

**ANALISIS DAMPAK TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE TERHADAP
EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL: ANTARA PELUANG
DAN ANCAMAN BAGI PEDAGANG LOKAL**

Agus Rojak Samsudin¹, Alfian Sahrul Ramadhan²,
Amalia Shinfin Az Zuhkruf³, Zahro Nur Fatimah⁴

¹⁻⁴Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia (IAI AL-AZIS)

agus.rojak@iai-alzaytun.ac.id¹, alfiannnsahrul@gmail.com²,
amaliashinfin16@gmail.com³, zaranur1111@gmail.com⁴

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of online buying and selling transactions on the existence of traditional markets, with a focus on local traders as the most affected parties, both as opportunities and threats. The method used is library research with a descriptive qualitative approach through content analysis techniques of various relevant literature. The results show that the development of e-commerce drives changes in consumer behavior toward faster, more efficient, and practical digital transactions, thereby increasing competition and reducing the intensity of visits to traditional markets. This condition leads to a decline in the turnover of small traders, especially in non-food commodities. On the other hand, digitalization also opens opportunities for market expansion, business efficiency, and the transformation of local traders' business models through digital platforms. In the perspective of Islamic jurisprudence (fiqh muamalah), this phenomenon must be directed toward public welfare and must not cause harm in accordance with the principle of la darar wa la dirar, thus requiring a balance between digital innovation and the protection of traditional traders.

Keywords: *E-commerce, Traditional Markets, Local Traders*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak transaksi jual beli online terhadap eksistensi pasar tradisional, dengan fokus pada pedagang lokal sebagai pihak yang paling terdampak, baik sebagai peluang maupun ancaman. Metode yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (library research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui teknik analisis isi terhadap berbagai literatur relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan e-commerce mendorong perubahan perilaku konsumen ke arah transaksi digital yang lebih cepat, efisien, dan praktis, sehingga meningkatkan persaingan dan menurunkan intensitas kunjungan ke pasar tradisional. Kondisi ini berdampak pada penurunan omzet pedagang kecil, khususnya pada komoditas nonpangan. Di sisi lain, digitalisasi juga membuka peluang perluasan pasar, efisiensi usaha, dan

transformasi model bisnis pedagang lokal melalui platform digital. Dalam perspektif fikih muamalah, fenomena ini harus diarahkan pada kemaslahatan bersama dan tidak menimbulkan kemudharatan sesuai kaidah la darar wa la dirar, sehingga diperlukan keseimbangan antara inovasi digital dan perlindungan pedagang tradisional.

Kata Kunci: *E-commerce*, Pasar Tradisional, Pedagang Lokal

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan besar terhadap pola interaksi ekonomi masyarakat, termasuk dalam aktivitas jual beli. Jika pada masa sebelumnya transaksi perdagangan umumnya dilakukan secara langsung melalui pertemuan antara penjual dan pembeli di pasar tradisional, toko, atau pusat perdagangan fisik lainnya, maka saat ini transaksi dapat dilakukan secara virtual melalui berbagai platform digital. Kehadiran internet, telepon pintar, sistem pembayaran elektronik, serta platform marketplace telah menciptakan ekosistem perdagangan baru yang memungkinkan proses jual beli berlangsung lebih cepat, fleksibel, dan tanpa batas ruang serta waktu. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara konsumen memperoleh barang dan jasa, tetapi juga mengubah strategi pemasaran, distribusi, dan persaingan usaha di

tingkat lokal maupun nasional. Dalam konteks Indonesia, perkembangan e-commerce menjadi salah satu indikator penting dari percepatan ekonomi digital yang terus tumbuh dan memengaruhi hampir seluruh sektor perdagangan, baik skala besar maupun usaha kecil menengah (Ingriana et.al., 2025).

Transaksi jual beli online pada dasarnya menawarkan berbagai kemudahan yang menjadi alasan utama meningkatnya minat masyarakat untuk beralih dari transaksi konvensional ke transaksi digital. Melalui platform marketplace, media sosial, maupun aplikasi perdagangan daring, konsumen dapat membandingkan harga, menelusuri variasi produk, membaca ulasan pengguna, dan melakukan pembayaran hanya dalam beberapa langkah. Dari sisi pelaku usaha, pemanfaatan platform digital terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas

promosi, dan menekan biaya operasional tertentu. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan marketplace dapat membantu pelaku usaha meningkatkan penjualan serta memperluas akses terhadap konsumen yang sebelumnya sulit dijangkau melalui pola pemasaran konvensional (Jabat et al., 2022).

Fenomena pergeseran ke arah transaksi digital semakin terlihat jelas pasca pandemi Covid-19. Pembatasan mobilitas, kekhawatiran terhadap kontak fisik, serta meningkatnya kebutuhan akan layanan yang cepat dan praktis mendorong masyarakat untuk memanfaatkan platform belanja online dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada masa tersebut, *e-commerce* tidak lagi dipandang sebagai alternatif, melainkan menjadi salah satu kanal utama dalam aktivitas konsumsi rumah tangga. Perubahan ini menimbulkan efek jangka panjang terhadap perilaku konsumen karena kebiasaan berbelanja secara online yang terbentuk selama pandemi cenderung terus bertahan setelah kondisi sosial kembali normal. Handayani et al. (2025) menjelaskan bahwa konsumen semakin memilih transaksi digital

karena dinilai lebih efisien dari segi waktu, tenaga, dan aksesibilitas. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Mardiani et al. (2020) yang menegaskan adanya peningkatan signifikan penggunaan *e-commerce* selama masa pandemi.

Di tengah pesatnya pertumbuhan jual beli online, pasar tradisional menghadapi tantangan yang tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial. Pasar tradisional selama ini berperan sebagai ruang transaksi, interaksi sosial, distribusi produk lokal, dan sumber penghidupan bagi pedagang kecil, sehingga pergeseran konsumsi masyarakat ke platform digital turut memengaruhi keberlanjutan usaha lokal dan ketahanan ekonomi komunitas (Siahaan & Bila, 2024).

Pergeseran preferensi konsumen ke arah transaksi online telah memengaruhi eksistensi pasar tradisional secara nyata. Konsumen yang sebelumnya datang langsung ke pasar untuk membeli kebutuhan rumah tangga, pakaian, makanan, atau barang lainnya, kini memiliki alternatif yang dianggap lebih praktis dan efisien. Akibatnya, intensitas kunjungan ke pasar tradisional berpotensi menurun, yang pada

gilirannya memengaruhi omzet pedagang lokal. Pedagang pasar tradisional yang selama ini bergantung pada penjualan tatap muka menghadapi tekanan baru berupa menurunnya jumlah pembeli, meningkatnya persaingan harga, serta berubahnya standar pelayanan konsumen yang kini lebih menuntut kecepatan, variasi produk, dan kemudahan akses. Siahaan dan Bila (2024) menegaskan bahwa berkembangnya e-commerce menimbulkan tantangan serius terhadap keberlangsungan usaha pedagang yang masih mengandalkan model penjualan konvensional. Sejalan dengan itu, Maulidia dan Noviyanti (2025) menyebutkan bahwa pasar tradisional dituntut untuk terus beradaptasi dengan arus digitalisasi agar mampu mempertahankan eksistensinya di tengah perubahan perilaku konsumen. Dalam dimensi sosial, Feby (2025) juga menunjukkan bahwa pedagang pasar tradisional menghadapi persaingan yang semakin tinggi akibat gempuran e-commerce, yang secara langsung berpengaruh pada keberlanjutan usaha dan posisi mereka dalam struktur ekonomi lokal.

Perkembangan transaksi jual beli online tidak hanya dipandang sebagai ancaman, tetapi juga membuka peluang bagi pedagang lokal untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta memperkuat daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital (Andini et al., 2026). Digitalisasi memungkinkan pedagang menjangkau konsumen lebih luas melalui media sosial, marketplace, dan layanan berbasis aplikasi, sehingga dapat mendorong modernisasi pasar tradisional tanpa menghilangkan fungsi sosialnya (Mendrofa et al., 2025).

Namun demikian, tidak semua pedagang memiliki kemampuan yang sama dalam beradaptasi. Keterbatasan akses teknologi, modal, literasi digital, serta infrastruktur menyebabkan sebagian pelaku usaha tertinggal dan kehilangan pangsa pasar akibat perubahan preferensi konsumen ke platform online yang lebih praktis dan murah. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menimbulkan ketimpangan baru apabila hanya menguntungkan pelaku usaha yang memiliki sumber daya dan kemampuan adaptasi lebih baik (Pramesti et al., 2025). Oleh karena

itu, pedagang lokal perlu melakukan inovasi, kolaborasi, dan penyesuaian strategi agar tetap mampu bersaing di tengah ekspansi pasar digital (Faturochman et al., 2025).

Persoalan mengenai dampak transaksi jual beli online terhadap eksistensi pasar tradisional menjadi penting untuk dikaji karena menyangkut dua kepentingan yang sama-sama relevan. Di satu sisi, digitalisasi perdagangan merupakan keniscayaan dalam perkembangan ekonomi modern yang tidak dapat dihindari. Teknologi telah menjadi instrumen utama untuk meningkatkan efisiensi, memperluas akses pasar, dan mempercepat perputaran ekonomi. Menolak digitalisasi secara total tentu bukan pilihan yang realistis (Feby, 2025). Namun, di sisi lain, keberadaan pasar tradisional dan pedagang lokal juga tidak dapat diabaikan karena mereka merupakan bagian penting dari ekonomi rakyat yang menopang kehidupan banyak keluarga, khususnya di daerah. Ketika perkembangan jual beli online justru memperlemah posisi pedagang kecil dan mempercepat penurunan fungsi pasar tradisional, maka diperlukan analisis yang lebih mendalam untuk memahami apakah perubahan

tersebut masih berada dalam batas persaingan usaha yang sehat atau justru telah menimbulkan kerugian sosial-ekonomi yang signifikan bagi kelompok rentan (Pramesti et al., 2025).

Dari sinilah muncul pertanyaan mendasar yang menjadi titik tolak penelitian ini, yaitu apakah perkembangan transaksi jual beli online lebih banyak menghadirkan peluang atau ancaman bagi pedagang lokal di pasar tradisional. Pertanyaan ini penting karena realitas di lapangan menunjukkan adanya dua sisi yang berjalan bersamaan. Pada satu sisi, transaksi online membuka kesempatan baru untuk ekspansi usaha, diversifikasi saluran penjualan, dan penguatan daya saing. Pada sisi lain, ia dapat mempercepat penurunan jumlah pembeli di pasar tradisional, menekan pendapatan pedagang, dan mengubah struktur ekonomi lokal secara drastis (Andini et al., 2026). Penelitian ini tidak hanya berupaya menggambarkan perubahan tersebut secara umum, tetapi juga menganalisis dampaknya terhadap eksistensi pasar tradisional sebagai institusi ekonomi dan sosial. Dengan demikian, fokus penelitian tidak berhenti pada aspek naik

turunnya penjualan, melainkan juga mencakup keberlangsungan usaha pedagang, kemampuan adaptasi terhadap digitalisasi, serta potensi perubahan fungsi pasar tradisional di tengah arus transformasi ekonomi digital (Mendrofa et al., 2025).

Dalam kerangka keilmuan Islam, persoalan ini juga relevan dianalisis melalui perspektif fikih muamalah. Aktivitas jual beli, baik secara langsung maupun melalui media digital, pada dasarnya merupakan bagian dari muamalah yang harus dijalankan sesuai prinsip keadilan, kemaslahatan, dan larangan menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Salah satu kaidah fiqhiyyah yang memiliki relevansi kuat dalam konteks ini adalah *la darar wa la dirar*, yang berarti “tidak boleh menimbulkan bahaya bagi diri sendiri maupun orang lain.” Kaidah ini menjadi prinsip penting dalam menyelesaikan berbagai persoalan kontemporer, termasuk persoalan ekonomi, bisnis, dan transaksi digital (Nasution et.al., 2025).

Penerapan kaidah *la darar wa la dirar* penting karena digitalisasi perdagangan tidak dapat dinilai hanya dari efisiensi ekonomi, tetapi juga dari dampaknya terhadap keadilan sosial

bagi pedagang lokal. Dalam fikih muamalah, kebebasan bertransaksi tetap dibatasi oleh prinsip keadilan dan larangan merugikan pihak lain, sehingga ekspansi jual beli online yang berpotensi menimbulkan ketimpangan bagi pasar tradisional perlu dianalisis dari sudut kemudahan dan kemaslahatan (Matondang et al., 2026). Dengan demikian, transaksi jual beli online menghadirkan konsekuensi ganda: di satu sisi membuka peluang inovasi, perluasan pasar, dan efisiensi usaha, tetapi di sisi lain juga berpotensi mengancam eksistensi pasar tradisional akibat perubahan perilaku konsumen, ketimpangan akses teknologi, dan persaingan dengan platform digital. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengkaji dampak transaksi jual beli online terhadap keberlangsungan pasar tradisional melalui perspektif fikih muamalah dengan kaidah *la darar wa la dirar* (Nasution et al., 2025).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kepustakaan digunakan karena data

penelitian diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan fokus kajian, yaitu dampak transaksi jual beli online terhadap eksistensi pasar tradisional serta analisisnya dalam perspektif fikih muamalah. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami, menguraikan, dan menafsirkan data secara sistematis berdasarkan literatur yang berkaitan dengan objek penelitian (Sugiyono, 2019).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berupa artikel jurnal, buku, dan karya ilmiah yang secara langsung membahas transaksi jual beli online, pasar tradisional, pedagang lokal, serta kaidah fikih muamalah yang relevan dengan penelitian. Sementara itu, data sekunder meliputi dokumen pendukung seperti hasil penelitian terdahulu, regulasi, fatwa, dan literatur lain yang berkaitan dengan ekonomi digital dan hukum Islam (Moleong, 2018).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi atau studi kepustakaan, yaitu dengan menelusuri, membaca, mencatat, dan mengklasifikasikan berbagai literatur yang sesuai dengan tema penelitian.

Data yang terkumpul kemudian diseleksi berdasarkan relevansi, kredibilitas sumber, dan keterkaitannya dengan rumusan masalah penelitian, sehingga hanya sumber yang mendukung fokus kajian yang digunakan dalam analisis (Zed, 2014).

Teknik analisis data menggunakan analisis isi (*content analysis*) dengan langkah reduksi data, kategorisasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan dianalisis untuk menemukan pola-pola pemikiran mengenai peluang dan ancaman transaksi jual beli online terhadap pasar tradisional, kemudian ditafsirkan menggunakan perspektif fikih muamalah, khususnya kaidah *la darar wa la dirar*, guna menilai dimensi maslahat dan mudarat dari perkembangan transaksi digital bagi pedagang lokal (Miles, 2014).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil telaah pustaka menunjukkan bahwa perkembangan jual beli online telah mengubah struktur perdagangan ritel di Indonesia, ditandai dengan meningkatnya penggunaan marketplace dan media sosial serta

pergeseran orientasi konsumen dari belanja berbasis kedekatan fisik menuju efisiensi, kecepatan, dan kemudahan akses (Handayani et al., 2025). Dalam kondisi ini, transaksi digital tidak lagi sekadar pelengkap, melainkan telah menjadi saluran utama pemenuhan kebutuhan, sehingga memperketat persaingan antara pasar tradisional dan platform digital (Ingriana et al., 2025).

1. Pergeseran Pola Konsumsi dan Perubahan Perilaku Transaksi Masyarakat

Salah satu temuan utama dari berbagai literatur adalah bahwa pertumbuhan transaksi online berkaitan erat dengan perubahan perilaku konsumen. Konsumen modern cenderung mengutamakan efisiensi waktu, kemudahan pencarian produk, fleksibilitas pembayaran, dan kenyamanan berbelanja tanpa harus datang langsung ke lokasi penjualan. Marketplace menawarkan fitur yang tidak selalu tersedia di pasar tradisional, seperti perbandingan harga secara instan, promosi terintegrasi, ulasan pembeli, layanan pengiriman, dan sistem pembayaran digital. Fitur-fitur tersebut memperkuat daya tarik transaksi online, terutama bagi kelompok konsumen perkotaan,

pekerja, mahasiswa, dan rumah tangga yang memiliki mobilitas tinggi. Dalam kondisi demikian, pilihan konsumen tidak lagi semata ditentukan oleh kedekatan lokasi, melainkan oleh efisiensi dan pengalaman berbelanja yang ditawarkan platform digital (Jabat et al., 2022).

Pandemi Covid-19 menjadi salah satu titik akselerasi terpenting dalam perubahan perilaku tersebut. Pada masa pembatasan mobilitas, masyarakat dipaksa beradaptasi dengan berbagai layanan digital, termasuk dalam kegiatan konsumsi. Setelah pandemi mereda, kebiasaan itu tidak sepenuhnya hilang, tetapi justru berlanjut menjadi pola konsumsi baru. Artinya, peningkatan transaksi online pascapandemi bukan sekadar gejala sementara, melainkan bagian dari transformasi jangka panjang dalam perilaku ekonomi Masyarakat (Mardiani et al., 2020).

Hal ini menjelaskan mengapa pasar tradisional tidak lagi hanya bersaing dengan toko fisik modern, tetapi juga dengan sistem digital yang mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan lebih cepat. Dalam jangka panjang, perubahan ini memengaruhi struktur permintaan di

pasar tradisional karena sebagian konsumen mulai mengurangi frekuensi kunjungan fisik dan menggantinya dengan pembelian melalui aplikasi atau marketplace (Handayani et al., 2025).

Perubahan perilaku konsumen akibat transaksi online tidak hanya berkaitan dengan harga, tetapi juga pengalaman berbelanja yang lebih cepat, praktis, dan efisien. Kondisi ini membuat pasar tradisional yang selama ini mengandalkan interaksi langsung, kedekatan sosial, dan tawar-menawar menghadapi tekanan akibat bergesernya preferensi konsumen ke layanan digital (Siahaan & Bila, 2024). Meski demikian, pasar tradisional tetap memiliki ruang pada komoditas tertentu, seperti bahan pangan segar dan kebutuhan harian yang memerlukan pengecekan langsung, sehingga perubahan perilaku konsumen bersifat selektif dan menuntut pasar tradisional untuk menyesuaikan layanan agar tetap relevan (Maulidia & Noviyanti, 2025).

2. Dampak Transaksi Jual Beli Online terhadap Eksistensi Pasar Tradisional

Eksistensi pasar tradisional dalam penelitian ini tidak dipahami hanya sebagai keberadaan fisik

bangunan pasar, melainkan sebagai keberlangsungan fungsi ekonomi, sosial, dan kulturalnya dalam kehidupan masyarakat. Berdasarkan hasil telaah pustaka, dampak paling nyata dari ekspansi transaksi online terhadap pasar tradisional terletak pada penurunan intensitas kunjungan pembeli dan tekanan terhadap omzet pedagang. Ketika konsumen memiliki akses lebih mudah terhadap produk serupa melalui marketplace dengan harga yang kompetitif dan layanan pengiriman, maka sebagian kebutuhan yang sebelumnya dipenuhi di pasar tradisional beralih ke platform digital (Siahaan & Bila, 2024). Akibatnya, pedagang yang menggantungkan penjualan pada transaksi tatap muka mengalami penurunan daya saing, khususnya pada sektor komoditas nonpangan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, dan barang konsumsi yang mudah dipasarkan secara online (Pramesti et al., 2025).

Dampak tersebut menjadi semakin serius karena pasar tradisional pada dasarnya dihuni oleh pedagang kecil yang modal usahanya terbatas dan sangat bergantung pada arus pembeli harian. Berbeda dengan pelaku usaha besar yang memiliki

cadangan modal, akses promosi, dan kemampuan logistik lebih kuat, pedagang pasar tradisional umumnya bekerja dalam skala mikro dengan margin keuntungan yang tipis. Ketika jumlah pembeli menurun, efeknya tidak hanya berupa penurunan laba, tetapi juga terganggunya sirkulasi modal harian, kemampuan restok barang, hingga keberlangsungan nafkah rumah tangga pedagang. Dengan demikian, dampak jual beli online terhadap pasar tradisional tidak dapat dilihat hanya dari sisi persaingan usaha biasa, melainkan juga dari sisi kerentanan ekonomi pelaku usaha kecil yang menjadi tulang punggung pasar tradisional (Feby, 2025).

Ekspansi jual beli online tidak hanya menurunkan transaksi di pasar tradisional, tetapi juga mengubah standar persaingan. Konsumen kini menuntut variasi produk, harga transparan, layanan cepat, kemudahan pemesanan, dan fleksibilitas pembayaran, sementara pasar tradisional masih banyak yang bertahan dengan sistem konvensional. Akibatnya, pedagang lokal tidak hanya menghadapi penurunan pembeli, tetapi juga tuntutan untuk meningkatkan layanan,

pemasaran, dan pola interaksi agar tetap mampu bersaing (Faturochman et al., 2025).

Dampak transaksi online terhadap pasar tradisional tidak bersifat seragam, tetapi bergantung pada jenis komoditas, karakteristik konsumen, dan kemampuan adaptasi pedagang. Komoditas yang mudah dikirim dan memiliki standar kualitas seragam cenderung lebih rentan tergeser oleh transaksi online, sedangkan komoditas segar seperti sayur, ikan, daging, dan rempah masih memberi ruang kuat bagi pasar tradisional karena pembeli perlu melihat kualitas barang secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa ancaman digitalisasi terhadap pasar tradisional lebih bersifat sektoral daripada menyeluruh. Oleh sebab itu, eksistensi pasar tradisional ke depan akan sangat ditentukan oleh kemampuannya mempertahankan keunggulan pada sektor yang tidak mudah tergantikan sekaligus memperbaiki kelemahan pada sektor yang rentan terdisrupsi (Dina Andini et al., 2026).

3. Peluang Digitalisasi bagi Pedagang Lokal dan Transformasi Fungsi Pasar Tradisional

Meskipun transaksi online sering dipandang sebagai ancaman, hasil penelitian pustaka menunjukkan bahwa digitalisasi juga membuka peluang baru bagi pedagang lokal. Salah satu peluang terbesarnya adalah perluasan pasar. Sebelum era digital, pedagang pasar tradisional sangat bergantung pada konsumen yang datang langsung ke lapak atau kios. Setelah berkembangnya media sosial, marketplace, dan aplikasi pesan antar, pedagang lokal memiliki kemungkinan menjangkau konsumen di luar lingkungan pasar fisik. Dengan memanfaatkan platform digital, pedagang tidak lagi sepenuhnya bergantung pada lalu lintas pengunjung pasar, tetapi dapat menawarkan barang kepada konsumen yang lebih luas melalui katalog digital, promosi daring, dan sistem pemesanan jarak jauh. Dalam konteks ini, digitalisasi bukan hanya instrumen persaingan, melainkan juga sarana ekspansi usaha yang sebelumnya sulit diakses oleh pedagang kecil (Mendrofa et al., 2025).

Peluang kedua adalah efisiensi operasional dan fleksibilitas model usaha. Beberapa literatur menegaskan bahwa integrasi sederhana dengan teknologi misalnya penggunaan WhatsApp untuk menerima pesanan, media sosial untuk promosi, atau aplikasi pembayaran digital—sudah dapat meningkatkan efektivitas usaha pedagang skala kecil. Pedagang tidak harus langsung masuk ke sistem marketplace besar untuk beradaptasi; penggunaan teknologi yang paling dasar sekalipun dapat membantu mempertahankan pelanggan, mempermudah komunikasi, dan memperluas saluran penjualan. Dengan demikian, digitalisasi tidak harus dipahami sebagai perubahan total dari sistem tradisional ke sistem online, melainkan dapat dimulai dari model hibrida yang menggabungkan transaksi langsung dengan layanan digital sederhana. Model ini relatif lebih realistis bagi pedagang lokal karena tidak menuntut modal besar, tetapi tetap membuka akses pada konsumen yang lebih modern (Andini et al., 2026).

Peluang ketiga berkaitan dengan transformasi fungsi pasar tradisional itu sendiri. Apabila selama ini pasar

tradisional diposisikan hanya sebagai ruang jual beli fisik, maka ke depan pasar tradisional perlu dipahami sebagai ekosistem ekonomi lokal yang dapat memanfaatkan teknologi tanpa kehilangan identitas sosialnya. Pasar tradisional memiliki modal sosial yang tidak dimiliki platform digital, yaitu kedekatan komunitas, kepercayaan antarpelaku, fleksibilitas hubungan dagang, dan keterhubungan dengan produk lokal. Modal sosial tersebut dapat dipadukan dengan teknologi digital melalui katalog bersama, promosi kolektif pasar, layanan pesan antar berbasis komunitas, atau kerja sama dengan platform lokal. Dalam skema ini, digitalisasi tidak mematikan pasar tradisional, tetapi mendorongnya bertransformasi dari pasar konvensional murni menjadi pasar komunitas yang adaptif secara teknologi. Dengan pendekatan seperti ini, pasar tradisional tidak harus kehilangan ciri khas sosialnya untuk tetap relevan di tengah ekonomi digital (Maulidia & Noviyanti, 2025).

Namun, peluang tersebut tidak otomatis dapat dinikmati semua pedagang. Literatur menegaskan adanya hambatan besar berupa rendahnya literasi digital,

keterbatasan perangkat, minimnya modal, lemahnya pengetahuan promosi online, dan ketidakpastian logistik. Pedagang yang berusia lanjut, berpendidikan terbatas, atau sudah terlalu lama bergantung pada pola konvensional sering kali kesulitan menyesuaikan diri dengan teknologi. Hambatan ini memperlihatkan bahwa digitalisasi cenderung menguntungkan pedagang yang memiliki sumber daya adaptif lebih baik. Karena itu, jika digitalisasi dibiarkan berjalan tanpa dukungan pelatihan, pendampingan, dan kebijakan afirmatif, maka ia justru dapat memperlebar kesenjangan antara pedagang yang mampu bertransformasi dan pedagang yang tertinggal. Di sinilah terlihat bahwa peluang digitalisasi selalu berjalan beriringan dengan risiko eksklusi ekonomi bagi kelompok yang paling lemah (Pramesti et al., 2025).

D. Kesimpulan

Perkembangan transaksi jual beli online memberikan dampak yang signifikan terhadap eksistensi pasar tradisional. Di satu sisi, transaksi online menghadirkan ancaman berupa pergeseran perilaku konsumen, menurunnya intensitas

kunjungan ke pasar tradisional, serta meningkatnya persaingan yang menekan pedagang lokal. Di sisi lain, digitalisasi juga membuka peluang bagi pedagang pasar tradisional untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi usaha, dan mengembangkan strategi pemasaran berbasis teknologi.

Dalam perspektif fikih muamalah, transaksi jual beli online pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi prinsip keadilan, keterbukaan, dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Melalui kaidah *la darar wa la dirar*, penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi perdagangan tidak boleh dibiarkan menimbulkan mudarat bagi pedagang lokal, tetapi harus diarahkan pada terciptanya kemaslahatan bersama. Oleh karena itu, keberlangsungan pasar tradisional di era digital sangat bergantung pada kemampuan adaptasi pedagang lokal, dukungan kebijakan, serta upaya integrasi teknologi yang tetap berpihak pada ekonomi kerakyatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dina Andini, S. E., Kusnandar, H. F., & Putra, R. S. (2026). Digitalisasi Ekonomi Lokal Dan Transformasi Pasar Tradisional Indonesia. Penamuda Media.
- Faturochman, F., Saputra, N. R., Raditian, R., & Panorama, M. (2025). Strategi adaptasi pedagang pasar tradisional terhadap persaingan dengan pasar modern di Kota Palembang. *Value*, 6(1), 214-228.
- Feby, A. Y. (2025). Realitas Sosial Pedagang Pasar Tradisional: Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Gempuran E-Commerce.
- Handayani, R. S., Diva, G. A., Hermansyah, E. N., & Siswati, A. (2025). Transformasi digital e-commerce di era post-pandemic: analisis tren dan dampak pada perilaku konsumen indonesia. *Jurnal Informatika Dan Kesehatan*, 2(2), 108-117.
- Ingriana, A., Chondro, J., & Rolando, B. (2025). Transformasi digital model bisnis kreatif: Peran sentral e-commerce dan inovasi teknologi di Indonesia. *Jumder: Jurnal Bisnis Digital dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 80-100.
- Jabat, D. E. B., Tarigan, L. L., Purba, M., & Purba, M. (2022). Pemanfaatan platform e-commerce melalui marketplace sebagai upaya peningkatan penjualan.
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., & Al Rizky, F. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap E-commerce disaat pandemi covid 19 di Shop and Travel. *Informatik: Jurnal Ilmu Komputer*, 16(3), 212-217.
- Matondang, H. R. N., Geandra, I., & Sofyan, A. R. (2026). Prinsip Non-Harm Sebagai Kerangka Etis Pengelolaan Sengketa Bisnis

- Syariah Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 6(1), 15-24.
- Maulidia, A. Y. N., & Noviyanti, R. (2025). Tantangan Dan Peluang Terhadap Keberlanjutan Pasar Tradisional Di Era E-Commerce Di Kecamatan Pagelaran. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1), 1296-1307.
- Mendrofa, L., Zendrato, B., & Zai, I. (2025). Pengaruh digitalisasi pada peningkatan efisiensi operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia tahun 2023. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik*, 2(1), 100-108.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, M. I. H., Adly, M. A., & Firmansyah, H. (2025). Implementasi Qawa 'Id Fiqhiyyah Dalam Penyelesaian Masalah Kontemporer. *Tabayyun: Journal Of Islamic Studies*, 3(02), 190-209.
- Pramesti, F. C., Febriana, R. D. F., & Isworo, E. I. I. (2025). Analisis Dampak Perkembangan E-Commerce Terhadap Preferensi Minat Konsumen Pada Kelangsungan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Pedagang Pakaian Di Pasar Tradisional. *Jimbien: Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship*, 4(1), 1-10.
- Siahaan, M. M., & Bila, R. (2024). Analisis pengaruh e-commerce terhadap keberlanjutan pasar tradisional di kota tangerang
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Zed, M. (2014). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- .