

ABSTRAK

Buniya Hayati, 2026. Analisis Dampak *E-Commerce* Pada Pelaku Usaha *Offline* di Pasar Bang Mego Curup. Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Pembimbing: (I) Drs. Duharman, M.M., (II) Meirani, M.Pd.E

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak perkembangan *e-commerce* terhadap pelaku usaha *offline* di Pasar Bang Mego Curup Rejang Lebong Bengkulu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian mengenai transformasi perdagangan digital serta memberikan masukan praktis bagi pemerintah daerah, pengelola pasar, dan pelaku usaha dalam merumuskan strategi adaptasi yang tepat bagi pasar tradisional di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian dapat digambarkan bahwa perkembangan *e-commerce* memberikan dampak yang signifikan terhadap pelaku usaha *offline* di Pasar Bang Mego Curup. Dampak tersebut ditandai dengan menurunnya jumlah pengunjung, *omzet* penjualan, dan aktivitas perdagangan akibat pergeseran perilaku konsumen dari belanja secara langsung ke belanja melalui *platform* digital. Selain itu, kemampuan adaptasi pelaku usaha yang masih rendah menyebabkan sebagian usaha mengalami kesulitan dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya. Namun, *e-commerce* juga memberikan manfaat berupa kemudahan dalam memperoleh stok barang sehingga dapat menjadi peluang bagi pelaku usaha yang mampu memanfaatkannya. Ini dibuktikan dengan melibatkan langsung pelaku usaha yang berjumlah 10 orang yang merupakan pelaku usaha *offline* di Pasar Bang Mego Curup. Dimana pelaku usaha memiliki rentang usia antara 30 sampai 60 tahun dengan lama berdagang antara 5 hingga 10 tahun. Sebagian besar dari mereka merupakan pedagang lama yang telah menjalankan usaha secara turun-temurun dan mengandalkan penjualan langsung kepada konsumen.

Kata Kunci: *E-commerce*, Pelaku Usaha, Penjualan Offline

ABSTRACT

Buniya Hayati, 2026. "An Analysis of the Impact of E-Commerce on Offline Businesses at Bang Mego Market, Curup." Thesis, Economics Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Supervisors: (1) Drs. Duharman, M.M. (2) Meirani, M.Pd.E.

This study aims to analyze the impact of e-commerce development on offline businesses at Bang Mego Market in Curup, Rejang Lebong Regency, Bengkulu. The study is expected to contribute academically to the development of research on digital commerce transformation while also providing practical insights for local governments, market administrators, and business owners in formulating appropriate adaptation strategies for traditional markets in the digital era. This research employed a qualitative approach using a descriptive qualitative method. The findings indicate that the growth of e-commerce has had a significant impact on offline businesses at Bang Mego Market. These impacts are reflected in the decline in the number of visitors, sales revenue, and overall trading activities as consumer behavior has shifted from in-store shopping to purchasing through digital platforms. In addition, the limited adaptive capacity of business owners has made it difficult for some businesses to sustain their operations. Nevertheless, e-commerce also offers benefits by facilitating easier access to product inventories, thereby creating opportunities for business owners who are able to take advantage of digital platforms. These findings are based on data collected from ten offline business owners operating at Bang Mego Market. The participants were between 30 and 60 years of age and had been operating their businesses for approximately five to ten years. Most of them were long-established traders who had inherited their businesses across generations and relied primarily on direct, face-to-face sales to customers.

Keywords: E-Commerce, Bang Mego Market, Offline Businesses.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam aktivitas perdagangan. Kemajuan teknologi digital dan internet melahirkan sistem perdagangan berbasis elektronik yang dikenal sebagai *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* memungkinkan proses transaksi jual beli dilakukan secara daring tanpa harus mempertemukan penjual dan pembeli secara fisik. Melalui sistem ini, konsumen dapat dengan mudah mengakses berbagai produk dan layanan dari berbagai wilayah hanya dengan menggunakan perangkat digital seperti *smartphone* maupun komputer. Perkembangan tersebut menjadikan *e-commerce* sebagai salah satu pendorong utama transformasi ekonomi digital di berbagai negara, termasuk Indonesia (Laudon, K.C, & Traver, C.G. (2021). *Ecommerce 2021: Business, Technology, Society*).

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Meningkatnya penetrasi internet, penggunaan *smartphone*, serta perkembangan sistem pembayaran digital telah mempercepat adopsi transaksi perdagangan berbasis digital di masyarakat. Perkembangan ekonomi digital ini tidak hanya memperluas akses pasar bagi pelaku usaha, tetapi juga mengubah pola konsumsi dan perilaku

belanja masyarakat. Konsumen kini cenderung memanfaatkan *platform e-commerce* untuk memperoleh informasi produk, membandingkan harga, serta melakukan transaksi secara lebih praktis dan efisien (Laudon,K.C, & Traver,C.G. (2021).

Kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce*, seperti akses yang fleksibel, variasi produk yang luas, serta adanya promosi dan diskon yang kompetitif, membuat *platform* digital semakin diminati oleh masyarakat. Perubahan preferensi konsumen tersebut secara tidak langsung memengaruhi dinamika perdagangan konvensional, termasuk pasar tradisional. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa perkembangan *e-commerce* telah mengubah pola perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, dimana sebagian masyarakat mulai beralih dari pola belanja secara langsung ke pola belanja berbasis digital (Laudon,K.C, & Traver,C.G. (2021).

Fenomena tersebut menimbulkan implikasi terhadap keberadaan pasar tradisional yang selama ini menjadi salah satu pusat kegiatan ekonomi masyarakat. Pasar tradisional memiliki peran penting sebagai tempat distribusi barang kebutuhan pokok serta sebagai sumber penghidupan bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Namun demikian, perkembangan *e-commerce* yang semakin pesat telah menciptakan persaingan baru bagi pedagang konvensional. Kemudahan transaksi, variasi produk, serta harga yang kompetitif pada platform *e-commerce* mendorong sebagian konsumen beralih dari pasar tradisional ke belanja online. Pergeseran perilaku tersebut berdampak pada penurunan jumlah pengunjung, omzet penjualan, dan volume transaksi yang

diterima pedagang pasar tradisional. Kondisi ini menuntut pedagang untuk melakukan strategi adaptasi agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya (Pramesti et al., 2024; Safas et al., 2024).

Laudon dan Traver (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital telah mendorong perubahan perilaku konsumen dari pola belanja konvensional menuju belanja berbasis *online*. Konsumen semakin mengandalkan informasi digital, ulasan pengguna, rekomendasi media sosial, dan kemudahan transaksi elektronik dalam menentukan keputusan pembelian. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa faktor teknologi dan akses informasi memiliki peran penting dalam membentuk preferensi serta perilaku pembelian konsumen pada era digital.

Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa kehadiran *platform e-commerce* seperti *marketplace* dapat menyebabkan penurunan penjualan pada beberapa jenis komoditas di pasar tradisional. Konsumen cenderung memilih berbelanja melalui *platform e-commerce* karena dianggap lebih praktis, efisien, serta menawarkan harga yang lebih kompetitif. Kondisi ini menyebabkan sebagian pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan pendapatan dan harus melakukan penyesuaian terhadap strategi usahanya agar tetap dapat bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif Pramesti, F. C., Rima, & Elisa. (2024). *Analisis dampak perkembangan e-commerce terhadap preferensi minat konsumen pada kelangsungan usaha mikro kecil menengah (UMKM) pedagang pakaian di pasar tradisional.*

Fenomena tersebut juga dapat ditemukan dalam konteks pasar tradisional di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Kabupaten Rejang Lebong. Salah satu pasar tradisional yang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat adalah Pasar Bang Mego Curup. Pasar ini merupakan tempat transaksi utama bagi masyarakat sekitar dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari. Sebagian besar pelaku usaha dipasar tersebut merupakan pedagang kecil dan menengah yang masih menjalankan aktivitas perdagangan secara konvensional dengan sistem transaksi tatap muka.

Namun demikian, seiring dengan berkembangnya teknologi digital dan meningkatnya penggunaan *platform e-commerce* di masyarakat, sebagian pedagang di Pasar Bang Mego Curup mulai merasakan adanya perubahan pola transaksi dan jumlah kunjungan konsumen. Berdasarkan pengamatan awal, beberapa pedagang mengungkapkan bahwa jumlah pembeli yang datang langsung kepasar mengalami penurunan dibandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya. Kondisi ini diduga berkaitan dengan meningkatnya preferensi masyarakat terhadap belanja melalui *platform e-commerce* yang menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi.

Di sisi lain, sebagian besar pelaku usaha dipasar tradisional masih menghadapi berbagai kendala dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Beberapa faktor seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal usaha, serta kebiasaan berdagang secara konvensional menjadi hambatan bagi pedagang untuk memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan usahanya. Kondisi tersebut berpotensi memperlebar

kesenjangan antara pelaku usaha konvensional dengan pelaku usaha yang telah memanfaatkan platform digital dalam kegiatan perdagangannya.

Secara akademik, fenomena ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk melakukan kajian lebih mendalam mengenai dampak perkembangan *e-commerce* terhadap pelaku usaha dipasar tradisional, khususnya pada tingkat lokal. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan pada wilayah perkotaan atau menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada analisis hubungan antar variabel. Sementara itu, penelitian yang menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, serta strategi adaptasi pelaku usaha dipasar tradisional terhadap perkembangan *e-commerce* masih relatif terbatas.

Oleh karena itu, penelitian dengan pendekatan kualitatif diperlukan untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana pelaku usaha dipasar tradisional memaknai perkembangan *e-commerce* serta bagaimana dampaknya terhadap aktivitas usaha mereka. Melalui pendekatan ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika yang terjadi pada pelaku usaha *offline* dalam menghadapi perkembangan perdagangan dengan *platform e-commerce*

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak perkembangan *e-commerce* terhadap pelaku usaha *offline* di Pasar Bang Mego Curup. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian mengenai transformasi perdagangan digital serta memberikan masukan praktis bagi pemerintah daerah, pengelola pasar, dan pelaku usaha dalam merumuskan strategi adaptasi yang tepat bagi

pasar tradisional di era digital. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Dampak E-Commerce pada Pelaku Usaha Offline di Pasar Bang Mego Curup**”.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini perlu dibatasi agar pembahasan lebih terarah dan fokus pada permasalahan yang diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada pelaku usaha pakaian jadi yang melakukan aktivitas perdagangan secara *offline* di Pasar Bang Mego Curup, Kabupaten Rejang Lebong. Pemilihan pedagang pakaian jadi sebagai objek penelitian.

Secara akademik, fokus pada komoditas pakaian juga dinilai relevan karena produk fashion merupakan salah satu kategori produk yang paling banyak diperdagangkan melalui *platform e-commerce*. Produk pakaian relatif mudah dipasarkan secara *online* karena memiliki variasi yang luas, mudah dipromosikan melalui media digital, serta sering ditawarkan dengan berbagai promo dan diskon yang menarik bagi konsumen. Kondisi tersebut mendorong perubahan perilaku belanja masyarakat yang semakin beralih ke transaksi *online* dibandingkan dengan berbelanja secara langsung di pasar tradisional (Pramesti, F. C., Rima, & Elisa. (2024))

Selain itu, penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa perkembangan *e-commerce* memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap pedagang pakaian di pasar tradisional karena konsumen cenderung memilih *platform*

digital yang dianggap lebih praktis, efisien, serta menyediakan pilihan produk yang lebih beragam. Akibatnya, sebagian pedagang pakaian di pasar tradisional mengalami penurunan jumlah pembeli maupun pendapatan usaha (Pramesti, Rima, & Elisa, 2024).

Dari sisi lokasi penelitian, penelitian ini secara khusus dilakukan di Pasar Bang Mego Curup, Kabupaten Rejang Lebong, yang merupakan salah satu pasar tradisional yang menjadi pusat aktivitas perdagangan masyarakat setempat. Sementara itu, dari sisi waktu penelitian, penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2026, dengan fokus pada kondisi perdagangan yang terjadi setelah meningkatnya penggunaan *e-commerce* dalam beberapa tahun terakhir.

Adapun objek penelitian dalam studi ini adalah pedagang pakaian jadi yang berjualan secara *offline* di Pasar Bang Mego Curup, dengan melibatkan sejumlah pedagang sebagai informan penelitian yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria tertentu, seperti lama usaha, jenis barang dagangan, serta pengalaman mereka dalam menghadapi perubahan pola belanja masyarakat. Pembatasan ini dilakukan agar penelitian dapat menggali informasi secara lebih mendalam mengenai pengalaman, persepsi, serta strategi adaptasi pedagang pakaian dalam menghadapi perkembangan *e-commerce*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dipilih adalah :

Bagaimana dampak *e-commerce* pada pelaku usaha *offline* dipasar Bang Mego Curup ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini Adalah :

Untuk mengetahui dampak *e-commerce* pada pelaku usaha *offline* dipasar Bang Mego Curup.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoretis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu ekonomi, khususnya pada bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Penelitian ini dapat memperkaya referensi ilmiah mengenai dampak perkembangan *e-commerce* terhadap keberlangsungan usaha *offline* dipasar tradisional. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji hubungan antara perkembangan teknologi digital dan dinamika usaha konvensional.

1.5.2 Manfaat Praktis

1.5.2.1 Bagi Pelaku Usaha *Offline*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai dampak *e-commerce* serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha *offline* dalam

menyusun strategi untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya ditengah persaingan dengan perdagangan *online*.

1.5.2.2 Bagi Pemerintah Daerah dan pengelola Pasar

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi dalam merumuskan kebijakan serta program pemberdayaan pasar tradisional, khususnya dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha *offline* di era digital.

1.5.2.3 Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau sumber informasi bagi mahasiswa dan peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis, terutama yang berkaitan dengan *e-commerce*, pasar tradisional, dan usaha *offline*.