society at every point is subject to processes of change. The purpose of this study is to determine the impact of the presence and absence of tiktok shop for traditional market traders. This type of research uses qualitative research with a phenomenological approach. The results of this study show that there is indeed a gap between market traders due to the impact of the covid phenomenon and the emergence of the tiktok shop, the impact is still felt even though the tiktok shop has been closed, such as the impact of decreased income for market traders. Market traders in Ambulu and Tanjung hope that market conditions will soon recover to what they were before the tiktok shop.*

Keywords: *Traditional Market, Tiktok Shop, Technology, Ralf Dahrendorf*

Abstrak. Pasar tradisional merupakan suatu tempat yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah atau swasta dalam bentuk kios, stan atau toko. Tanpa disadari pasar juga menjadi tempat terjadinya interaksi sosial, karena pasar merupakan tempat berlangsungnya tawar-menawar antara penjual dengan pembeli. Namun seiring perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan adanya aplikasi tiktok shop menjadikan aktivitas di pasar semakin sepi, pendapatan para pedagang pasar menurun, dan pelanggan beralih ke online shop karena mencari barang dengan harga yang lebih masuk akal dengan kualitas yang lebih baik. Penelitian ini menggunakan kacamata teori konflik yang disampaikan oleh Ralf Dahrendorf. Menurut Dahrendorf teori konflik merupakan setiap masyarakat pada setiap titik tunduk pada proses-proses perubahan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak ada dan tidak adanya tiktok shop bagi pedagang pasar tradisional. Jenis penelitian ini menggunakan

penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil dari penelitian ini memang benar adanya kesenjangan antara pedagang pasar karena dampak dari adanya fenomena covid dan munculnya tiktok shop, dampak tersebut masih terasa meskipun tiktok shop sudah ditutup seperti dampak menurunnya penghasilan para pedagang pasar. Para pedagang pasar di Ambulu dan Tanjung berharap kondisi pasar segera pulih seperti keadaan sebelum adanya tiktok shop.

Kata kunci: Pasar Tradisional, Tiktok Shop, Teknologi, Ralf Dahrendorf

LATAR BELAKANG

Sejarah pasar di Indonesia sudah ada bahkan sebelum republik Indonesia terbentuk. Pasar tradisional muncul karena orang-orang menjalankan bisnis mereka di lokasi terbuka yang berdekatan antar sesama penjual seperti lapangan, jalan dan pasar ini tempatnya berdekatan dengan pemukiman penduduk. Pasar tradisional telah menjadi tempat berlangsungnya jual beli dalam kurun waktu yang lama, dengan umur pasar yang sudah berdiri sekitar 10 tahunan, karena pada dasarnya perdagangan di pasar menggunakan cara tradisional. Pasar tradisional sendiri sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan hidup orang banyak dan terutama pada masyarakat menengah kebawah. Dalam pandangan orang Jawa, pasar tradisional bukan hanya tempat untuk melakukan transaksi jual beli. Pasar tradisional memiliki peran lebih dari sekedar sebagai pusat kegiatan ekonomi. Bagi para pelaku pasar, pasar tradisional mempunyai fungsi sebagai tempat untuk berinteraksi sosial dan sebagai wadah untuk mencapai tujuan mereka, termasuk aspek perekonomian.

Pada tahun 2019, munculnya peristiwa Covid-19 menjadikan para konsumen pasar tradisional berpindah tempat untuk membeli kebutuhan rumah. Mereka memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan kebutuhan yang mereka inginkan melalui aplikasi belanja online. Teknologi mengalami perkembangan dari masa ke masa dengan pesat. Berbagai inovasi dari teknologi yang tentu saja dapat memanjakan kehidupan manusia. Kemajuan perkembangan zaman khususnya dalam bidang teknologi belanja *online* merubah gaya hidup belanja pada masyarakat milenial. Melalui kemudahan atau perluasan pasar yang dilakukan penyedia sarana telekomunikasi, internet hampir dapat dinikmati dimana saja dan kapan saja (Prasetyo, 2013). Awal kemunculan aplikasi belanja *online* masyarakat seakan-akan diberi kemudahan dalam berbelanja, kemudahan yang didapat dari menggunakan aplikasi tersebut membuat masyarakat beralih dalam cara berbelanja. Semakin berkembangnya berbagai *e-commerce* membuat aktivitas berbelanja masyarakat menjadi meningkat.

Setiap orang dapat mengakses kebutuhannya melalui *e-commerce*. Sebelum kita membahas lebih lanjut, maka kita perlu mengetahui penjelasan singkat tentang apa itu *e-commerce*?. Awal mula perkembangan *e-commerce* terjadi pada tahun 1960-1979, ditandai dengan adanya jaringan transaksi *e-commerce* melalui *primitive computer network*, yaitu EDI (*Electronic Data Interchange*). Pada tahun tersebut jaringan EDI dimanfaatkan untuk mengirim data dokumen antar mesin kepada perusahaan serta mengirim data keuangan antar perusahaan. Pada awal tahun 1990-an muncul teknologi komersial salah satunya yaitu *electronic commerce* (e-commerce). Seiring berkembangnya zaman lahirlah aplikasi belanja online seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Zalora dan Tik Tok Shop. Munculnya berbagai aplikasi belanja *online* membuat budaya belanja masyarakat perlahan-lahan berganti. Kemudahan dalam berbelanja sekaligus harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan toko offline membuat poin ini menjadi alasan terbesar masyarakat beralih budaya berbelanja.

Aplikasi Tiktok merupakan media distribusi video berdurasi singkat yang berasal dari China, Tiktok masuk ke Indonesia pada tahun 2017. Namun pada tahun 2021, Tiktok menambah fitur yaitu Tiktok Shop. Tiktok Shop merupakan sebuah layanan *e-commerce* yang diharapkan dapat menjangkau *kreator*, penjual, pembeli dengan menjamin kemudahan dan harga yang murah. Perkembangan Tiktok di Indonesia selama hampir 3 tahun ini terlihat sangat signifikan, masyarakat Indonesia menjadi negara dengan pengguna Tiktok terbanyak ke-2 di Dunia.

Tiktok shop menjadikan perubahan secara signifikan dalam perdagangan dan pola konsumsi yang berlangsung di era modern ini. Adanya perubahan pola perdagangan, dimana tiktok shop mewakili salah satu bentuk perdagangan online yang sedang berkembang pesat, banyak aktivitas perdagangan yang beralih ke platform digital yang dapat memberikan dampak terhadap eksistensi pasar tradisional. Kemudian terjadi potensi disrupsi dimana tiktok shop memiliki potensi untuk mengganggu pasar tradisional yang bisa mengarah pada pergeseran konsumen dari pasar tradisional ke platform digital sehingga dapat mengancam eksistensi pasar tradisional yang sudah ada selama bertahun-tahun. Platform tiktok shop juga bisa mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, termasuk pemilihan produk, dan kebiasaan berbelanja yang bisa mempengaruhi ekonomi dan perilaku konsumen.

KAJIAN TEORITIS

Pengaruh adanya Tiktok terhadap pedagang di pasar tradisional dikaji menggunakan teori konflik oleh Ralf Dahrendorf. Teori Konflik menjelaskan bahwa konflik merupakan bagian alami dari interaksi dalam masyarakat yang tercipta dari interaksi sosial. Dahrendorf mengatakan bahwa konflik adalah sesuatu yang wajar dan alami dalam kehidupan sosial. Ada dua jenis konflik yaitu konflik karena kepentingan (seperti persaingan atas sumber daya) dan konflik karena nilai (perbedaan dalam keyakinan atau norma). Kekuasaan juga sangat penting dalam teori ini, karena konflik sering kali muncul karena persaingan untuk mengendalikan kekuasaan. Konflik dapat mendorong perubahan sosial, dan integrasi sosial juga penting untuk mengurangi konflik. Dalam penelitian ini berfokus pada konflik karena adanya kepentingan, fenomena adanya Tiktok shop merupakan bentuk dari adanya suatu kepentingan yang berkaitan dengan sumber daya, kekuasaan dan hak-hak. Munculnya Tiktok shop membuat pedagang di pasar tradisional merasa bahwa mobilitas pembeli berkurang karena adanya Tiktok Shop. Konflik sering muncul karena adanya persaingan atas sumber daya dan otoritas yang menyangkut dengan aspek ekonomi. Konflik muncul untuk mendorong perubahan yang baru dalam masyarakat, muncul inovasi baru yang membuat struktur sosial dalam masyarakat juga berubah.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan fenomenologi. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk menguji apakah fenomena yang didapatkan sesuai dengan teori yang telah dipilih. Penelitian ini kami melakukan setting lokasi di Pasar Tradisional Tanjung dan Pasar Tradisional Ambulu Kabupaten Jember.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi. Fenomenologi merupakan pemaknaan secara umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena (Creswell, 2015). Pendekatan fenomenologi ini berfokus untuk memahami pengalaman yang dialami oleh beberapa individu terkait dengan fenomena yang terjadi termasuk interaksinya dengan lingkungan sekitar.

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan yang paling penting. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, dengan melakukan wawancara mendalam yang bertujuan tidak hanya untuk menggali data, namun untuk membuka makna yang terdapat dalam latar penelitian. Agar wawancara efektif, maka terdapat berapa tahapan yang harus dilalui, yaitu mengenalkan diri, menjelaskan maksud kedatangan, menjelaskan materi wawancara, dan mengajukan pertanyaan (Yunus, 2010: 358). Pada saat melakukan

wawancara peneliti melontarkan beberapa pertanyaan kepada informan untuk menggali data sedetail mungkin sehingga peneliti bisa memahami secara mendalam terhadap fenomena yang sebenarnya terjadi di lapangan. Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga bisa didapatkan melalui dokumentasi dalam bentuk foto, audio, video sebagai sarana pendukung penelitian.

Dalam penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2018:138). Informan yang kami wawancara merupakan pedagang pasar tradisional yang sudah mempunyai pengalaman berjualan selama 5 tahun lebih, sehingga para peneliti bisa menggali pengalaman para penjual lebih mendalam.

Analisis data merupakan usaha mencari dan merapikan secara sistematis catatan dari hasil observasi, wawancara guna meningkatkan pemahaman peneliti terhadap fenomena yang sedang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Ada beberapa tahapan dalam menganalisis data diantaranya adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kemudian setelah analisis data selesai diperlukan uji keabsahannya guna menemukan siklus persamaan data. Dalam uji keabsahan data teknik yang digunakan yaitu triangulasi data. Triangulasi data merupakan proses menilai kecukupan data dari hasil persatuan beberapa sumber pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika Pedagang di Pasar Tradisional

Sebelum terjadinya Covid 19 pasar tradisional merupakan tempat dimana pedagang dan pembeli berinteraksi secara langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Pasar tradisional ini terdiri dari kios hingga kompleks pertokoan yang menawarkan berbagai produk barang dagang. Dalam proses interaksi mereka melakukan transaksi jual beli secara langsung, dimana pembeli berinteraksi secara langsung dengan pedagang, bertanya tentang produk, bernegosiasi terkait harga, hingga mencoba produk sebelum membeli. Kondisi pasar tradisional sebelum adanya Covid-19 selalu ramai hingga pedagang bisa menentukan hari-hari dimana tidak sepi pengunjung. Informan menuturkan bahwa keuntungan yang mereka dapatkan pada saat sebelum adanya Covid-19 bisa mencapai jumlah besar di setiap harinya.

Para pedagang merasakan manfaat dari kerumunan pembeli yang datang untuk berbelanja dan menikmati pengalaman unik yang hanya bisa ditemukan di pasar tradisional.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, pedagang di pasar tradisional Ambulu dan Tanjung menghadapi sejumlah tantangan selama pandemi Covid-19, dengan aturan yang diturunkan oleh pemerintah untuk mengurangi kegiatan diluar ruangan demi mencegah penularan virus Corona. Fenomena tersebut menjadikan penurunan pengunjung karena adanya pembatasan mobilitas yang berdampak pada pendapatan di pasar tradisional, para pedagang mengeluh karena konsumen memilih berbelanja secara daring. Beberapa pedagang pasar tradisional di Ambulu maupun Tanjung mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut sementara yang lain sedang berusaha berjuang untuk menjaga usaha mereka supaya tetap berjalan. Para peneliti sepakat bahwa pandemi COVID-19 telah menimbulkan berbagai masalah dalam perekonomian global (Limbong dan Fitri, 2023) seperti halnya yang terjadi dalam pasar tradisional perekonomian para pedagang menurun secara signifikan.

Perubahan Budaya Berbelanja Masyarakat

Perubahan sosial merupakan proses yang terus terjadi dari masa ke masa, dari waktu ke waktu membuat mobilitas sosial masyarakat menjadi berkurang. Budaya berbelanja masyarakat yang sebelumnya secara *akad* atau pembelian barang dengan serah terima membuat banyak dari masyarakat yang beralih ke e-commerce. Perubahan yang terjadi dimasyarakat merupakan akibat dari interaksi sosial dan keinginan masyarakat untuk berubah sehingga perubahan ini tidak bisa dihindarkan. Seringkali perubahan yang terjadi dalam masyarakat menimbulkan konflik yang tidak dapat dihindari. Perubahan sosial dalam masyarakat ini berkaitan erat dengan teknologi dimana teknologi mempunyai peran yang sangat besar, perkembangan teknologi khususnya dalam era modernisasi dan digitalisasi membuat banyak kegiatan atau kebutuhan manusia dapat dimudahkan. Namun, disamping adanya kemudahan tentu saja perkembangan teknologi ini bagi beberapa pihak merugikan. Berdasarkan fenomena ini, adanya Tiktok Shop membuat banyak pedagang di pasar tradisional merasa dirugikan karena adanya inovasi teknologi ini. Dalam pandangan sosiologi perubahan seperti ini merupakan bentuk dari evolusi, perubahan manusia dari kehidupan yang sederhana menuju ke kehidupan yang lebih maju.

Masyarakat lebih memilih berbelanja secara daring, karena mempertimbangkan kesehatan dan mencegah penyebaran virus. Namun, ketidaksadaran masyarakat dalam memanfaatkan aplikasi tersebut menjadikan mereka bergaya hidup konsumtif. Adanya aplikasi Tiktok shop sebagai aplikasi berbelanja secara daring berpengaruh pada perkembangan

penjualan di dalam pasar. Selama kurang lebih 3 tahunan semenjak adanya tiktok shop para pedagang pasar mengalami kesulitan untuk bersaing, karena barang yang dijual di pasar dengan di tiktok shop mengalami perbandingan harga yang jauh.

Rata-rata pedagang pasar di Ambulu dan Tanjung merasakan dampak dari adanya aplikasi tiktok shop seperti sepi pembeli, pendapatan menurun secara drastis, dan ada beberapa pedagang yang sampai gulung tikar. Tidak semua pedagang pasar tradisional mempunyai tempat berjualan milik pribadi akan tetapi sebagian dari mereka ada yang menyewa tempat untuk berjualan. Sebelum adanya aplikasi tiktok shop para pedagang pasar mengalami masa kejayaannya dalam berdagang, karena pasar tetap menjadi kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

“Ngga berani banyak-banyak soalnya penurunan sudah pesat yang penghasilan 4 sampai 5 juta turun 1,5 juta kan sudah bedanya jauh, jadi kita nggak berani nyetok barang terlalu banyak itu nggak berani jadinya kita selalu ganti barang aja”

Jawaban yang terlontar oleh informan ketika peneliti menanyakan terkait dengan adanya tiktok shop yang dapat merugikan pedagang pasar. Para pedagang tradisional tidak mau mengambil barang kepada produsen terlalu banyak untuk dijual karena dampak dari adanya tiktok shop ini begitu terlihat. Beberapa informan yang kami teliti, mereka mempunyai toko sendiri dan tidak menyewa, sehingga mereka tidak mengalami kesulitan untuk membayar sewa toko, menggaji karyawan, membayar listrik dan biaya-biaya yang tak terduga lainnya. Terlepas dari biaya-biaya yang harus dibayarkan para pedagang menuturkan untuk terus berusaha mencari cara agar usaha yang mereka jalankan tetap stabil. Mereka menyadari bahwa ada tantangan dalam menjaga usahanya supaya terus berkembang, namun mereka juga berkomitmen untuk mengatasi tantangan tersebut tanpa harus meninggalkan pekerjaan atau profesi yang mereka tekuni saat ini. Keputusan untuk tetap memilih berpegang pada profesinya merupakan salah satu bukti kesetiaan terhadap pekerjaannya.

“Kalo pindah profesi sih enggak, cuman kita masih pastikan cari jalan, gimana bisa tetep berjualan dengan stabil gitu, intinya nanti entah kita jualan di rumah, keliling atau gimana”

Jawaban tersebut dilontarkan ketika peneliti bertanya tentang berganti profesi karena keadaan pasar yang sepi pembeli. Para informan kami tidak pernah berpikiran untuk beralih profesi atau berhenti menjalani usaha ini, karena rata-rata informan yang kami temui sudah berdagang sangat lama sehingga ikatan batin dengan pekerjaan mereka seakan-akan tidak dapat dipisahkan. Pernyataan yang dituturkan oleh para pedagang ini menunjukkan tekad dan

kesungguhan mereka dalam berdagang, mereka juga memiliki keinginan untuk memastikan kelangsungan usaha mereka dan para pedagang siap untuk mengatasi setiap tantangan yang muncul, hal ini mencerminkan semangat kewirausahaan yang kuat, kemauan untuk terus berkembang, dan menciptakan kreativitas guna menemukan solusi dalam menjaga stabilitas usaha mereka.

Mayoritas pedagang pasar tradisional di Ambulu dan Tanjung berharap fenomena ini segera kembali seperti dahulu. Para pedagang berharap kondisi pasar kembali dengan kondisi seperti sebelumnya yang selalu ramai, adanya proses tawar menawar antara pedagang dengan pembeli, sehingga bisa memperbaiki pendapatan mereka dan memastikan kelangsungan usahanya. Mereka juga berharap bahwa kehadiran pembeli dapat memberikan dorongan positif bagi perekonomian lokal yang bisa menciptakan keadaan lebih sejahtera bagi semua pihak yang terlibat dalam pasar tradisional.

Penutupan Tiktok Shop sebagai Penyebab Utama

Aplikasi Tiktok shop resmi ditutup karena berbagai alasan yang dapat merugikan para pedagang pasar, salah satunya yaitu harga pada *platform* Tiktok Shop yang memberikan kebebasan pada penjual atau *seller* untuk menentukan harga jual barang. Menurut penuturan informan kami, alasan ini membuat harga barang di pasaran menjadi rusak dan tentu sangat merugikan pedagang pasar tradisional. Belum lagi mereka harus menghadapi berbagai tantangan diluar dari Tiktok Shop, seperti semakin mahalnya harga sewa ruko. Meskipun aplikasi tersebut telah di tutup, dampak yang telah terjadi seperti perubahan pola belanja masyarakat dan peningkatan persaingan dalam aplikasi daring masih dirasakan oleh para pedagang. Para pedagang berharap supaya minat masyarakat bisa kembali terpusat pada pasar tradisional mereka ingin melihat pelanggan kembali datang secara fisik ke pasar, membeli produk-produk lokal dan bisa menikmati pengalaman dalam berbelanja. Harapan para pedagang pasar tradisional untuk pemerintah adalah supaya pemerintah dapat mengambil langkah-langkah yang lebih konkret untuk membantu mereka dalam menghadapi situasi ini yaitu dengan membantu untuk menciptakan usaha promosi yang dapat membangun citra positif bagi pasar tradisional, mereka ingin pasar tradisional dikenal sebagai tempat berbelanja yang unik dengan produk lokal yang berkualitas dan keramahan pedagang yang menjadi daya tarik tersendiri. Kemudian para pedagang menginginkan adanya regulasi yang dapat mendukung perdagangan online dan offline yang sehat dimana tidak menghancurkan antar satu sama lain. Dengan terwujudnya harapan-harapan ini, para pedagang pasar tradisional berharap agar dapat

berkontribusi pada perekonomian lokal, menjaga warisan budaya, menghadapi dan beradaptasi terhadap perkembangan yang modern dengan lebih baik.

Kondisi pasar tradisional di Ambulu dan Tanjung setelah ditutupnya aplikasi Tiktok Shop masih belum mengalami perubahan yang signifikan, pengunjung pasar masih tetap relatif sepi para pedagang terus berusaha untuk mencari solusi atas penurunan dalam penjualan mereka. Meskipun aplikasi tiktok shop di tutup masih ada beberapa *e-commerce* yang lain sehingga masyarakat masih tetap memilih untuk berbelanja daring, tetapi hal ini tidak membuat para pedagang menyerah mereka tetap bersemangat dan memiliki tekad untuk berkembang lebih lanjut dengan harapan bahwa pasar tradisional akan tetap eksis di era modern yang serba digital ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pasar tradisional di Ambulu dan Tanjung merupakan tempat yang digunakan para pedagang untuk memperjual belikan barangnya. Mereka menggunakan metode tradisional dalam berjualan seperti tawar menawar antara penjual dengan pembeli. Sedangkan tiktok shop merupakan sarana jual beli secara daring. Fungsi dari keduanya yakni untuk memenuhi kebutuhan manusia. Diantara keduanya mempunyai perbedaan dalam transaksi jual belinya, perbedaan harga dan teknik marketing. Teknik marketing yang digunakan pasar tradisional yaitu menawarkan barangnya kepada pembeli secara langsung, sedangkan di tiktok shop teknik marketing yang digunakan bisa dalam bentuk konten dan tiktok live.

Dengan adanya platform berbelanja daring atau *e-commerce* yang semakin berkembang, eksistensi pasar tradisional masih tetap ada dalam aspek kehidupan masyarakat karena pasar tradisional tidak hanya menjadi tempat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari tetapi juga tempat dimana terjadinya interaksi antar banyak orang. Pasar tradisional juga menjadi pusat kegiatan ekonomi di tingkat lokal, dimana didalamnya dapat memberikan peluang pekerjaan bagi para pedagang dan pekerja lainnya. Dalam pasar tradisional menawarkan produk-produk lokal yang unik sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung untuk mendapatkan pengalaman berbelanja yang autentik. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional merupakan pusat kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya, sehingga pasar tradisional tidak bisa ditinggalkan dan harus tetap dijaga eksistensinya.

Dalam menjaga eksistensi pasar tradisional pemerintah juga ikut serta dalam membantu para pedagang untuk meningkatkan UMKM melalui berbagai program. Pemerintah bisa memberikan pelatihan kepada para pedagang pasar supaya mereka dapat belajar serta

memahami dengan baik mengenai teknik pemasaran, dan peningkatan usaha yang lebih efisien. Pemerintah juga dapat memberikan motivasi kepada pedagang pasar tradisional untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih ini, hal ini dilakukan supaya pasar tradisional tetap eksis dan bisa bersaing dengan *e-commerce*.

DAFTAR REFERENSI

- Aliyah, I., & Daryanto, T. J. (2009). *Peran pasar tradisional dalam mendukung pengembangan pariwisata Kota Surakarta*. GEMA TEKNIK Majalah Ilmiah Teknik, 10(2), pp-111.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih Di Antara Lima Pendekatan* (3 ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kemendag. (2023). *Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik*. Badan Pusat Statistik. Jakarta Pusat. Diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/265202/permendag-no-31-tahun-2023>
- Limbong, R. J., & Fitri, O. R. (2023). *The Human Rights Framework For Covid-19 Pandemic Recovery A Sustainable Development Goals Insight*. Journal of contemporary sociological issues. <https://doi.org/10.19184/csi.v3i2.27703>
- Rahayu, E. L. B., & Syam, N. (2021). Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 672-685. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1303>
- Ritzer, G. (2012). Teori Sosiologi: Dari sosiologi klasik sampai perkembangan terakhir postmodern. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 11, 25.
- Muhadjir, Noeng . 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif Pendekatan Positivistik, Rasionalistik, Phenomenologik, dan Realisme Metaphisik*. Telah Studi Teks dan Penelitian Agama.
- Ningsih, R. N., Wahyuni, S., Zulianto, M., & Prasetyo, H. (2023). *IMPLEMENTATION OF THE CONTENT MARKETING STRATEGY BY SMJ BY MBOK JUDES BANYUWANGI TO INCREASE CUSTOMER ENGAGEMENT*. Soedirman Economics Education Journal, 5(1), 66-74. <https://doi.org/10.32424/seej.v5i1.8230>
- Prasetyo, H. (2013). *CYbeRPAAnOPTiC: Eksperimentasi Dan (transParansi) kuasa Penguasaan*. LITERASI: Indonesian Journal of Humanities, 3(2), 118-132. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/LIT/article/view/6120>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Syahrani, M. (2023). Sejarah Tiktok Shop, Kini Dilarang Jualan dan Transaksi di Indonesia. Ekonopedia. Available at: <https://katadata.co.id/sortatobing/ekonopedia/6513cd1a715f4/sejarah-tiktok-shop-kini-dilarang-jualan-dan-transaksi-di-indonesia>
- Yunus, Hadi Sabari. 2010. *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.