

# Dampak *Direct Selling* Online terhadap Pedagang Pasar Tradisional: Perspektif Ekonomi Syariah

Rasyidah Bulqis,<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> STAI DDI Pinrang, Indonesia

Email: [rasyidahbulqis@gmail.com](mailto:rasyidahbulqis@gmail.com)

\*Corresponding Author

DOI:

---

## ABSTRACT

**Keywords:**

*Direct Selling;Pasar Tradisional;Ekonomi Syariah.*

**Article Info:**

*Submitted:*

15/09/2024

*Revised:*

4/10/2024

*Published:*

12/10/2024

*The rapid growth of e-commerce and online direct selling has changed the trade landscape significantly. This phenomenon has complex impacts, especially for traditional market traders who have existed for centuries. This research aims to analyze in depth the impact of online direct sales on traditional market traders, taking into account the sharia economic perspective. The impact of online direct selling on traditional market traders is complex and multidimensional. The emergence of online direct selling has created increasingly fierce competition for traditional market traders. Ease of access, various product choices, and competitive price offers are the main attraction for consumers. Challenges and opportunities exist simultaneously. With the right government policies and joint efforts from all parties, it is hoped that a harmonious balance can be created between the development of online business and the business continuity of traditional market traders.*

---

## INTRODUCTION

Perkembangan pesat teknologi informasi telah membawa dampak yang signifikan terhadap seluruh aspek rantai nilai, mulai dari produksi hingga pemasaran. Perubahan perilaku konsumen menuntut produsen untuk senantiasa adaptif dan inovatif dalam menghadirkan produk-produk baru. Paradigma pemasaran pun mengalami pergeseran yang signifikan, dengan semakin populernya strategi pemasaran digital yang menawarkan efisiensi biaya dan jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan metode konvensional (Bathni et al. 2022).

Penelitian terbaru meneliti dampak penjualan online terhadap pedagang tradisional di Indonesia. Penelitian di Kota Batam menemukan bahwa penjualan online berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan pedagang konvensional (Harahap et al. 2024). Analisis komparatif mengungkapkan perbedaan yang signifikan antara pendapatan penjual pakaian tradisional dan bisnis online pelajar, dimana bisnis online menunjukkan peningkatan omzet selama pandemi (Frihatni 2022). Pertumbuhan bisnis online telah menyebabkan persaingan pasar bagi para pedagang pasar tradisional, khususnya mempengaruhi penjualan produk sekunder seperti pakaian. Studi lain menyoroti bagaimana kemajuan teknologi telah mengubah produksi, pemasaran, dan pasar konsumen, sehingga belanja online menjadi semakin populer (Bathni et al. 2022). Pergeseran ini berdampak pada pasar tradisional seiring transisi konsumen ke belanja online. Temuan-temuan ini menggarisbawahi perlunya kebijakan pemerintah untuk memastikan kepastian hukum bagi bisnis online dan pasar tradisional di tengah perubahan lanskap ritel.

Penelitian terbaru meneliti dampak penjualan online terhadap pedagang pasar tradisional di Indonesia. Pelatihan penjualan online bagi pedagang pasar tradisional di Malang menghasilkan peningkatan penjualan sebesar 10-40% selama pandemi COVID-19, meskipun belum mencapai tingkat sebelum pandemi (Nuraini and Hadi 2021). Penelitian lain menemukan bahwa manajemen penjualan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar tradisional Malang (Hunggumila 2020). Membandingkan penjual pakaian tradisional dengan bisnis pelajar online menunjukkan pendapatan yang jauh lebih tinggi bagi penjual online, terutama selama pandemi (Frihatni 2022). Peralihan ke pemasaran online ini berdampak negatif terhadap pedagang pasar tradisional, terutama barang-barang yang tidak penting seperti pakaian. Di Batam, penjualan online terbukti berdampak signifikan terhadap keberlanjutan pedagang konvensional (Harahap et al. 2024). Temuan ini menyoroti semakin pentingnya strategi penjualan online bagi pedagang pasar tradisional untuk mempertahankan daya saing dan beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen.

Pertumbuhan pesat e-commerce dan direct selling online telah mengubah lanskap perdagangan secara signifikan. Fenomena ini membawa dampak yang kompleks, terutama bagi pedagang pasar tradisional yang telah eksis selama berabad-abad. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam dampak penjualan langsung online terhadap pedagang pasar tradisional, dengan mempertimbangkan perspektif ekonomi syariah.

## **Literature Review**

### **Direct selling**

Digitalisasi bisnis Islam menjadi semakin penting di era modern, didorong oleh meluasnya penggunaan internet dan teknologi (Jihad, Nugroho, and Sugiarti 2022). Platform pemasaran digital seperti YouTube, Facebook, dan Instagram memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan bisnis Islam (Sari and Ronaldo 2024). Pemerintah mendukung transisi ini melalui pembangunan infrastruktur dan program literasi digital.

Kewirausahaan digital Islami berfokus pada produk, promosi, dan alternatif pembayaran yang berpegang pada prinsip agama, menghindari praktik riba, gharar, maysir, dan haram (Mustaqim and Ningruma 2021). Digitalisasi keuangan syariah telah membawa perubahan signifikan dalam transaksi keuangan sehingga memerlukan adaptasi dengan tetap menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dan nilai-nilai Islam (Dahlia et al. 2024). Keberhasilan penerapan strategi digital dalam bisnis syariah memerlukan keseimbangan antara inovasi dan kepatuhan syariah untuk membangun kepercayaan konsumen dan mendukung pertumbuhan di era digital (Sari and Ronaldo 2024).

Penjualan langsung online di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan pesat, dengan penjualan e-commerce meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun (Setyarko 2016). Penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online, dengan kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling dominan. Platform e-commerce seperti Lazada menggunakan berbagai alat promosi online, termasuk diskon, voucher, dan penjualan kilat, untuk menarik pelanggan (Reza 2016). Pertumbuhan belanja online di Indonesia disebabkan oleh kemudahan yang ditawarkan, dimana konsumen mempertimbangkan berbagai faktor saat mengambil keputusan pembelian (Harahap 2018).

### **Pedagang Pasar Tradisional**

Pedagang pasar tradisional memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, keberadaan mereka tetap relevan dan dibutuhkan. Dengan berbagai upaya pengembangan yang dilakukan, diharapkan pasar tradisional dapat terus berkembang dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat.

Pedagang pasar tradisional menghadapi tantangan dari ritel modern namun menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan usahanya. Mereka mengandalkan modal sosial, termasuk jaringan kepercayaan dengan pemasok, sesama pedagang, dan pelanggan (Muzdalifah, Sukidin, and Suharso 2019). Meskipun kehadiran pengecer modern berdampak pada keuntungan pedagang pasar tradisional, beberapa pedagang mengalami peningkatan penjualan melalui harga dan tawar-menawar yang kompetitif (Sarwoko 2008). Untuk bertahan hidup, pedagang mengadopsi strategi pemasaran yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam dan memanfaatkan modal sosial (Istifhama 2017).

Strategi pemasaran syariah di pasar tradisional fokus pada penerapan prinsip syariah untuk meningkatkan penjualan dan daya saing. Pemasaran syariah adalah pendekatan dalam dunia bisnis yang menggabungkan prinsip-prinsip Islam ke dalam strategi pemasaran (Bawana et al. 2023). Dalam pemasaran syariah, setiap aktivitas bisnis, mulai dari produksi, distribusi, hingga promosi, harus sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran Islam. Strategi tersebut meliputi kualitas produk, penetapan harga yang adil, dan praktik bisnis yang etis (Albanjari 2022). Pedagang di pasar tradisional menggunakan berbagai teknik seperti promosi, diskon, dan bonus untuk menarik pelanggan (Silvia et al. 2023). Namun, beberapa praktik, seperti mencampurkan barang berkualitas tinggi dengan

barang berkualitas lebih rendah tanpa mengungkapkannya, dianggap tidak sesuai dengan prinsip Islam. Untuk mempertahankan relevansinya, toko tradisional mengadopsi strategi pemasaran Islami seperti menawarkan khiyar (opsi untuk membatalkan), mengizinkan kredit, dan memastikan transparansi harga (Maspupah 2020). Konsep pasar tradisional yang sesuai syariah telah diusulkan, menekankan produk halal, transaksi yang adil, lingkungan yang bersih, dan dukungan keuangan Islam (Sururie and Sobana 2018). Upaya tersebut bertujuan untuk meningkatkan citra pasar tradisional dan bersaing dengan format ritel modern dengan tetap berpegang pada prinsip Islam.

Era digital memberikan peluang bagi para pedagang pasar tradisional untuk memperluas jangkauan dan kemudahan bertransaksi (Sunarta 2023). Namun, banyak pedagang yang kesulitan memanfaatkan sepenuhnya platform digital karena keterbatasan keterampilan dan sumber daya (Anas and Ashari 2022). Terlepas dari tantangan-tantangan ini, pasar tradisional tetap penting bagi pedagang skala mikro dan mencerminkan perekonomian akar rumput, sehingga memerlukan upaya untuk melestarikan keberadaannya melalui dukungan pemerintah dan adaptasi pedagang

## **RESEARCH METHOD**

Penelitian ini berupaya memberikan kontribusi signifikan terhadap bidang ilmu melalui analisis mendalam terhadap literatur yang relevan. Dengan menggunakan metode tinjauan pustaka, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi secara kritis karya-karya sebelumnya, mengidentifikasi celah pengetahuan, dan merumuskan kerangka teoretis yang lebih kuat (Sunarta and Darwis 2023). Dengan menganalisis karya-karya sebelumnya secara kritis, penelitian ini berusaha mengidentifikasi celah pengetahuan, mengembangkan kerangka teoretis yang kokoh, serta memberikan landasan yang kuat bagi penelitian selanjutnya. Riset perpustakaan menjadi kunci dalam mengakses sumber-sumber informasi yang relevan (Jaya 2023).

Penelitian menggunakan metode Systematic Literatur Review di beberapa web penelitian jurnal database yang digunakan untuk mencari artikel mengenai penelitian yang relevan. Metode Systematic Literatur Review adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada metodologi penelitian atau riset tertentu pada pengembangan yang dilakukan untuk mengumpulkan serta mengevaluasi penelitian yang terkait dan fokus pada topik tertentu.

Pada tahap analisis, penulis mengkaji kajian pustaka secara mendetail dan mendalam untuk mendapatkan temuan/inti pentingnya. Sehingga poin-poin penting dari beberapa hasil penelitian, hasil sumber-sumber diekstraksi dan dikemas menjadi topik bahasan yang lebih padat dan tidak mengandung bias merupakan kunci penting hasil penelitian. Informasi yang ditulis meliputi tentang penulis, lokasi penelitian dan tahun terbitnya artikel, karakteristik. Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data dari bahan-bahan jurnal ataupun data yang tersedia mengenai Digitalisasi bisnis syariah khususnya pada peluang yang dimiliki oleh womenpreneur yang ada di Indonesia.

## **RESULT AND DISCUSSION**

### **Pengaruh Penjualan Langsung Online Terhadap Pendapatan Dan Keuntungan Pedagang Pasar Tradisional**

Dampak penjualan online terhadap pendapatan dan keuntungan pedagang pasar tradisional sangatlah kompleks dan bervariasi tergantung pada berbagai faktor. Meskipun beberapa penelitian menunjukkan bahwa bisnis online dapat secara signifikan mengurangi penjualan pedagang tradisional, khususnya untuk barang-barang yang tidak penting seperti pakaian (Frihatni 2022), penelitian lain menunjukkan bahwa pelatihan penjualan online dapat membantu meningkatkan pendapatan pedagang tradisional sebesar 10-40% (Nuraini and Hadi 2021). Faktor-faktor seperti kualitas produk, pengelolaan keuangan, teknik penjualan, dan cara penyimpanan secara kolektif mempengaruhi pendapatan pedagang (Hunggumila 2020). Pergeseran ke arah pemasaran online secara umum menguntungkan generasi muda yang akrab dengan teknologi, dan berpotensi merugikan pedagang pasar tradisional (Frihatni 2022). Namun, tingkat dampak ini bervariasi antar lokasi dan jenis produk. Sebuah penelitian di Kota Batam menemukan bahwa penjualan online secara signifikan mempengaruhi keberlangsungan pedagang konvensional, menyoroti perlunya pedagang tradisional beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar.

Pengaruh penjualan langsung online terhadap pendapatan dan keuntungan pedagang pasar tradisional sangat kompleks dan bervariasi, tergantung pada berbagai faktor seperti:

- Jenis produk yang dijual: Produk-produk yang unik, segar, atau membutuhkan interaksi langsung dengan pembeli (seperti buah-buahan, sayuran, atau pakaian) mungkin lebih sulit bersaing secara online.
- Ukuran pasar tradisional: Pasar tradisional yang lebih besar dan memiliki reputasi yang baik mungkin lebih mampu bertahan di tengah persaingan online.
- Kemampuan adaptasi pedagang: Pedagang yang cepat belajar dan beradaptasi dengan teknologi akan lebih mudah beralih ke penjualan online.
- Strategi pemasaran: Penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan strategi pemasaran digital lainnya dapat membantu meningkatkan penjualan.

Secara umum, berikut adalah beberapa pengaruh yang mungkin terjadi:

- Penurunan pendapatan: Banyak pedagang pasar tradisional mengalami penurunan pendapatan akibat persaingan dengan penjual online yang menawarkan harga lebih murah dan pilihan produk yang lebih luas.
- Perubahan pola konsumsi: Konsumen semakin beralih ke belanja online karena lebih praktis dan efisien. Hal ini mengurangi jumlah pengunjung ke pasar tradisional.
- Perubahan perilaku konsumen: Konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk dan harga. Mereka cenderung membandingkan harga dan kualitas produk sebelum membeli.
- Peluang baru: Meskipun ada tantangan, penjualan online juga membuka peluang baru bagi pedagang pasar tradisional untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan.

Strategi untuk Menghadapi Tantangan

Agar tetap bertahan dan berkembang di era digital, pedagang pasar tradisional perlu melakukan beberapa hal, antara lain:

- Menggabungkan penjualan online dan offline: Menjual produk melalui platform online seperti marketplace atau media sosial sambil tetap mempertahankan toko fisik.
- Memperkuat branding: Membangun citra merek yang kuat dan unik untuk membedakan produk dari pesaing online.
- Fokus pada kualitas dan layanan: Menawarkan produk-produk berkualitas dengan layanan yang baik untuk menarik pelanggan.
- Memanfaatkan teknologi: Menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mempermudah interaksi dengan pelanggan.
- Berkolaborasi dengan pihak lain: Bekerja sama dengan pihak lain seperti koperasi, pemerintah, atau platform e-commerce untuk mendapatkan dukungan dan akses ke sumber daya yang lebih luas.

#### Prinsip Ekonomi Syariah

Dalam menghadapi tantangan ini, penting bagi pedagang pasar tradisional untuk tetap berpegang pada prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti:

- Keadilan: Menjaga keseimbangan antara kepentingan penjual dan pembeli.
- Transparansi: Memberikan informasi yang jujur dan akurat tentang produk yang dijual.
- Kualitas: Menjamin kualitas produk yang dijual.
- Kemaslahatan: Mempertimbangkan kepentingan masyarakat secara keseluruhan.

#### Kesimpulan

Penjualan langsung online telah membawa perubahan yang signifikan pada sektor perdagangan, termasuk pasar tradisional. Meskipun ada tantangan yang harus dihadapi, pedagang pasar tradisional masih memiliki peluang untuk bertahan dan berkembang dengan melakukan adaptasi dan inovasi. Dengan menggabungkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dan strategi bisnis yang tepat, pedagang pasar tradisional dapat menciptakan model bisnis yang berkelanjutan di era digital.

#### **Peran Pemerintah Dalam Menjaga Keseimbangan Antara Perkembangan Direct Selling Online Dan Kelangsungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional**

Pemerintah Indonesia bertujuan untuk mendukung pedagang pasar tradisional dalam beradaptasi dengan platform penjualan online untuk meningkatkan daya saing dan penjualan mereka (Nuraini and Hadi 2021). Digitalisasi pasar tradisional melalui aplikasi e-commerce sedang diujicobakan untuk membantu para pedagang mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19 (Sunarta 2023). Namun, upaya pemerintah dalam melindungi dan memberdayakan pasar tradisional masih kurang di beberapa daerah, dengan permasalahan seperti alokasi ruang yang tidak memadai dan kebersihan yang masih ada (Mokodompit, Nusi, and Dunggio 2021). Pesatnya pertumbuhan pasar modern telah meningkatkan persaingan sehingga memerlukan perubahan paradigma dalam

pengelolaan pasar tradisional untuk menjamin keberlanjutan jangka panjang dan pemerataan kesejahteraan. Upaya kolaborasi antara pengelola pasar dan pedagang sangat penting untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional (Fauzi 2023).

Pemerintah Indonesia bertujuan untuk menciptakan ekosistem bisnis inklusif di mana bisnis online dan tradisional dapat berkembang bersama, mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat. UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) memainkan peran penting dalam perekonomian nasional, mencakup 99,99% dari seluruh usaha di Indonesia (Septiani et al. 2020). Era digital menuntut UMKM untuk memanfaatkan peluang ekonomi dan meningkatkan daya saing (Munawir 2021). Peran pemerintah dalam mendukung UMKM dan bisnis online diatur oleh undang-undang dan peraturan pemerintah, terutama di masa pandemi COVID-19 (Tanjaya et al. 2022). Untuk memperkuat ekonomi digital, pemerintah harus fokus pada pengembangan infrastruktur, proses, dan e-commerce e-business secara integral untuk kepentingan nasional. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi dan ketahanan nasional, berkontribusi terhadap pencapaian tujuan nasional berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 (Soemarwoto 2020).

Pemerintah memiliki peran yang sangat krusial dalam menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan, terutama dalam konteks persaingan antara bisnis online dan bisnis tradisional. Berikut beberapa peran penting yang dapat dilakukan pemerintah:

#### 1. **Regulasi yang Berkeadilan:**

- **Peraturan yang jelas:** Pemerintah perlu membuat peraturan yang jelas dan tegas terkait praktik bisnis online, terutama dalam hal perlindungan konsumen, persaingan sehat, dan pajak.
- **Standar kualitas:** Menetapkan standar kualitas produk yang sama baik untuk produk yang dijual secara online maupun offline untuk menghindari persaingan tidak sehat.
- **Perlindungan konsumen:** Memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen, baik yang berbelanja secara online maupun offline, dari praktik-praktik yang merugikan seperti penipuan atau produk palsu.

#### 2. **Pengembangan Infrastruktur:**

- **Akses internet:** Memperluas akses internet di daerah-daerah yang belum terjangkau untuk mendorong pertumbuhan bisnis online sekaligus memberikan kesempatan bagi pedagang tradisional untuk beradaptasi dengan teknologi.
- **Fasilitas pasar tradisional:** Memperbaiki dan memodernisasi fasilitas pasar tradisional, seperti menambah tempat parkir, meningkatkan kebersihan, dan menyediakan aksesibilitas yang lebih baik.

#### 3. **Pemberdayaan UMKM:**

- **Pelatihan:** Memberikan pelatihan kepada pedagang pasar tradisional mengenai digital marketing, e-commerce, dan manajemen bisnis modern untuk meningkatkan daya saing mereka.
- **Akses permodalan:** Memudahkan akses pedagang tradisional terhadap permodalan, baik melalui program kredit usaha rakyat maupun kemitraan dengan lembaga keuangan.
- **Pengembangan produk:** Membantu pedagang tradisional mengembangkan produk-produk unggulan yang memiliki nilai jual tinggi dan unik.

#### 4. Promosi Pasar Tradisional:

- **Kampanye:** Melakukan kampanye untuk mempromosikan keunggulan pasar tradisional, seperti produk segar, kualitas terjamin, dan nilai sosial yang lebih tinggi.
- **Kerjasama dengan pelaku wisata:** Memasukkan pasar tradisional sebagai salah satu destinasi wisata untuk menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara.

#### 5. Fostering Collaboration:

- **Platform kolaborasi:** Membangun platform yang memungkinkan pedagang tradisional dan penjual online untuk berkolaborasi, misalnya melalui sistem dropshipping atau kerjasama produksi.
- **Forum diskusi:** Memfasilitasi forum diskusi antara pelaku bisnis online dan tradisional untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman.

#### Contoh Implementasi di Lapangan:

- **Program e-commerce desa:** Pemerintah dapat memfasilitasi pembentukan e-commerce desa untuk membantu memasarkan produk-produk lokal secara online.
- **Pengembangan pasar tradisional berbasis komunitas:** Mengubah pasar tradisional menjadi pusat komunitas yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja, tetapi juga sebagai ruang sosial dan budaya.
- **Insentif pajak:** Memberikan insentif pajak bagi UMKM yang melakukan digitalisasi bisnis.

#### CONCLUSION

Dampak direct selling online terhadap pedagang pasar tradisional adalah kompleks dan multidimensi. Munculnya direct selling online telah menciptakan persaingan yang semakin ketat bagi pedagang pasar tradisional. Kemudahan akses, beragam pilihan produk, dan penawaran harga yang kompetitif menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Tantangan dan peluang hadir secara bersamaan. Dengan adanya kebijakan pemerintah yang tepat dan upaya bersama dari semua pihak, diharapkan dapat tercipta keseimbangan yang harmonis antara perkembangan bisnis online dan kelangsungan usaha pedagang pasar tradisional.

## REFERENCES

- Albanjari, Fatkhur Rohman. 2022. "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Ud. Sari Murni / Jenang Tradisional Lasimun Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)." *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*.
- Anas, Achmad Tarmidzi, and Azis Ashari. 2022. "Smart Traditional Market Traders; Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif Di Era Digital." *Jurnal Investi Islam*.
- Bathni, Ismul, Deni Darmawan, Turkamun Turkamun, and Edi Junaedi. 2022. "PENGARUH JUAL BELI ONLINE TERHADAP PASAR TRADISIONAL PEDAGANG PAKAIAN DAN TAS DI PASAR CIPUTAT." *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*.
- Bawana, Tate Agape, Arum Indiharwati, Desy Arum Sunarta, Andi Bisyrani, Rasyidah Bulqis, Fatkhur Rohman Albanjari, Rifka Utami Arofah, Qiny Shonia Az Zahra, Lusi Oktaviani, and Elsi Mersilia Hanesti. 2023. *PEMASARAN SYARIAH (TEORI DAN APLIKASI DALAM EKONOMI ISLAM)*. Media Sains Indonesia.
- Dahlia, Dea, Srimauludiyah, Tajul Arifin, and Abdal. 2024. "Dampak Perkembangan Teknologi Dan Digitalisasi Dalam Bisnis Syariah Analisis Sosiologi Hukum Terhadap Perubahan Pada Praktik Transaksi Keuangan Islam." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.
- Fauzi, Hasan Muchtar. 2023. "ANALISIS MANAJEMEN PASAR TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR MODERN." *ACTON*.
- Frihatni, Andi Ayu. 2022. "Analisis Perbandingan Pendapatan Pedagang Pakaian Tradisional Dengan Pendapatan Bisnis Online." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*.
- Harahap, Dedy Ansari. 2018. "PERILAKU BELANJA ONLINE DI INDONESIA: STUDI KASUS." *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Harahap, Diana Sari, Jesicca Betricia, Sri Rahayu, Steven Jonathan, Urianto Sihombing, Vitri Aprilla Handayani, and Lilies Handayani. 2024. "Impact of Online Sales on The Sustainability of Conventional Traders in Sekupang District, Batam City." *JURNAL SINTAK*.
- Hunggumila, Maria Goreti. 2020. "PENGARUH KEMAMPUAN MANAJEMEN USAHA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL LANDUNG SARI DI MALANG."
- Istifhama, Lia. 2017. "STRATEGI BERTAHAN DAN MODAL SOSIAL PEDAGANG PASAR TRADISIONAL SWASTA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM."
- Jaya, Guntur Putra. 2023. "Kiat Penelitian Dengan Model Pendekatan Telaah Kepustakaan." *TIK ILMEU Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 395–410.
- Jihad, Fadhil Muntashir, Lucky Nugroho, and Dian Pramita Sugiarti. 2022. "KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS SYARIAH DI ERA DIGITALISASI." *Jurnal Cakrawala Ilmiah*.
- Maspupah, Ozah. 2020. "Strategi Pemasaran Syariah Toko Tradisional Dan Toko Modern Di Desa Durajaya Kecamatan Greged Kabupaten Cirebon." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*.
- Mokodompit, Rahmat Agus Triharto, Marten Nusi, and Swastiani Dunggio. 2021. "Peran Pemerintah Dalam Perlindungan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Di Kota Kotamobagu." *PROVIDER JURNAL ILMU PEMERINTAHAN*.
- Munawir, Muhammad Rapli Al. 2021. "Transformasi UMKM Melalui Digitalisasi Untuk

## Pertumbuhan Ekonomi Yang Inklusif.”

- Mustaqim, Yunus, and Nurani Puspa Ningruma. 2021. “Digitalisasi Entrepreneurship Syariah.” *Urecol Journal. Part B: Economics and Business*.
- Muzdalifah, Siti, Sukidin Sukidin, and Pudjo Suharso. 2019. “KARAKTERISTIK PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR KEPATIHAN KABUPATEN JEMBER.” *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*.
- Nuraini, Ida, and Syamsul Hadi. 2021. “Pendampingan Penjualan Online Pada Pedagang Pasar Tradisional Landungsari Kecamatan Dau Kabupaten Malang.” *Jurnal Abadimas Adi Buana*.
- Reza, Faisal Adnan. 2016. “STRATEGI PROMOSI PENJUALAN ONLINE LAZADA.CO.ID.”
- Sari, Yessi Avita, and Reza Ronaldo. 2024. “Peran Pemasaran Digital Dalam Mengembangkan Bisnis Syariah Di Era Digital.” *Jurnal E-Bis*.
- Sarwoko, Endi. 2008. “DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP KINERJA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI WILAYAH KABUPATEN MALANG.”
- Septiani, Berliana Anggun, Dwiki Chandraderia, Triska Andri Arini, and Yulius Pratomo. 2020. “PERAN USAHA MAJU SUKSES BERSAMA (MSB) DALAM MENDUKUNG PERTUMBUHAN EKONOMI INKLUSIF.”
- Setyarko, Yugi. 2016. “Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online.”
- Silvia, Fera, Muliana, Lailanur Fadillah Nasution, Seri Wahyuni Harahap, and Juliana Nasution. 2023. “Strategi Pemasaran Perdagangan Perspektif Islam Di Pasar Tradisional.” *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*.
- Soemarwoto, Suharyono. 2020. “Pemantapan Ekonomi Digital Guna Meningkatkan Ketahanan Nasional.” *Jurnal Lemhannas RI*.
- Sunarta, Desy Arum. 2023. “Womenpreneur On Economic Development in the Digital Economy Era.” *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)* 8(1).
- Sunarta, Desy Arum, and Aswinda Darwis. 2023. *Pengantar Metodologi Penelitian*. TOHAR MEDIA.
- Sururie, Ramdani Wahyu, and Dadang Husen Sobana. 2018. “Pasar Tradisional Syariah : Dari Teori Ke Implementasi (Pendampingan Di Pasar Syari’ah Campaka Kabupaten Cianjur).” *Al-Khidmat*.
- Tanjaya, Willy, Jessica Juliana Simalango, Roiman Simalango, and Emir Syarif Fatahillah Pakpahan. 2022. “Peran Pemerintah Terhadap Bisnis Online Dan UMKM Era Covid-19 Berdasarkan Hukum Positif.” *JURNAL PENELITIAN SERAMBI HUKUM*.