

## DINAMIKA SOSIAL EKONOMI PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL KAHAYAN PADA ERA DIGITALISASI PERDAGANGAN

Vanny Evelina Purba<sup>1</sup>, Saputra Adiwijaya<sup>2</sup>, Ida Bagus Suryanatha<sup>3</sup>

Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Palangka Raya<sup>123</sup>

Email: [vannypurba04@gmail.com](mailto:vannypurba04@gmail.com)<sup>1</sup>, [saputra@fisip.upr.ac.id](mailto:saputra@fisip.upr.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstract

The development of digital technology has changed the social and economic dynamics of traders in Kahayan Market, Palangka Raya City. The emergence of platforms such as Shopee, TikTok Shop, and Tokopedia has encouraged a shift in people's shopping patterns from direct transactions to more practical online transactions. This study aims to analyze the socio-economic dynamics of clothing merchants in Kahayan Market and the survival strategies they have developed in the face of the pressures of digitalization. A qualitative research approach was used, employing observation, in-depth interviews, and documentation of a number of clothing merchants and basic necessities merchants. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. This study uses Anthony Giddens' Structuration Theory to explain changes in social structure due to the presence of digital technology, as well as James C. Scott's Survival Strategy Theory to understand how traders face or respond to economic threats. The results of the study show that digitization changes social interaction patterns, weakens solidarity among traders, and encourages the emergence of defensive survival strategies, such as lowering prices, reducing operational costs, shifting the type of merchandise, and adjusting operating hours. Referring to James C. Scott's view, traders adopt various forms of adjustment that focus on meeting basic needs and efforts to maintain family economic stability through low-risk strategies. They tend to take practical and realistic measures to avoid major losses, such as reducing inventory, delaying purchases, or seeking safer buying and selling opportunities. On the other hand, older traders tend to use more passive strategies due to limitations in accessing and understanding digital technology. Overall, this study shows that digitization not only changes the structure of trade but also impacts the economic stability and social relationships of traders in traditional markets.

**Keywords:** Digitalization, Traditional Market Traders, Survival Strategies, Socio-Economic Dynamics.

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital mengubah dinamika sosial dan ekonomi pedagang di Pasar Kahayan, Kota Palangka Raya. Munculnya platform seperti Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia mendorong perpindahan pola belanja masyarakat dari transaksi langsung ke transaksi daring yang lebih praktis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika sosial-ekonomi pedagang pakaian di Pasar Kahayan serta bentuk strategi bertahan hidup yang mereka kembangkan dalam menghadapi tekanan digitalisasi. Pendekatan penelitian kualitatif digunakan dengan metode observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap sejumlah pedagang pakaian dan pedagang kebutuhan pokok. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan Teori Strukturasi Anthony Giddens untuk menjelaskan perubahan struktur sosial akibat hadirnya teknologi digital, serta Teori Strategi Bertahan Hidup (Survival Strategi) James C. Scott untuk memahami bagaimana pedagang menghadapi atau merespon ancaman ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mengubah pola interaksi sosial, melemahkan solidaritas antar pedagang, serta mendorong munculnya strategi bertahan hidup yang bersifat defensif, seperti menurunkan harga, menekan biaya operasional, mengalihkan jenis dagangan, dan menyesuaikan jam operasional. Mengacu pada pandangan James C. Scott, para pedagang mengadopsi berbagai bentuk penyesuaian yang fokus pada pemenuhan kebutuhan dasar serta usaha untuk menjaga kestabilan ekonomi keluarga melalui strategi dengan risiko rendah. Mereka cenderung mengambil tindakan yang praktis dan realistik untuk menghindari kerugian besar, seperti mengurangi persediaan, menunda pembelian barang, atau mencari kesempatan jual beli yang lebih aman. Di sisi lain, para pedagang yang lebih tua cenderung menggunakan strategi yang lebih pasif karena keterbatasan dalam mengakses serta memahami teknologi digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya merubah struktur perdagangan, tetapi juga berdampak pada stabilitas ekonomi dan hubungan sosial para pedagang di pasar tradisional.

**Kata Kunci:** Digitalisasi, Pedagang Pasar Tradisional,Strategi Bertahan Hidup, Dinamika Sosial-Ekonomi.

[[ Submitted: 25 November 2025

[[ Accepted: 18 Januari 2026

[[ Published: 19 Januari 2026

10.30829/jisa.v%vi%. 26965

## PENDAHULUAN

Pasar adalah lokasi untuk bertransaksi yang berbeda dari toko, minimarket, dan supermarket. Dalam pasar, terjadi pertukaran barang dan jasa antara pembeli dan penjual. Pasar berfungsi sebagai pertemuan antara pihak penjual dan pembeli yang melakukan proses tukar menukar, baik barang maupun jasa, menggunakan sistem, prosedur, serta interaksi dan komunikasi di antara keduanya, sehingga dapat menentukan harga dan jumlah yang seimbang. Interaksi sosial antara penjual dengan pembeli berlangsung karena adanya saling ketergantungan yang saling memengaruhi dan memberikan keuntungan, Penjual membutuhkan pembeli untuk melakukan pembelian barang dagangannya, sedangkan pembeli membutuhkan penjual agar bisa mendapatkan barang dan jasa yang diperlukan (Nirwasita et al., 2024)

Pasar tradisional atau pasar konvensional adalah jenis pasar yang dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi, atau masyarakat setempat, yang menyediakan tempat usaha seperti toko, kios, los, tenda, atau yang serupa, dan dikelola oleh pedagang kecil menengah dengan modal dan skala usaha yang terbatas, melalui proses jual beli dengan tawar menawar. Pasar konvensional berfungsi sebagai pusat kegiatan sosial dan ekonomi bagi masyarakat, sehingga pola interaksi ekonomi yang terbentuk di pasar ini mendorong terjadinya hubungan sosial yang erat antara pedagang dan pembeli, antara pedagang satu dengan yang lain, serta antara pedagang dan pemasok. Hal ini mencerminkan warisan sosial dalam proses memenuhi kebutuhan dan bersosialisasi antar individu. Oleh karena ituPasar tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk bertransaksi, tetapi juga memenuhi kebutuhan dasar manusia seperti makanan dan pakaian, serta mendukung interaksi sosial, budaya, dan ekonomi dalam komunitas lokal. (Fathurrahman & Amira, 2021)

Perkembangan teknologi telah mendorong perubahan dalam kebiasaan orang, salah satunya adalah dalam cara mereka melakukan transaksi jual beli. Dulu, transaksi jual beli harus dilakukan secara langsung, di mana barang berpindah tangan langsung dari penjual ke pembeli, yang berarti pembeli harus menemui penjual di pasar fisik. Saat ini, kita telah memasuki era di mana transaksi tidak perlu dilakukan secara langsung, melainkan sudah bisa dilakukan secara online tanpa perlu adanya pertemuan antara penjual dan pembeli di pasar. Sekarang, semua itu dapat dilakukan hanya dengan memanfaatkan teknologi internet, sehingga transaksi antara penjual dan pembeli dapat berlangsung langsung. Perkembangan teknologi digital telah mengintegrasikan berbagai bentuk media ke dalam

kehidupan manusia. Hal ini tidak hanya terjadi dalam aspek kemajuan teknologi secara fisik, tetapi juga media telah berpengaruh secara signifikan terhadap cara kita berkomunikasi, berinteraksi, melakukan transaksi, dan bersosialisasi (Elyani, 2024).

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, bersamaan dengan aktivitas bisnis, tak dapat dipisahkan dari pemasaran. Pemasaran merupakan langkah mengarahkan berbagai sumber daya dan tujuan suatu organisasi pada peluang dan kebutuhan di lingkungan sekitarnya. Selama tiga puluh tahun terakhir, pemahaman mengenai pemasaran telah mengalami perubahan yang signifikan. Konsep pemasaran awalnya menitikberatkan pada produk dan upaya menciptakan produk yang lebih baik, sedangkan pemikiran baru tentang pemasaran yang muncul sekitar tahun 1960 mengalihkan perhatian dari produk kepada pelanggan. Penggabungan teknologi informasi dan komunikasi dalam aktivitas sehari-hari telah merubah cara orang bekerja, berinteraksi, dan memenuhi kebutuhan. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi sektor ekonomi, tetapi juga berimbas pada dinamika sosial masyarakat. Di zaman digital ini, pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat semakin dipengaruhi oleh teknologi, meskipun ada tantangan serius seperti kesenjangan digital, keamanan data, dan dampak terhadap lingkungan (Muhammad Fikri & Ahmad Junaidi, 2024).

Fenomena Perubahan Pasar Sosial akibat masuknya teknologi digital dalam aktivitas perdagangan kini menjadi isu yang nuncul diberbagai wilayah Indonesia termasuk salah satunya Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah juga mengalami fenomena serupa. Di beberapa pasar seperti Pasar Besar, Pasar Kahayan, dan Pasar Blauran, interaksi antar pedagang kini tidak seerat dulu karena persaingan semakin tinggi dan sebagian pedagang beralih ke platform digital. Fenomena ini menarik untuk diteliti secara sosiologis guna memahami bagaimana interaksi sosial para pedagang berubah dan beradaptasi di tengah arus digitalisasi perdagangan Pasar Khayan merupakan salah satu pasar tradisional di Kota Palangka Raya yang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat lokal. Namun, seiring dengan meningkatnya aktivitas perdagangan digital, para pedagang pakaian di pasar ini mengalami penurunan jumlah pembeli secara signifikan. Selain menghadapi persaingan harga dan kemudahan akses belanja online, mereka juga dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen serta perkembangan teknologi. Kondisi ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memunculkan dinamika sosial yang kompleks di kalangan pedagang, seperti

perubahan pola interaksi sosial, solidaritas, dan jaringan kerja antar pedagang (Sri Wulandari & Hotma Uli Tumanggor, 2024).

Berdasarkan hasil observasi awal di Pasar Kahayan, ditemukan beberapa temuan menarik terkait kondisi pedagang pakaian tradisional di era digitalisasi perdagangan. Sebagian besar pedagang mengaku bahwa penjualan mereka mengalami penurunan sejak masyarakat mulai beralih ke belanja daring melalui platform seperti *Shopee*, *TikTok Shop*, dan *Tokopedia*. Salah satu pedagang, Ibu Fatimah (55 tahun), menyampaikan *bahwa omset penjualannya kini menurun drastis dibandingkan beberapa tahun sebelumnya. Ia mengungkapkan bahwa “dulu masih bisa mencapai target atau mendapatkan keuntungan lebih, sekarang kalau modal bisa kembali saja sudah Alhamdulillah,”* yang menurutnya disebabkan oleh meningkatnya aktivitas jual beli secara online (Wawancara, Ibu Fatimah, 15 Oktober 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa pedagang pasar tradisional mulai kesulitan bersaing dengan sistem belanja online yang lebih cepat, praktis, dan menawarkan banyak pilihan. Untuk tetap bertahan, pedagang perlu beradaptasi, misalnya dengan memperbaiki strategi penjualan atau mencoba memanfaatkan teknologi digital.

Namun, eksistensi pasar ini kian terancam oleh masalah internal seperti sanitasi buruk, keamanan minim, dan kondisi bangunan yang sudah tua. Saat ini, pasar tradisional semakin ditinggalkan pelanggannya karena pergeseran minat beli ke platform *e-commerce* (seperti *Tokopedia*, *Tiktok Shop*, *Shopee*) yang dianggap lebih efisien, terjangkau, dan bervariasi suatu kenyataan yang merugikan pedagang. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua puluh tahun terakhir telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk di bidang perdagangan. Salah satu contoh nyata dari perubahan ini adalah munculnya dan cepatnya pertumbuhan perdagangan elektronik atau *e-commerce*. *E-commerce* tidak hanya menyediakan efisiensi dan kecepatan dalam transaksi,tetapi juga menghasilkan sistem perdagangan baru yang meruntuhkan batasan-batasan geografis antara penjual dan pembeli (Statista, 2023). Di Indonesia, perkembangan commerce menunjukkan arah yang sangat positif. Menurut laporan tahunan dari Statista (2023), Indonesia diprediksikan akan menjadi salah satu pasar *e-commerce* terbesar di AsiaTenggara, dengan nilai transaksi yang mencapai miliaran dolar setiap tahunnya.Konsekuensinya, banyak pedagang terpaksa menutup usahanya dan beralih profesi karena kesulitan memenuhi kebutuhan

hidup akibat sepinya pembeli (Pertiwi et al., 2024).

Sementara itu, Bapak Muhammad (58 tahun), seorang pedagang pakaian lainnya, mengatakan bahwa dirinya tidak memahami cara menggunakan media digital untuk berdagang. Ia menjelaskan bahwa sejak lama terbiasa melakukan transaksi secara langsung atau *face to face* dengan pembeli tanpa melibatkan media sosial maupun perangkat digital seperti telepon genggam (Wawancara, Bapak Muhammad, 15 Oktober 2025). Temuan ini menunjukkan adanya perbedaan kemampuan adaptasi di antara pedagang pakaian tradisional terhadap perkembangan digitalisasi perdagangan. Sebagian pedagang berupaya menyesuaikan diri dengan teknologi, sementara sebagian lainnya masih bertahan dengan pola perdagangan konvensional yang mengandalkan interaksi langsung dengan pembeli. Perkembangan teknologi memiliki dampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk sumber daya dalam dunia bisnis dan perdagangan. Internet, yang awalnya hanya sebagai alat komunikasi, kini juga dimanfaatkan oleh para kapitalis untuk memaksimalkan keuntungan. Contohnya terlihat dari munculnya media pembelajaran online, game online, hingga toko online (online shop). Perkembangan ini memberikan dampak signifikan pada aktivitas perdagangan global saat ini, yang merupakan salah satu pendorong utama pergerakan ekonomi. Perdagangan memegang peranan kunci dalam pergerakan ekonomi, dan kini fokus persaingan bergeser ke perdagangan berbasis ekonomi global. Ekonomi global bergerak bebas melintasi batas-batas geografis, menjadikan lingkungan persaingan bisnis semakin rumit. Selain itu, kemajuan teknologi internet ini juga membawa perubahan sosial, salah satunya dengan menghadirkan beragam cara baru bagi masyarakat untuk berbelanja. Dulu, konsumen hanya dapat membeli kebutuhan mereka dengan cara langsung mendatangi pedagang di pasar (Amory et al., 2025). Namun, munculnya sistem perdagangan baru, yang dikenal luas sebagai *online shop* atau *toko online*, telah memberikan masyarakat banyak alternatif dalam berbelanja. Aktivitas belanja kini tidak lagi memerlukan interaksi tatap muka di pasar; kini, semua bisa dilakukan secara daring (*online*) hanya dengan menggunakan ponsel. Kegiatan ini disebut sebagai *online shopping* dan semakin dimudahkan dengan adanya sistem pembayaran melalui *internet banking*. Perubahan ini membawa dampak sosial yang signifikan, di mana interaksi langsung antara penjual dan pembeli secara konvensional semakin berkurang. Akibatnya, banyak masyarakat merasa lebih nyaman berbelanja secara daring karena terhindar dari ketidaknyamanan berbelanja di toko atau

pasar tradisional, seperti keramaian, kemacetan, keterbatasan waktu, dan sulitnya mencari tempat parkir (Sebagai et al., 2024).

Walaupun beberapa penelitian telah mengkaji dampak digitalisasi terhadap pasar tradisional secara umum (Pertiwi et al., 2024; Prasojo & Hidayah, 2023; Pramesty et al., 2024), masih sangat terbatas penelitian yang secara khusus meneliti dinamika sosial-ekonomi pedagang pakaian di pasar Kahayan tradisional di Kalimantan, khususnya di Kota Palangka Raya. Padahal, kondisi lokal seperti di Pasar Blauran menunjukkan bahwa toko-toko pakaian hampir tutup akibat arus digitalisasi yang mengalihkan konsumen ke platform daring. Karena itu, studi ini sangat penting dilakukan tidak hanya untuk memahami aspek ekonomi seperti omzet, persaingan, dan adaptasi teknologi, tetapi juga aspek sosial seperti interaksi antar pedagang, jaringan kerja, solidaritas, dan transformasi pasar tradisional sebagai arena sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis bagi pengembangan strategi pemberdayaan pedagang pakaian agar tetap bertahan di tengah era digitalisasi perdagangan yang terus berkembang.

Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap bagaimana faktor-faktor seperti perubahan perilaku konsumen, persaingan harga, dan pola interaksi sosial memengaruhi keberlangsungan usaha para pedagang pakaian di pasar tradisional tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan Basya & Farizky (2025) yang menjelaskan bahwa pedagang garmen di pasar tradisional melakukan strategi bertahan hidup melalui penyesuaian harga, peningkatan pelayanan, serta adopsi teknologi digital secara bertahap. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan ilmu sosiologi, khususnya dalam ranah sosiologi ekonomi dan perubahan sosial, dengan menyajikan pemahaman baru tentang dampak digitalisasi terhadap struktur sosial dan ekonomi masyarakat lokal. Studi ini juga akan memperkaya literatur akademik mengenai transformasi sosial di era digital, terutama dalam konteks pasar tradisional di wilayah Kalimantan yang memiliki karakteristik yang khas (Pramesti et al., 2025).

Dari aspek praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi bahan acuan bagi pemerintah daerah, pengelola pasar, dan lembaga sosial ekonomi dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pemberdayaan pedagang tradisional untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Manfaat praktis lainnya adalah meningkatkan kesadaran para pedagang tentang pentingnya inovasi dan adaptasi digital sebagai strategi

bertahan hidup. Urgensi penelitian ini sangat tinggi, mengingat belum adanya kajian spesifik mengenai dinamika sosial-ekonomi pedagang pakaian di Pasar Kahayan, khususnya di kawasan Pasar Kahayan yang aktivitas perdagangannya menurun drastis dan terancam tutup akibat kuatnya arus digitalisasi.

Melihat berbagai perubahan yang terjadi di Pasar Kahayan akibat digitalisasi perdagangan, diperlukan kerangka teoretis yang mampu menjelaskan hubungan antara perubahan struktur sosial dengan tindakan para pedagang dalam mempertahankan usahanya. Dalam penelitian ini, digunakan Teori Strukturalis Anthony Giddens untuk memahami bagaimana perkembangan teknologi digital membentuk struktur baru dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Menurut Giddens, struktur sosial tidak hanya membatasi tindakan individu, tetapi juga menjadi pedoman yang digunakan dalam praktik sehari-hari. Dalam konteks pasar tradisional, hadirnya platform belanja online seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop telah menciptakan struktur baru yang memengaruhi perilaku konsumen dan pola interaksi pedagang. Temuan ini diperkuat oleh Pangestu (2025) yang menemukan bahwa minat konsumen kini lebih banyak bergeser ke marketplace sehingga struktur ekonomi pasar tradisional semakin dipengaruhi oleh sistem perdagangan digital. Selain itu, penelitian Breliana & Febriyanti (2024) menunjukkan bahwa pedagang pasar juga melakukan negosiasi aktif terhadap struktur digital ini melalui penerapan model omni-channel untuk mempertahankan konsumen. Temuan-temuan tersebut memperkuat konsep struktur dan agensi dalam teori strukturalis Giddens, bahwa pedagang tidak hanya dibatasi oleh struktur digital baru, tetapi juga berupaya menyesuaikan dan membentuk kembali praktik ekonomi mereka. Selain itu, Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Wacana (Wahyudi et al., 2024) tentang petani bunga di Jawa Timur yang menghadapi tantangan dari pasar modern. Melalui perspektif yang dikemukakan oleh James C. Scott, penelitian itu menunjukkan bahwa kelompok ekonomi kecil sering kali mengadopsi strategi bertahan hidup yang berbasis pada etika subsisten yang mencakup serangkaian tindakan berisiko rendah seperti melakukan diversifikasi pendapatan, mengurangi biaya produksi, dan berupaya menjaga kestabilan ekonomi keluarga. Prinsip “safety-first” yang diungkapkan oleh Scott juga terlihat dalam perilaku para pedagang di Pasar Kahayan, di mana mereka memilih tindakan yang lebih aman dan praktis, seperti menurunkan harga, mengurangi biaya operasional, dan mengubah jam berdagang agar terhindar dari kerugian yang lebih besar.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami dinamika sosial dan ekonomi pedagang pakaian di Pasar Kahayan Kota Palangka Raya dalam menghadapi era digitalisasi perdagangan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman, persepsi, serta strategi adaptasi pedagang terhadap perubahan sistem perdagangan berbasis digital. Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) tahap persiapan dengan penentuan fokus penelitian dan penyusunan pedoman wawancara serta observasi; (2) tahap pengumpulan data di lapangan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung; (3) tahap analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan; serta (4) tahap penyusunan laporan penelitian. Jenis penelitian ini merupakan studi lapangan (field research) yang didukung dengan studi pustaka. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dan observasi langsung. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut: (1) pedagang pakaian yang aktif berjualan di Pasar Kahayan; (2) memiliki pengalaman berdagang minimal tiga tahun; dan (3) mengetahui atau pernah terpapar praktik perdagangan berbasis digital, baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain pedagang, informan juga meliputi pengelola pasar dan pihak terkait yang dianggap memahami kondisi sosial ekonomi Pasar Kahayan.

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman pertanyaan terbuka, sehingga informan dapat menyampaikan pandangan dan pengalamannya secara bebas. Wawancara difokuskan pada perubahan pola perdagangan, dampak digitalisasi terhadap pendapatan dan interaksi sosial, serta strategi adaptasi yang dilakukan pedagang. Sementara itu, observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk mengamati aktivitas jual beli, pola interaksi antara pedagang dan pembeli, serta kondisi lingkungan pasar. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dari jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan dokumen lain yang relevan dengan topik digitalisasi perdagangan dan dinamika sosial ekonomi pedagang pasar tradisional. Data yang telah dikumpulkan dianalisis secara kualitatif dengan menafsirkan temuan lapangan secara sistematis untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai fenomena yang diteliti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1 Dinamika Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Kahayan di Era Digitalisasi**

Pasar Kahayan adalah salah satu pasar tradisional terbesar di Palangka Raya yang memainkan peran penting dalam mendukung ekonomi masyarakat, terutama untuk pelaku usaha mikro dan kecil. Sebagian besar penjual di pasar ini berfokus pada sektor sandang, termasuk pakaian untuk orang dewasa dan anak-anak, serta berbagai barang kebutuhan rumah tangga. Kegiatan ekonomi di sini tidak hanya terbatas pada jual beli, tetapi juga menunjukkan interaksi sosial yang kuat antara penjual dan pembeli. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, perubahan yang signifikan terjadi dalam perdagangan di Pasar Kahayan seiring dengan kemajuan teknologi digital dan meningkatnya minat belanja online. Sebelum adanya teknologi digital, transaksi di Pasar Kahayan bergantung pada interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Rasa saling percaya, kedekatan emosional, dan tradisi tawar-menawar menjadi karakteristik utama hubungan sosial di pasar tersebut. Namun, munculnya platform belanja online seperti Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia telah mengubah pola konsumsi masyarakat secara drastis. Kini, konsumen cenderung memilih kemudahan dan praktisnya belanja daring, yang berdampak langsung pada berkurangnya jumlah pengunjung di pasar tradisional.

Wawancara dengan salah satu penjual di Pasar Kahayan yang menjual Pakaian menunjukkan bahwa belanja online sangat memengaruhi pelaku usaha lokal. Penjual tersebut menyatakan bahwa penjualannya mulai menurun drastis sejak Covid-19 melanda dan situasi ini masih berlanjut. Penurunan tersebut tidak hanya disebabkan oleh persaingan dari toko online, tetapi juga oleh berkurangnya daya beli masyarakat, terutama mereka yang bekerja di sektor perkebunan atau sektor informal. Sebelumnya, pendapatan rata-rata penjual mencapai Rp15. 000. 000 hingga Rp20.000. 000 per bulan, namun kini jumlah tersebut lebih dari setengahnya berkurang. Keadaan ini berdampak pada biaya operasional, perputaran modal, dan kemampuan mereka untuk menjalankan usaha. Meskipun banyak penjual mengalami kerugian, sebagian besar berusaha keras untuk memutar modal agar usaha tetap berjalan, meski hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di samping bersaing dengan platform digital, penjual juga harus menghadapi toko-toko dengan harga murah, seperti “*Serba Rp 35. 000*”, yang menjadi salah satu tantangan besar bagi penjual pakaian di pasar tradisional. Ibu Feni, seorang penjual pakaian di Pasar Kahayan, mengungkapkan bahwa toko-toko tersebut sangat menarik minat konsumen karena menawarkan beragam pakaian dengan harga yang sama untuk

setiap produk. Hal ini mengakibatkan banyak pelanggan membandingkan harga antara penjual tradisional dan toko tersebut.

Penjual pakaian yang menawarkan barang dengan harga lebih tinggi merasa khawatir kehilangan pelanggan, sehingga sering kali mereka terpaksa menurunkan harga jual, meskipun hal ini berpengaruh pada margin keuntungan yang semakin menipis. Tren harga murah seperti “Rp 35. 000-an” membuat pembeli, terutama ibu rumah tangga yang menjadi pelanggan utama penjual di pasar tradisional, jadi lebih sensitif terhadap harga. Di sisi lain, generasi muda tampak lebih tertarik berbelanja online. Tak hanya itu, banyak penjual yang juga mengalami kesulitan untuk mengikuti perkembangan teknologi karena keterbatasan dalam menggunakan platform digital seperti TikTok Shop atau Facebook Marketplace. Kekhawatiran mengenai risiko penipuan serta anggapan bahwa proses digitalisasi terlalu rumit menjadi alasan utama mereka belum bisa beradaptasi. Dalam situasi ini, mayoritas pedagang berusaha untuk tetap bertahan semampu mereka.

Perubahan yang dialami oleh penjual di Pasar Kahayan bukan hanya masalah ekonomi saja, tetapi juga merupakan suatu proses sosial-ekonomi yang kompleks, di mana struktur yang sudah ada berangsur-angsur berubah karena adanya pengaruh digitalisasi. Peralihan ini meminta para pedagang untuk meninggalkan kebiasaan lama yang sebelumnya merupakan dasar operasional usaha mereka. Sebagai ilustrasi, cara “menunggu pelanggan datang” yang dahulu menjadi kebiasaan bagi pedagang tradisional kini mulai tidak memadai untuk menjaga keberlangsungan usaha. Mereka perlu beralih dari pola yang pasif menjadi aktif, seperti dengan belajar memasarkan produk melalui media sosial, menggunakan WhatsApp untuk berinteraksi dengan pelanggan lama, atau bahkan menjelajahi marketplace digital sebagai alternatif tambahan. Di dalam perubahan ini, tidak semua pedagang bergerak dengan kecepatan yang sama. Para pedagang yang lebih muda atau yang memiliki akses ke pengetahuan digital mulai meninggalkan cara interaksi langsung yang nyaman dan memperluas keterampilan baru: menciptakan konten promosi sederhana, mengambil foto produk dengan cara yang menarik, mengikuti tren siaran langsung, serta membangun “keberadaan digital” meskipun dengan sumber daya yang terbatas. Di sisi lain, para pedagang yang lebih tua, terutama yang kurang akrab dengan teknologi, menghadapi tantangan yang besar.

Mereka seringkali merasa takut akan risiko penipuan, cemas ketika bertransaksi secara online, atau tidak memiliki kemampuan dasar dalam menggunakan aplikasi e-

commerce. Situasi ini menciptakan perbedaan generasi dalam pendekatan adaptasi: sebagian pedagang memilih untuk tetap bertahan dalam pendekatan tradisional meskipun pendapatan semakin menyusut, sedangkan yang lain berani mencoba jalur baru meskipun dengan banyak ketidakpastian. Tekanan dari digitalisasi juga mengubah struktur sosial di pasar tradisional. Sebelumnya, interaksi sosial antara pedagang sangat bergantung pada rasa saling percaya, dukungan satu sama lain, dan solidaritas. Mereka saling bertukar informasi tentang pelanggan, pemasok, dan pengalaman tawar-menawar. Namun, dengan adanya digitalisasi, sebagian dari hubungan tersebut mulai bergeser: para pedagang yang aktif di dunia digital cenderung membangun hubungan berdasarkan jaringan profesional (seperti melalui grup WhatsApp atau media sosial), sementara hubungan tatap muka berkurang intensitasnya. Meski demikian, interaksi tetap ada dalam bentuk yang baru—diskusi tentang strategi penjualan digital, bertukar tips mengenai platform, atau berbagi pengalaman tentang kegagalan dan keberhasilan dalam penjualan online. Dinamika ini menunjukkan bahwa meskipun struktur sosial tradisional melemah, bentuk solidaritas baru muncul yang lebih sesuai dengan realitas digital. Dalam aspek ekonomi, para pedagang menghadapi tekanan terkait modal dan risiko likuiditas. Penurunan jumlah pembeli yang datang langsung menyebabkan pendapatan menjadi tidak menentu, dan sementara itu, modal tetap diperlukan untuk stok barang, sewa tempat usaha, dan operasional sehari-hari. Untuk menghadapi situasi ini, banyak pedagang terpaksa mengubah strategi pengelolaan modal mereka. Beberapa strategi yang diadopsi meliputi: mengurangi jumlah stok agar tidak ada kelebihan persediaan, memilih pemasok yang menawarkan margin lebih kecil tetapi dapat dipercaya, menjual barang yang cepat terjual untuk mempercepat perputaran modal, serta mendiversifikasi jenis barang yang dijual ke produk kebutuhan sehari-hari yang permintaannya lebih stabil. Selain itu, terlihat adanya perubahan dalam pola harga serta margin laba.

Akibat dari persaingan yang ketat antara toko fisik yang menawarkan harga murah dan toko online, para pedagang di Pasar Kahayan merasa perlu menurunkan harga jual mereka agar bisa bersaing namun hal ini berpengaruh negatif pada margin laba mereka. Untuk mempertahankan kelangsungan usaha, para pedagang mulai mencari cara-cara alternatif untuk menarik pelanggan datang langsung, misalnya dengan menonjolkan keuntungan dari pengalaman berbelanja secara langsung: seperti tawar-menawar, kualitas bahan yang dapat diperiksa dan dirasakan, fleksibilitas dalam transaksi, serta hubungan

pribadi dengan penjual. Pendekatan ini menunjukkan usaha untuk menggabungkan elemen perdagangan tradisional yang kuat (interaksi pribadi, kepercayaan) dengan kebutuhan ekonomi modern (efisiensi, volume penjualan, serta persaingan harga). Aspek sosial dan psikologis para pedagang juga mengalami perubahan. Merasa tertekan oleh penurunan pendapatan dan persaingan yang ketat, banyak pedagang mengalami stres dan cemas mengenai masa depan usaha mereka. Di sisi lain, ada pedagang yang menyadari bahwa mempertahankan cara lama tanpa beradaptasi dapat mempercepat kemunduran. Kesadaran ini mendorong beberapa pedagang untuk mulai berinvestasi waktu dan usaha dalam mempelajari teknologi, meskipun hal ini dilakukan secara bertahap. Mereka mengikuti pelatihan, belajar dari anak-anak atau saudara, bahkan bergabung ke dalam komunitas pedagang digital yang saling berbagi pengalaman. Proses belajar ini sendiri menjadi bentuk strategi bertahan yang praktis dan reflektif: para pedagang berusaha menggabungkan aspek tradisional (kemampuan bernegosiasi, jaringan lokal) dengan keterampilan digital agar tetap relevan.

## **2 Perubahan Interaksi Sosial Pedagang Pasar Kahayan**

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan yang signifikan terhadap dinamika sosial para pedagang di Pasar Kahayan, Kota Palangka Raya. Sebelum memasuki era digital, hubungan sosial antar pedagang ditandai oleh interaksi langsung, rasa kebersamaan, serta solidaritas yang kuat. Para pedagang saling membantu dalam menghadapi kesulitan ekonomi, berbagi informasi mengenai harga barang, dan menjalin komunikasi yang intens melalui tatap muka. Namun, seiring meningkatnya digitalisasi perdagangan, pola hubungan sosial tersebut mulai mengalami pergeseran. Kehadiran platform belanja daring seperti Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia membuat sebagian pedagang kehilangan pelanggan dan terpaksa mengubah cara mereka berinteraksi, baik dengan konsumen maupun dengan sesama pedagang. Dinamika yang muncul di lingkungan pasar tradisional kini menunjukkan adanya dualitas sosial antara pedagang yang berhasil beradaptasi dengan teknologi dan mereka yang tetap bertahan menggunakan cara-cara konvensional. Bagi sebagian pedagang muda, pemanfaatan media sosial seperti Facebook Marketplace dan WhatsApp Business menjadi strategi alternatif untuk memperluas jangkauan penjualan. Sementara itu, pedagang yang berusia lebih tua cenderung mengalami kesulitan dalam mengikuti perkembangan digital, baik karena keterbatasan pemahaman teknologi maupun kekhawatiran terhadap risiko penipuan daring. Perbedaan kemampuan adaptasi ini menciptakan kesenjangan sosial

baru di antara komunitas pedagang.

Selain perubahan dalam cara transaksi dan metode berdagang, interaksi sosial di antara para penjual di Pasar Kahayan juga mengalami perubahan signifikan akibat kehadiran teknologi digital. Meskipun ikatan sosial antar penjual masih ada, namun frekuensi dan kualitas interaksi tersebut tidak sekuat sebelumnya. Salah satu penyebab utamanya adalah menurunnya jumlah pengunjung yang datang langsung ke pasar. Saat aktivitas jual-beli menurun, ruang sosial yang biasanya terbentuk dari percakapan ringan antara pedagang seperti berbagi informasi harga, berbagi cerita tentang dagangan, dan berdiskusi strategi menghadapi masa sepi menjadi semakin jarang dilakukan. Para penjual kini lebih banyak menghabiskan waktu di lapak masing-masing sambil memeriksa ponsel, sehingga interaksi langsung yang dulunya menjadi ciri khas pasar tradisional semakin berkurang. Fenomena ini semakin jelas terlihat ketika banyak penjual mulai menggunakan ponsel bukan untuk berdagang, melainkan hanya untuk menonton siaran langsung orang lain di TikTok, melihat video pendek, atau berselancar di media sosial. Bukan karena mereka tidak ingin beradaptasi, tetapi sebagian besar pedagangkhususnya yang berusia di atas 40 tahun mengaku kesulitan memahami berbagai fitur digital seperti TikTok Live, Facebook Marketplace, Instagram Stories, serta cara membuat konten promosi. Hambatan usia, rendahnya literasi digital, dan rasa takut melakukan kesalahan atau tertipu membuat mereka lebih memilih menjadi "pengguna pasif" ketimbang mencoba memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran.. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Martin(Hilbert, 2020) yang menjelaskan bahwa teknologi digital telah menjadi kekuatan utama dalam transformasi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat modern. Hilbert menegaskan bahwa perkembangan teknologi informasi tidak hanya mengubah cara manusia berkomunikasi, tetapi juga merekonstruksi struktur sosial dan hubungan antarindividu dalam berbagai bidang kehidupan.

Dalam permasalahan ini, interaksi sosial antar pedagang tidak hanya berkurang secara fisik, tetapi juga mengalami perubahan makna. Aktivitas menonton siaran langsung orang lain atau melihat unggahan di media sosial menjadi bentuk interaksi baru namun bukan interaksi yang membangun solidaritas atau kerja sama seperti di masa lalu. Perubahan ini menunjukkan adanya pengalihan interaksi sosial: ruang sosial yang sebelumnya terbentuk dari komunikasi langsung kini digantikan dengan perhatian terhadap perangkat digital. Bahkan saat pedagang berkumpul, dialog sering kali tidak lagi

mendalam karena mereka sibuk dengan ponsel masing-masing. Hilangnya momen sosial seperti saling menyapa, berbagi informasi, atau berdiskusi tentang kondisi pasar mengindikasikan semakin lemahnya hubungan sosial tradisional yang selama ini menjadi kekuatan komunitas pasar.

Di sisi lain dari beberapa hasil wawancara yang didapatkan pedagang yang berusaha beradaptasi dengan teknologi masih harus menghadapi tantangan besar. Banyak dari mereka kini menyadari bahwa era digital memerlukan keaktifan dalam menciptakan konten, memahami algoritma, melakukan penjualan langsung, atau memanfaatkan fitur-fitur promosi lainnya. Namun, keterbatasan keterampilan teknis, kurangnya bimbingan, serta tekanan untuk menjaga stabilitas ekonomi membuat proses adaptasi berjalan sangat lambat. Mereka yang tidak mampu mengikuti perubahan ini akhirnya semakin tertinggal dan cenderung kembali mengandalkan cara lama menunggu kedatangan pelanggan secara langsung, meskipun jumlah konsumen semakin berkurang. Dengan kata lain, perubahan dalam interaksi sosial di Pasar Kahayan tidak hanya terlihat antara para penjual dan pembeli, tetapi juga dalam hubungan di antara para pedagang itu sendiri. Proses digitalisasi tidak hanya mengubah cara berkomunikasi, tetapi juga berdampak pada kualitas solidaritas dan rasa kebersamaan yang sebelumnya menjadi ciri khas pasar tradisional. Perubahan ini menunjukkan bagaimana teknologi dapat menciptakan jarak sosial meskipun berada di ruang fisik yang sama, sekaligus menekankan bahwa kemampuan untuk beradaptasi dengan digitalisasi merupakan faktor penting dalam menjaga kelangsungan sosial dan ekonomi para pedagang di zaman modern saat ini.

### **3. Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Kahayan di Era Digitalisasi**

Dalam menghadapi arus digitalisasi perdagangan yang semakin pesat, para pedagang di Pasar Kahayan Kota Palangka Raya mengembangkan berbagai strategi bertahan hidup agar usaha mereka tetap eksis meskipun mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, termasuk Ibu Ika (Mama Gries), 50 tahun, yang telah berdagang lebih dari dua dekade, tampak bahwa strategi yang dijalankan para pedagang cenderung bersifat defensif. Fokus utama mereka bukan lagi pada peningkatan keuntungan, melainkan pada upaya mempertahankan keberlangsungan usaha agar barang tetap terjual dan modal dapat terus berputar di tengah tekanan ekonomi dan persaingan digital.

Konsep strategi untuk bertahan hidup ini selaras dengan pandangan James C. Scott (1985) tentang bentuk perlawanan sehari-hari dan strategi keberlangsungan hidup

masyarakat kecil. Scott menekankan bahwa individu atau kelompok yang berada di posisi rentan akan menemukan berbagai cara untuk memastikan kelangsungan hidup mereka, terutama saat menghadapi tekanan dari aspek ekonomi dan struktur sosial yang tidak mendukung. Strategi ini tidak hanya berupa tindakan ekonomi, tetapi juga mencakup penyesuaian sosial, taktik kecil yang tersembunyi, dan bentuk adaptasi budaya yang memungkinkan mereka untuk bertahan tanpa melakukan perlawanan yang terbuka. Pemikiran Scott menunjukkan bahwa dalam kondisi yang sangat terbatas, masyarakat akan bergantung pada kecerdikan, jaringan sosial, dan praktik sehari-hari untuk menjaga stabilitas kehidupan mereka dan mengurangi risiko. Oleh karena itu, strategi bertahan hidup para pedagang dapat dilihat sebagai bagian dari upaya adaptif yang bersifat kreatif dan pragmatis untuk tetap bertahan dalam situasi ekonomi yang selalu berubah.

Dalam konteks pedagang Pasar Kahayan, strategi tersebut tampak dari penyesuaian harga jual, pengelolaan persediaan barang, dan perubahan jam operasional sebagai respons terhadap perkembangan digital dan pergeseran pola konsumsi masyarakat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memilih menurunkan ekspektasi keuntungan demi menjaga kestabilan penjualan. Ibu Eni (19 Oktober 2025), misalnya, mengatakan bahwa ia kini "*tidak mencari untung banyak, yang penting barang bisa keluar dan tidak menumpuk.*" Strategi margin keuntungan rendah ini merupakan bentuk adaptasi realistik dalam menghadapi penurunan permintaan akibat meningkatnya belanja daring. Selain menurunkan harga, banyak pedagang mengalihkan jenis dagangan ke produk yang memiliki kebutuhan stabil, seperti sembako atau bahan pokok.

Strategi lain yang hadir adalah penghematan biaya operasional, termasuk pengurangan jam kerja, penyesuaian jam buka-tutup toko mengikuti tingkat keramaian, serta pengurangan pengeluaran seperti listrik, pajak, dan biaya sewa kios. Sebelum pandemi, banyak pedagang beroperasi hingga pukul 20.00–22.00, namun kini sebagian besar memilih menutup toko lebih awal sekitar pukul 15.00–16.00 karena sepinya pembeli. Penyesuaian ini tidak hanya menjadi strategi efisiensi waktu dan biaya, tetapi juga bentuk perlindungan diri terkait keamanan di area pasar yang semakin sepi. Namun demikian, tidak semua pedagang mampu melakukan adaptasi aktif. Banyak di antara mereka yang menerapkan strategi pasif, yaitu tetap berdagang seperti biasa tanpa melakukan perubahan signifikan. Keterbatasan usia, minimnya kemampuan teknologi, dan rasa takut terhadap risiko penipuan dalam perdagangan daring menjadi faktor utama

yang menghambat adaptasi digital. Seperti diungkapkan Ibu Grace (19 oktober 2025), “*saya tidak bisa main TikTok, takut kena tipu. Saya jualan biasa saja, yang penting masih bisa buat makan.*” Hal ini menunjukkan bahwa bagi sebagian pedagang, stabilitas ekonomi dan rasa aman lebih penting dibandingkan inovasi digital yang dianggap rumit dan berisiko.

Selain itu, pedagang juga menghadapi permasalahan serius terkait perputaran modal. Penurunan volume penjualan menyebabkan arus kas menjadi lambat, sehingga keuntungan yang diperoleh sering kali hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Modal yang idealnya digunakan untuk memperbarui stok menjadi terbatas. Akibatnya, banyak pedagang tidak mampu menyesuaikan diri dengan tren pasar, terutama dalam penjualan pakaian. Barang dagangan yang dijual kerap terlihat tertinggal dari segi model dan mode jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan di platform e-commerce. Situasi ini semakin diperburuk oleh perubahan preferensi konsumen, terutama generasi muda, yang lebih tertarik berbelanja secara daring karena pilihan produk lebih beragam, lebih modis, dan harga yang lebih kompetitif. Ketika modal terbatas, pedagang tidak dapat rutin memperbarui koleksi, sehingga daya saing semakin menurun. Keterbatasan modal dan perubahan pola konsumsi ini menunjukkan bahwa strategi bertahan hidup para pedagang berada dalam posisi yang kompleks: mereka harus mengelola modal yang makin terbatas sekaligus bersaing dengan pasar digital yang berkembang pesat. Secara keseluruhan, strategi bertahan hidup pedagang Pasar Kahayan merupakan bentuk adaptasi yang berlapis, mulai dari penyesuaian harga, penghematan biaya, perubahan komoditas, hingga penerapan strategi pasif akibat keterbatasan teknologi. Dinamika ini memperlihatkan bagaimana tekanan digitalisasi tidak hanya memengaruhi aspek ekonomi pedagang, tetapi juga keputusan strategi, daya saing, dan keberlanjutan usaha mereka di tengah perubahan struktur pasar yang semakin digital.

Selain startegi bertahan hidup yang telah dijelaskan, perkembangan adaptasi para pedagang di Pasar Kahayan juga menunjukkan adanya perubahan yang signifikan dalam pola bisnis sebagai respons terhadap tekanan dari digitalisasi. Salah satu bentuk adaptasi yang paling menonjol adalah keputusan sejumlah pedagang untuk mengubah jenis barang yang mereka jual. Jika sebelumnya mereka lebih mengutamakan penjualan pakaian, kini banyak yang berpindah ke barang yang dianggap permintaannya lebih stabil, seperti kebutuhan pokok, keperluan rumah tangga, atau bahan makanan lainnya. Pergeseran ini

tidak hanya memperlihatkan fleksibilitas ekonomi, tetapi juga menggambarkan strategi bertahan hidup yang memprioritaskan keamanan dan kepastian dalam penjualan. Para pedagang menyadari bahwa penjualan pakaian sangat dipengaruhi oleh tren, selera konsumen, dan kemampuan finansial masyarakat-faktor-faktor yang semakin sulit untuk dipertahankan di tengah tekanan dari e-commerce yang menyediakan produk lebih murah dengan variasi yang lebih banyak. Di sisi lain, kebutuhan pokok memiliki permintaan yang cenderung stabil karena merupakan hal yang diperlukan setiap hari.

Namun, tidak semua pedagang memiliki kemampuan atau kesiapan untuk beralih jenis barang. Beberapa di antaranya justru memilih untuk menutup usaha mereka secara total karena merasa bahwa situasi pasar tradisional tidak lagi memungkinkan untuk memberikan penghasilan yang memadai. Berdasarkan pengakuan beberapa informan, ada pedagang yang akhirnya menyerah dan memutuskan untuk berhenti berdagang karena usaha tersebut bukanlah sumber pendapatan utama mereka. Mereka masih memiliki pilihan pekerjaan lain, seperti bekerja serabutan, membantu usaha keluarga, atau mengambil pekerjaan informal lainnya yang memberikan penghasilan lebih baik. Pilihan ini mencerminkan bahwa bagi sebagian pedagang, menjaga usaha yang terus merugi hanya akan memperburuk kondisi ekonomi keluarga. Sementara itu, ada pula pedagang yang memilih untuk menjual kios atau aset usaha mereka guna mengurangi beban finansial dan menyelamatkan modal yang masih ada. Keputusan ini biasanya diambil oleh pedagang yang telah bertahun-tahun berjualan dan merasa sudah tidak mampu bersaing dalam pasar yang berkembang dengan cepat. Penjualan aset usaha menjadi langkah terakhir yang mencerminkan tekanan besar dari digitalisasi terhadap kelangsungan pasar tradisional.

Fenomena ini menunjukkan bahwa strategi bertahan hidup pedagang tidak hanya melibatkan langkah-langkah kecil seperti menurunkan harga atau mengurangi jam buka, tetapi juga keputusan strategis yang terkait dengan perubahan arah usaha secara keseluruhan. Para pedagang berada dalam situasi yang dilematis, di mana mempertahankan usaha memerlukan biaya dan risiko yang besar, sementara meninggalkannya berarti juga kehilangan identitas sosial dan sumber penghidupan yang telah lama mereka jalani. Oleh sebab itu, setiap pedagang memilih strategi yang paling cocok dengan kapasitas modal, usia, kemampuan teknologi, serta peluang ekonomi yang ada. Dengan demikian, perkembangan strategi bertahan hidup para pedagang di Pasar

Kahayan menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berdampak pada aspek operasional perdagangan, tetapi juga mengubah arah keputusan ekonomi dari para pelakunya. Adaptasi yang mereka lakukan bersifat bertahap mulai dari penyesuaian kecil di tingkat operasional hingga perubahan besar pada usaha yang dilakukan. Kompleksitas strategi ini menunjukkan bahwa pedagang tradisional terus berusaha menjaga kesinambungan usaha di tengah perubahan struktural yang sangat cepat, meskipun tidak semua dapat bertahan dalam persaingan yang semakin terarah ke digital.



Gambar 1. Aktivitas pedagang di pasar Tradisional

Tampak suasana salah satu kios pakaian di pasar tradisional yang masih beroperasi. Foto ini memperlihatkan kondisi pedagang yang tetap bertahan di tengah menurunnya daya beli masyarakat dan ketatnya persaingan dengan penjualan daring. Barang dagangan ditata di ruang yang padat, menunjukkan keterbatasan ruang namun juga semangat pedagang untuk terus melayani pembeli secara langsung.



Gambar 2. Deretan kios kosong di pasar Tradisional

Beberapa kios di area pasar tampak tutup dan tidak lagi beroperasi. Kondisi ini menggambarkan dampak nyata dari menurunnya aktivitas ekonomi di pasar tradisional akibat pergeseran perilaku konsumen ke platform belanja daring serta menurunnya omzet pedagang. Fenomena ini menjadi indikator melemahnya dinamika sosial ekonomi di lingkungan pasar.

## PENUTUP

### Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi perdagangan telah membawa perubahan yang signifikan terhadap dinamika sosial-ekonomi pedagang di Pasar Kahayan, Kota Palangka Raya. Perkembangan platform belanja daring seperti Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia menyebabkan penurunan jumlah pengunjung pasar, pergeseran pola konsumsi masyarakat, dan melemahnya daya beli terutama di kalangan konsumen kelas menengah ke bawah. Dampak ini terlihat jelas pada penurunan omzet para pedagang pakaian yang sebelumnya bergantung pada transaksi langsung serta loyalitas pelanggan. Dinamika sosial di pasar juga mengalami perubahan yang cukup tajam. Interaksi sosial yang dahulu bersifat hangat, intens, dan penuh solidaritas kini mulai bergeser menjadi hubungan yang lebih individualistik akibat kompetisi ekonomi yang semakin ketat.

Kehadiran teknologi digital menciptakan jarak sosial antara pedagang yang mampu beradaptasi dan mereka yang mengalami hambatan usia, keterbatasan literasi digital, atau rasa takut terhadap risiko penipuan daring. Meskipun komunikasi antarpedagang masih berlangsung, intensitasnya menurun karena berkurangnya pengunjung, melemahnya aktivitas pasar, serta meningkatnya penggunaan gawai untuk menonton konten daring alih-alih berinteraksi langsung. Dalam konteks strategi bertahan hidup, pedagang mengembangkan serangkaian langkah adaptif untuk mempertahankan keberlanjutan usaha mereka. Strategi tersebut mencakup penurunan harga jual, penghematan biaya operasional, perubahan jam operasional, hingga pengalihan jenis komoditas dari pakaian ke sembako atau kebutuhan pokok yang dianggap lebih stabil permintaannya.

Beberapa pedagang memilih strategi yang bersifat pasif karena keterbatasan pengetahuan digital, sedangkan sebagian lainnya bahkan menutup usahanya atau menjual kios sebagai bentuk respons terhadap tekanan ekonomi yang terus meningkat. Fenomena ini sejalan dengan konsep subsistence ethics dan prinsip “safety-first” dalam strategi bertahan hidup ala James C. Scott, di mana pelaku ekonomi kecil cenderung memilih tindakan yang meminimalkan risiko demi menjaga stabilitas pendapatan rumah tangga. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi tidak hanya mengubah struktur perdagangan, tetapi juga memengaruhi hubungan sosial, identitas ekonomi, serta daya saing pedagang tradisional. Transformasi ini memunculkan tantangan bagi pedagang

Pasar Kahayan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi digital, sekaligus mempertahankan usaha di tengah perubahan yang berlangsung cepat. Oleh karena itu, diperlukan dukungan yang lebih konkret dari pemerintah melalui pelatihan literasi digital, peningkatan fasilitas pasar, dan kebijakan perlindungan pedagang kecil agar mereka mampu beradaptasi dan tetap bertahan dalam ekosistem perdagangan digital yang semakin kompetitif.

**Saran**

Diharapkan bahwa ke depan, para pedagan pakaian di Pasar Kahayan bisa meningkatkan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan teknologi digital yang terus berkembang. Dengan demikian, mereka tidak hanya mengandalkan metode transaksi tradisional, tetapi juga dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk pemasaran yang lebih efektif. Langkah ini bisa dilakukan dengan memperbaiki kemampuan dalam menggunakan media sosial, marketplace, dan metode pembayaran digital agar pedagang dapat menciptakan nilai ekonomi baru yang lebih stabil dan berkelanjutan. Selain itu, perlu adanya pendampingan jangka panjang bagi pedagang dalam bentuk pelatihan, bimbingan usaha, serta peningkatan literasi digital agar mereka bisa menghasilkan strategi pemasaran yang sesuai dengan perubahan perilaku konsumen di era digital.

Bagi pengelola pasar dan para pemangku kepentingan, diharapkan ada dukungan yang maksimal melalui pengembangan fasilitas pasar yang memadai, peningkatan sistem manajemen, dan pengawasan yang lebih efektif agar aktivitas perdagangan di Pasar Kahayan tetap berlangsung dengan tertib, sehat, dan kompetitif. Para pemangku kepentingan juga harus memastikan bahwa kebijakan modernisasi pasar diterapkan dengan baik, termasuk menyediakan fasilitas seperti koneksi internet, ruang pelatihan, serta sistem informasi pasar yang dapat memperkuat posisi pedagang tradisional dalam menghadapi arus digital. Pengawasan terhadap praktik perdagangan yang tidak adil atau merugikan pedagang kecil juga sangat penting untuk mempertahankan keberlanjutan pasar tradisional sebagai pusat dimana masyarakat bisa berbelanja yang sesungguhnya.

Bagi pemerintah daerah, diharapkan dapat memperkuat dukungan kebijakan melalui program pemberdayaan bagi pedagang tradisional, bantuan modal, dan kerjasama dengan berbagai pihak untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang inklusif dan mudah diakses oleh para pedagang. Kebijakan yang mendukung pengembangan pasar tradisional perlu terus dioptimalkan agar pedagang pakaian di Pasar Kahayan dapat meningkatkan daya

saing tanpa kehilangan identitas sosial pasar. Untuk peneliti di masa mendatang, disarankan agar melakukan penelitian yang lebih komprehensif dari berbagai sudut pandang atau disiplin ilmu untuk menghasilkan temuan yang relevan berdasarkan riset yang bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Penelitian lanjutan juga bisa memperluas objek yang diteliti, baik dari jenis komoditas lain maupun dari pasar yang berbeda, sehingga bisa memberikan gambaran yang lebih menyeluruh tentang dinamika sosial dan ekonomi pedagang dalam menghadapi transformasi digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amory, J. D. S., Mudo, M., & J, R. (2025). Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28–37. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>
- Basya, M. M., & Farizky, A. (2025). Survival Strategy Pedagang Garmen Pasar Tradisional di Era Digital dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Breliana, N., & Febriyanti, S. N. (2024). Disrupsi dan Digitalisasi Pasar Tradisional dalam Studi Omni-Channel Pasar Turi Baru Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*.
- Elyani, S. (2024). *TRANSFORMATION OF SOCIAL IDENTITY IN THE DIGITAL AGE : AN ANALYSIS OF THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN CONTEMPORARY*. 04(02), 2016–2020.
- Hilbert, M. (2020). Digital technology and social change: The digital transformation of society from a historical perspective. *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 22(2), 189–194. <https://doi.org/10.31887/dcns.2020.22.2/mhilbert>
- Muhammad Fikri, & Ahmad Junaidi. (2024). Perubahan Pola Konsumsi Dan Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Di Era Digital. *JUPSI Jurnal Pendidikan Sosial Indonesia*, 2(1), 12–19. <https://doi.org/10.62238/jupsi.v2i1.139>
- Nirwasita, J., Irawan, R. J., Nur, S., Zahroh, A., & Dartanyan, K. (2024). *Kualitas Interaksi Sosial Antara Penjual dan Pembeli di Pasar Modern Bauntung Banjarbaru*. 5(1), 58–68.
- Pangestu, A. P. (2025). Pasar Tradisional dalam Genggaman Digital: Minat Konsumen di Era Marketplace. *Jurnal Sosial Teknologi*.
- Pertiwi, D. I., Nurbaiti, N., & Dharma, B. (2024). Strategi Pedagang Tradisional Pakaian Fashion Muslim dalam Menghadapi Transformasi Digital Bisnis. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 282–293. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i3.3436>
- Pramesti, F. C., Febriana, R. D., & Isworo, I. (2025). Analisis Dampak Perkembangan E-Commerce Terhadap Preferensi Minat Konsumen Pada Kelangsungan Usaha Mikro Kecil Menengah ( Umkm ) Pedagang Pakaian Di Pasar Tradisional. *Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship*, 4(1), 1–10.
- Prasojo, A. A., & Hidayah, S. (2024). Adaptasi terhadap Perkembangan Teknologi Digital oleh Pedagang Tradisional di Pasar Lama Kota Banjarmasin. *Huma: Jurnal Sosiologi*.
- Sebagai, D., Satu, S., Guna, P., Gelar, M., & Mutmainah, I. (2024). *Program studi tadris ilmu pengetahuan sosial fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan uin syarif hidayatullah*

*jakarta 2024.*

- Sri Wulandari, D., & Hotma Uli Tumanggor, A. (2024). Dampak Transformasi Digital Pada Pasar Tradisional. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 52–57.  
file:///C:/Users/davir/Downloads/437a9516e8694ed2746804a6d55bc03b9914.pdf
- Wahyudi, F. D., Wisadirana, D., & Chawa, A. F. (2024). *The Dilemma of Fresh Flower Farmers in Responding to the COVID-19 Pandemic ( Case Study in Gunungsari Village , Batu )*. 27(2), 74–81. https://doi.org/10.21776/ub.wacana.2024.027.02.04
- Hashimov, E. (2015). Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Metode dan Manual Pengodean untuk Peneliti Kualitatif: Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2014. 381 hlm. Johnny Saldaña. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2013. 303 hlm.
- Moleong, L. J. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.