

**DAMPAK *ONLINE SHOP* BAGI PEDAGANG TRADISIONAL
(STUDI KASUS PEDAGANG DI PASAR LIMBUNG KECAMATAN
BAJENG KABUPATEN GOWA)**



SKRIPSI

Oleh

RIDHATUL AISYI

105381104418

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama **Ridhatul Aisyi, 105381104418** diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 369 Tahun 1447 H/2025 M, Sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar **Sarjana Pendidikan** pada Prodi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, Ujian dan Yudisium pada hari Selasa, 12 Agustus 2025.

17 Muharram 1447 H
Makassar,
12 Juli 2025 M

PANITIA UJIAN

Pengawas Umum : Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU (.....)
Ketua : Dr. H. Baharullah, M. Pd. (.....)
Sekretaris : Dr. Andi Husniati, M. Pd. (.....)
Penguji
1 Dr. Sam'un Mukramin, S. Pd., M. Pd. (.....)
2 Dr. Lukman Ismail, S. Pd., M. Pd. (.....)
3 Dr. Herdianty R., M. Pd. (.....)
4 Firdaus, S. Pd., M. Pd. (.....)

Mengetahui

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Baharullah, M. Pd.
NBM. 779 170

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi

Dr. Jamaluddin Arifin, M. Pd.
NBM. 417 4893

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Dampak *Online Shop* bagi Pedagang Tradisional (Studi Kasus Pedagang di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa)
Nama : **Ridhatul Aisyi**
NIM : 105381104418
Prodi : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Setelah diteliti dan diperiksa ulang, skripsi ini telah memenuhi syarat untuk dipertanggungjawabkan di depan tim penguji skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.



Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi

Dr. H. Baharullah, M. Pd.
NBM: 779 170

Dr. Jamaluddin Arifin, M. Pd.
NBM: 117 4893

**DAMPAK *ONLINE SHOP* BAGI PEDAGANG TRADISIONAL
(STUDI KASUS PEDAGANG DI PASAR LIMBUNG KECAMATAN
BAJENG KABUPATEN GOWA)**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Pada Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Makassar*

Oleh

RIDHATUL AISYI

105381104418

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI**

2025



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar - Fax (0411)-860132 Makassar 90221

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ridhatul Aisyi

Stambuk : 105381104418

Jurusan : Pendidikan Sosiologi

Dengan Judul Kasus : Dampak Online Shop Bagi Pedagang Tradisional (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan didepan tim penguji adalah hasil karya saya sendiri bukan hasil ciptaan orang lain atau dibuat oleh siapapun.

Demikian pernyataan ini saya buat dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan saya ini tidak benar.

Makassar, 12 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar – Fax (0411)-860132 Makassar 90221

SURAT PERJANJIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ridhatul Aisyi

Stambuk : 105381104418

Jurusan : Pendidikan Sosiologi

Dengan Judul Kasus : Dampak Online Shop Bagi Pedagang Tradisional (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa)

Dengan ini menyatakan perjanjian sebagai berikut :

1. Mulai dari penyusunan skripsi sampai selesainya skripsi saya, saya akan menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibutakan oleh siapapun)
2. Dalam penyusunan skripsi saya akan selalu melakukan konsultasi dengan pembimbing yang telah ditetapkan oleh pimpinan Fakultas
3. Saya tidak akan melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun skripsi saya
4. Apabila saya melanggar perjanjian saya seperti butir 1,2 dan 3 maka saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran

Makassar, 12 Juli 2025

Yang membuat pernyataan

PERSEMBAHAN

puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kesehatan kepada saya sehingga sekarang ini saya masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan tulisan ini.
2. Kepada kedua orangtua saya bapak Natsyir dan ibu Nursyamsi, gelar ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, yang selalu memberikan dukungan kepada penulis berupa moril maupun materil yang tak terhingga serta doa yang tidak ada putusnya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sarjana hingga selesai, semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupanmu yang barokah, senantiasa diberi kesehatan dan panjang umur.
3. Kepada Dosen prodi pendidikan sosiologi yang telah membimbing dan mendukung saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Kepada bapak Dr. H. Andi Sukri Syamsuri, M. Hum selaku pembimbing 1 dan bapak Firdaus, S.Pd., M..Pd terimakasih telah memberikan saran,

dukungan serta motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

5. Kepada teman seperjuanganku, Nur Ihwana yang selalu kebersamaian serta membantu dalam kerumitan menyusun skripsi penulis. Terimakasih sudah menjadi teman yang baik, selalu memberikan motivasi serta arahan dan semangat disaat penulis tidak percaya diri. Terimakasih telah melewati banyak liku-liku bersama penulis, mulai dari perkuliahan, kkn, hingga bimbingan proposal sampai skripsi bersama.
6. Terakhir, kepada diri saya sendiri, yang telah bertahan hingga saat ini disaat penulis tidak percaya dirinya sendiri, namun penulis tetap mengingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun terasa sulit atau lambat. Perjalanan menuju impian bukanlah lomba sprint, tetapi lebih seperti maraton yang memerlukan ketekunan, kesabaran dan tekad yang kuat. Tidak hanya itu disaat kendala “people come and go” selalu menghantui pikiran yang selama ini menghambat proses penyelesaian skripsi ini yang juga memotivasi penulis untuk terus ambisi dalam menyelesaikan studi ini dengan tepat waktu. Apapun pilihan yang telah dipegang sekarang terimakasih sudah berjuang sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha sampai titik ini dan tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu apapun kekurangan dan kelebihanmu mari tetap berjuang untuk kedepan.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al-insyirah : 5-6)

“tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan.

Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya.”

(Maudy Ayunda)

“Jangan takut Memulai

karena setiap perjalanan dimulai dari langkah yang kecil”

(Ridhatul Aisyi)

ABSTRAK

RIDHATUL AISYI. Dampak Online Shop Bagi Pedagang Tradisional (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa). Pendidikan sosiologi fakultas keguruan dan iulmu pendidikan universitas muhammadiyah makassar. Dibimbing oleh Andi Sukri Syamsuri dan Firdaus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan online shop disekitar Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa dan Untuk mengetahui bagaimana dampak online shop terhadap pedagang tradisional di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam sebuah penelitian selalu terjadi proses pengumpulan data, yang artinya data yang diperoleh melalui tehknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah diperoleh di lapangan dan subjek penelitian yang digunakan bertempat di Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa. Adapun yang menjadi fokus penelitian ini adalah Dampak Online Shop Bagi Pedagang Tradisional (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bagaimana perkembangan online shop disekitar pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa dan Bagaimana dampak online shop terhadap pedagang tradisional di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa

Kata kunci : pasar Limbung, online shop, penjualan, pedagang

ABSTRACT

RIDHATUL AISYI, The Impact of Online Shops on Traditional Traders (Case Study of Traders at Limbung Market, Bajeng District, Gowa Regency). Sociology Education, Faculty of Teacher Training and Education, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Andi Sukri Syamsuri and Firdaus.

This study aims to determine how online shops are developing around Limbung Market, Bajeng District, Gowa Regency and to determine the impact of online shops on traditional traders at Limbung Market, Bajeng District, Gowa Regency.

This type of research is qualitative research. In a research, there is always a data collection process, which means the data obtained through data collection techniques in the form of interviews, observations and documentation that have been obtained in the field and the research subjects used are located in Limbung, Bajeng District, Gowa Regency. The focus of this research is the Impact of Online Shops on Traditional Traders (Case Study of Traders at Limbung Market, Bajeng District, Gowa Regency).

The results of this study show how online shops are developing around Limbung Market, Bajeng District, Gowa Regency and how online shops are impacting traditional traders at Limbung Market, Bajeng District, Gowa Regency.

Keywords: Limbung market, online shop, sales, traders

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Tiada kata yang paling afdal penulis ucapkan selain rasa syukur kepada *Allah Subahanahu Wata'ala* yang telah memberikan anugrah berupa kesehatan, kekuatan dan petunjuk kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini.. Shalawat dan salam tercurahkan kepada junjungan kita baginda *Nabi Muhammad Salallahu Aiahi Wasallam*, beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Sosok teladan umat dalam segala perilaku keseharian yang berorientasi kemuliaan hidup di dunia dan akhirat. Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal ini dengan judul “Dampak Online Shop Bagi Pedagang Tradisional (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa)” Yang merupakan salah satu syarat guna menempuh ujian proposal gelar Sarjana Pendidikan Sosiologi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dari awal hingga akhir penyusunan proposal ini, penulis tidak luput dari berbagai hambatan dan tantangan. Namun, semuanya itu dapat diatasi dengan baik berkat petunjuk Allah SWT, yang disertai dengan kesabaran, ketekunan, dan kerja keras penulis.

Berbagai pihak juga memberikan bantuannya dalam penyusunan proposal ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah menyumbangkan tenaga,

pikiran, ilmu pengetahuan motivasi beserta do'a kepada penulis dalam penyelesaian proposal ini. Keberhasilan dalam penyelesaian proposal ini tidak hanya terletak pada diri penulis semata tetapi tentunya banyak pihak yang memberikan sumbangsi khususnya kepada kedua orang tuaku, ibunda tercinta Nursyamsi dan ayahanda tercinta Muh. Natsyir. terimakasih atas do'a cinta dan kasih sayangnya yang selalu mengalir mengiringi sepanjang perjalanan hidupku, terimakasih atas bantuan moril dan materil serta ketabahan dan kesabaran dalam mendidikku yang tidak dapat saya balaskan dengan apapun itu serta keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat Bapak Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan kesempatan kepada penulis menimba ilmu pengetahuan di kampus tercinta ini, Bapak Erwin Akib, M.Pd., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, Bapak Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd. selaku ketua prodi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar yang selalu memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.

Bapak DR. H. Andi Sukri Syamsuri, M Hum selaku Pembimbing I yang telah memberikaan saran, motivasi dan sumbangan pemikiran kepada penulisan sehingga tersusunnya proposal ini, Bapak Firdaus, S.Pd, M.Pd selaku Pembimbing II yang dengan penuh ketelitian dan kesabaran membimbing dalam menyelesaikan proposal ini. Teman-teman dan sahabat saya yang tidak dapat saya

sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala dorongan dan motivasi yang diberikan untuk peneliti, Semua pihak yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian proposal ini, terima kasih atas bantuan dan dukungannya.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan.

Akhirnya semoga kesederhanaan dalam penyusunan proposal ini dapat bermanfaat bagi dunia pendidikan dan kepada kita semua serta senantiasa bernilai ibadah disisi Allah SWT, Amin.

Makassar, oktober 2024

Penulis

Ridhatul Aisyi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB 11 KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Kajian Teori	8
B. Teori Karl Marx	18
C. Penelitian Relevan	20
D. Kerangka fikir	27
BAB 111 METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	28
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	29
C. Informan Penelitian	29
D. Fokus Penelitian	29
E. Instrumen Penelitian	30
F. Jenis Dan Sumber Data.....	30
G. Teknik Pengumpulan Data.....	31
H. Teknik Analisis Data.....	32
I. Teknik Keabsahan Data	33
J. Etika Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
B. Hasil Penelitian	36

BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN-LAMPIRAN	53





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan lokasi di mana masyarakat melakukan aktivitas penjualan beli dan perdagangan. Pasar telah menjadi unsur yang terintegrasi dan memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat, terutama terkait perekonomian. Di Indonesia, sejumlah orang sangat bergantung pada pasar tradisional untuk kebutuhan hidup mereka. Hal ini disebabkan oleh peran pasar ini sebagai tempat untuk melakukan transaksi berbagai barang kebutuhan pokok yang krusial bagi ekonomi masyarakat, terutama bagi keluarga dengan penghasilan rendah. Oleh sebab itu, wajar jika pasar tradisional menjadi pilihan utama bagi banyak orang dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Sejarah pasar di Indonesia telah ada jauh sebelum berdirinya republik Indonesia. Pasar tradisional muncul ketika individu menjalankan aktivitas bisnis mereka di ruang terbuka yang berdekatan satu sama lain, seperti di lapangan, jalan, dan lokasi pasar yang dekat dengan area permukiman. Pasar tradisional telah berfungsi sebagai lokasi transaksi jual beli selama bertahun-tahun, dengan umur pasar yang telah ada sekitar 10 tahunan, karena pada dasarnya perdagangan di pasar menggunakan cara tradisional. Pasar tradisional sendiri sangat dibutuhkan untuk memenuhi masyarakat. Dalam perspektif masyarakat Jawa, pasar konvensional atau pasar tradisional bukan hanya sekedar lokasi untuk melakukan transaksi jual beli. Pasar tradisional juga memiliki peran penting yang lebih signifikan daripada hanya sekedar titik berkumpul

kegiatan ekonomi. Bagi pelaku usaha, pasar berfungsi sebagai ruang untuk berkomunikasi sosial dan juga sebagai sarana untuk mencapai visi mereka, yang mencakup dimensi ekonomi.

Pasar tradisional dapat didefinisikan sebagai tempat di mana penjual dan pembeli berinteraksi untuk melakukan transaksi jual beli secara langsung, yang biasanya ditandai dengan adanya proses tawar menawar. Komposisi pasar tradisional umumnya terdiri dari los, toko, atau kios serta area terbuka yang disediakan oleh pengelola pasar ataupun pedagang. Pasar rakyat menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari seperti makanan yang mencakup daging, sayuran, ikan, telur, dan buah-buahan. Selain itu, terdapat juga pedagang yang menjual kue, barang elektronik, pakaian dan lain sebagainya.

Keberadaan pasar tradisional memiliki peran penting sebagai wadah bagi para pedagang kecil dan menengah untuk mendapatkan pemasukan demi memenuhi kebutuhan pokok keluarga mereka. Namun, dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang sangat pesat, muncullah 2 variasi baru di dunia bisnis yaitu hadirnya gerai daring. Toko *Online* adalah platform atau media untuk memasarkan produk dan layanan melalui jaringan internet atau dapat dikatakan pula sebagai tempat untuk melaksanakan aktivitas jual beli secara *online* atau daring melalui media seperti handphone, notebook atau komputer yang terhubung dengan jaringan internet. Kehadiran *online shop* memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan belanja. Dengan adanya platform belanja *online*, orang-orang bisa melakukan

pembelian tanpa harus pergi ke pasar, pusat perbelanjaan, dan lokasi lain, sehingga bisa menhemat waktu dan usaha.

Keuntungan lain yang ditawarkan meliputi kemampuan untuk membeli barang dari tempat yang jauh, kemudahan dalam membandingkan harga, pengantaran barang langsung ke lokasi tujuan, serta beragam pilihan penyedia barang dan metode pembayaran. Selain itu, platform belanja *online* juga menawarkan berbagai penawaran menarik dan menggoda, seperti beragam jenis promosi mulai dari diskon hingga cashback, bonus produk, dan penawaran gratis ongkir. Setiap tanggal 12 Desember, ada diskon besar-besaran untuk pengguna *e-commerce* karena hari ini atau tanggal itu dirayakan sebagai hari belanja *online* nasional. Berbagai kemudahan dan promosi yang ditawarkan oleh platform belanja daring semakin menarik perhatian masyarakat, sehingga saat ini lebih banyak orang yang memilih untuk berbelanja secara *online* dibandingkan ke pasar tradisional.

Namun, pasar konvensional memiliki kelebihan tersendiri yang tidak dimiliki oleh *e-commerce*, yaitu adanya interaksi sosial serta rasa saling percaya antara penjual dan pembeli. Rasa percaya ini menjadi salah satu faktor yang mendorong beberapa individu untuk terus berbelanja di pasar tradisional. Secara keseluruhan, toko *online* atau toko daring telah membawa transformasi signifikan dalam sektor perdagangan, terutama bagi pasar tradisional. Dengan penerapan yang tepat dan penggunaan teknologi, pasar konvensional masih memiliki kesempatan untuk bertahan dan berkembang di tengah era digital ini. Oleh karena itu, eksistensi toko daring atau *online* dan pasar konvensional

dapat saling melengkapi dan membentuk ekosistem perdagangan yang lebih bervariasi.

Banyak individu kini beralih dari tempat belanja pasar tradisional di pasar ke platform *online*. Hal ini juga banyak terjadi pada masyarakat disekitar pasar yang akan diteliti. Masyarakatnya lebih banyak yang memilih berbelanja di toko *online* daripada di pasar tradisional, hal ini disebabkan oleh efisiensi waktu, karena mereka tidak perlu meninggalkan rumah atau merasa lelah berkeliling untuk menemukan barang yang diinginkan. Selain itu, perbedaan harga juga memainkan peran penting, di mana harga di toko *online* umumnya lebih rendah atau lebih murah dibandingkan di pasar tradisional.

Perubahan secara orang berbelanja, beralih daari toko fisik tradisional ke platfrom daring, dimulai dengan timbulnya pandemi covid-19. Ada saat-saat di mana pemerintah memperlakukan pembatasan pada semua kegiatan, dan tindakan isolasi mandiri juga dilakukan oleh beberapa orang. Keputusan ini diambil sebagai langkah pencegahan untuk memutus rantai penularan covid 19 yang pada saat itu sedang mengalami lonjakan kasus yang signifikan. Tingginya tingkat penularan covid menimbulkan kewaspadaan di masyarakat, yang berdampak pada berkurangnya aktivitas dan keterlibatan di luar ruangan. Pada periode ini belanja *online* menjadi semakin populer di kalangan masyarakat dan masih terus diminati hingga saat ini. Penurunan pemasukan yang dirasakan muncul karena masyarakat kini telah terbiasa menggunakan platform belanja *online*, yang menunjukkan bahwa diperlukan waktu yang cukup lama untuk mengembalikan minat masyarakat pada toko fisik. Budaya

berbelanja masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi barang melalui cara konvensional dengan serah terima kini beralih ke metode jual beli daring. Selain dampak dari covid 19, perubahan pola belanja konsumen juga dipicu oleh interaksi sosial serta keinginan bersama untuk melakukan perubahan, sehingga pergeseran ini menjadi hal yang tidak terhindarkan. Adalah hal yang umum bahwa perubahan dalam masyarakat menimbulkan konflik yang tampak tak bisa dihindari. Transformasi dalam masyarakat secara fundamental terhubung dengan teknologi, karena teknologi memainkan peranan yang penting. Kemajuan teknologi, terutama selama era modernisasi dan digitalisasi, telah membuat banyak kegiatan dan kebutuhan manusia menjadi lebih mudah.

Tren penjualan daring yang meluas memberikan dampak nyata pada pengecer fisik di pasar, terutama mereka yang menjual pakaian dan produk kecantikan jumlah orang yang membeli produk kecantikan di toko fisik dalam *marketplace* telah menurun. Penurunan belanja langsung awalnya dimulai dengan munculnya covid-19, yang memaksa orang untuk terus tinggal di rumah guna membendung penularan virus. Selama periode tersebut, penjualan di toko fisik terus menurun karena individu tidak dapat berinteraksi langsung dengan pengecer. Meskipun individu diizinkan meninggalkan rumah dan berinteraksi langsung dengan penjual, penurunan pembelian ini tetap terjadi. situasi ini muncul dari kebiasaan masyarakat yang sudah mapan untuk berbelanja melalui platform daring. Daya tarik belanja daring terletak pada kemudahan yang ditawarkannya, memungkinkan konsumen berbelanja dari mana saja, kapan saja, dan seringkali dengan harga yang lebih terjangkau

dibandingkan dengan toko fisik. Hal ini dapat membuat gerai *offline* menjadi kurang menarik bagi para konsumen, sehingga berdampak negatif terhadap penjualan.

Fokus hanya pada penjual pakaian dan tas berkaitan dengan minat peneliti mengenai dampak dari transaksi *online*. Untuk pedagang bahan makanan seperti sayuran, daging, dan kebutuhan pokok lainnya, tentu dampak dari penjualan *online* secara logis tidak sekuat pengaruh pada barang-barang sekunder, karena produk bahan pokok makanan memiliki masa simpan yang pendek, sehingga pelanggan lebih memilih metode penjualan tradisional secara langsung. Oleh karena itu, peneliti beranggapan bahwa penjual barang sekunder lebih terkena dampak dari meningkatnya penjualan secara daring. Inilah alasan mengapa pedagang pakaian dan tas dipilih sebagai populasi dalam penelitian ini.

Keunggulan dan kelemahan bertransaksi secara *online* juga perlu dipertimbangkan. Manfaatnya antara lain adalah kemudahan, harga yang lebih murah, dan efisiensi waktu, sementara kekurangan yang ada meliputi barang yang tidak sesuai dengan gambar pada iklan, keterlambatan dalam pengiriman, dan biaya pengiriman yang tinggi. Perdagangan *online* telah memberikan dampak positif dan negatif bagi kehidupan sehari-hari. Namun, dengan bersikap sebagai pembeli yang cerdas dan berhati-hati sebelum melakukan pembelian, kita bisa menghindari hal-hal yang tidak diinginkan saat berbelanja secara daring.

B. Rumusan Masalah

Untuk memudahkan peneliti agar lebih terfokus, peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana perkembangan toko *online* disekitar pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa?
2. Bagaimana dampak dari toko *online* terhadap pedagang tradisional di pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk memahami bagaimana perkembangan toko *online* di sekitar pasar tradisional.
2. Untuk mengetahui dampak dari toko *online* terhadap pedagang tradisional di pasar Limbung.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini adalah :

1. Peneliti dapat memberikan pemahaman yang luas tentang bagaimana dampak Toko *online* mengubah perilaku konsumen beserta pola perdagangan.
2. Peneliti dapat membuktikan bagaimana cara pedagang merespon perubahan tersebut.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian *online shop*

Toko *online* merupakan alternatif yang digunakan oleh para pebisnis untuk menjual produk atau jasa kepada konsumen, karena dianggap lebih ekonomis dan praktis. Hal ini telah mendorong pertumbuhan bisnis *online* dari tahun ke tahun. Di sisi lain, perlembangan bisnis *online* didukung oleh peningkatan produktivitas dalam berbagai industri yang menyediakan beragam produk yang dapat dipasarkan melalui media internet, seperti *platform online shop*. (sahvitri, 2022).

Selain itu, transaksi jual beli *online* juga memberikan kemudahan kepada para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnis mereka, terutama dalam hal promosi produk, penawaran produk, dan transaksi jual beli. Hal ini telah menjadi opsi bagi kalangan pebisnis karena dapat menghemat biaya yang sebelumnya diperlukan untuk promosi atau periklanan produk secara besar besaran melalui media massa seperti tv. Dengan demikian, biaya iklan dapat ditekan, yang dianggap sebagai cara yang efektif dan efisien dalam menjalankan bisnis melalui toko *online*. Selain itu, para pelaku bisnis juga tidak perlu menyewa banyak karyawan untuk mengelola bisnis mereka secara *online*, yang berkontribusi pada efisiensi operasional. (Harahap & Jannah, 2023)

Namun *online shop* terbagi kedalam beberapa jenis aplikasi seperti TikTok Shop, Shopee, Lazada, Tokopedia, Instagram dan Facebook sebagai berikut :

a. TikTok Shop

Tiktok merupakan aplikasi video music dan jejaring sosial asal cina resmi meramaikan industry digital di Indonesia. Tiktok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Aplikasi ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Salah satunya adalah Perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance yang memperkenalkan aplikasi edit video Bernama Tiktok di Indonesia. Namun bukan hanya itu, sekarang justru tiktok malah digunakan sebagai platfrom jual beli *online* menggunakan video-video creator yang mereka gunakan untuk menarik pelanggan, dengan hal tersebut muncullah tiktok shop.

b. Shopee

Shopee merupakan aplikasi mobile *marketplace* konsumen ke konsumen (C2C) yang mudah dan praktis dalam jual beli. Shopee sebagai salah satu situs jual beli secara *online* yang telah melakukan banyak perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak beriteraksi melalui situs tersebut.

Shopee adalah salah satu *marketplace* yang pertama kali dijalankan oleh Garena yang saat ini berubah nama menjadi SEA Group. Garena

sendiri mengusung *mobile marketplace* Bisnin C2C pada Desember 2015 shopee resmi diperkenalkan di Indonesia di bawah naungan PT shopee International Indonesia. Produk yang ditawarkan di *marketplace* shopee banyak variasinya, antara lain produk kecantikan, pakaian pria & Wanita, handpone & aksesoris, computer & aksesoris, perlengkapan rumah, elektronik, makanan dan minuman, pulsa, taguhan & tiket, fashion musli, fashion bayi & anak, tas pria & Wanita, Sepatu dan lain sebagainya.

c. Lazada

Diluncurkan pada bulan maret 2012 dan berkembang pesat hingga saat ini. Lazada merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang layanan jual beli *online* dan ritel *e-commerce*, hasil pengembangan dari Perusahaan incubator teknologi internet asal jerman yaitu rocket internet. Rocket internet juga telah sukses menciptakan berbagai Perusahaan-perusahaan yang inovatif dan kreatif di berbagai belahan dunia, yang berkantor pusat di Berlin, jerman. Proyek yang dimiliki Rocket internet lainnya di Indonesia antara lain Zalora, foofpanda, Traveloka.

Selain itu, Lazada mempunyai traffic pembelian yang sangat besar ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia mulai memahami sistem belanja *online* yang nyaman dan aman. Sebagai *e-commerce* yang bergerak pada sistem *bussines* to customer tentu lebih mementingkan

kenyamanan dari tampilan, alur proses pembelian samapi pengiriman barang ke konsumen.

d. Tokopedia

Tokopedia adalah toko pertama dalam website di Indonesia yang menyediakan peluang bisnis *online*. Tokopedia berdiri pada 6 februari 2009 dan di website-nya diperkenalkan pada 17 agustus 2009 oleh William Tanuwijaya, yaitu penemu, pembuat sekaligus pengembangannya. Tokopedia ini menyediakan peluang bisnis berbagai produk serta dilengkapi mesin pencari yang memudahkan pencarian produk dan fitur direktori yang dimanfaatkan sebagai katalog belanja.

Keuntungan pembeli adalah pembayaran yang uniuk dan verifikasinya yang instant sehingga penjual lebih cepat menerima order dan produk lebih cepat tiba ketangan pembeli. Keuntungan penjual adalah perluasan pasar pada pengguna yang ingin membeli di merchant Tokopedia.

Untuk melancarkan kegiatan pemasannya, Tokopedia bekerjasama dengan beberapa lembaga perbankan dan Perusahaan nlainnya sehingga konsumen mudah melakukan pembayaran. Selain itu Tokopedia bekerjasama dengan agen-agen pengiriman besar di Indonesia untuk mrmudahkan pemeriksaan status pengiriman barang.

e. Instagram

Instagram dikatakan sebagai media sosial paling lengkap, seperti perpaduan dari *platform* media sosial yang berada di peringkat ketiga. Instagram dapat mengunggah, menonton berbagai klip video dengan gratis secara dapat juga melakukan pemesanan instan, tidak hanya itu Instagram juga memiliki fitur lainnya seperti ads di timeline dan story, sehingga membuat menjadi lebih dekat dengan pengguna.

f. Facebook

Facebook pertama kali diluncurkan pada 4 februari 2004 oleh Mark Zuckerbeng yang terpaksa *drop out* dari Universitas Harvard karena sibuk dengan proyek facebook. Facebook adalah salah satu situs jejaringan sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada saat ini, maka tidak mengherankan apabila media facebook dapat menjadi sebuah peluang bisnis sekaligus menjadi alat pemasaran produk yang sangat potensial. Facebook memberikan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi antara seorang anggota dengan anggota lainnya.

Adapun beberapa kelebihan dan kekurangan jual beli *online* sebagai berikut :

➤ **Kelebihan jual beli *online***

a) Tidak perlu keluar rumah, kita bisa memperoleh produk atau barang yang kita inginkan tanpa keluar rumah. Kita dapat mencari, melihat review, dan langsung membeli produk yang kita inginkan.

b) Praktis, mudah dan cepat, kita tidak memerlukan waktu yang banyak untuk berbelanja. Selain menghemat waktu, berbelanja *online* juga tidak memerlukan biaya untuk sampai ke toko tujuan. Kita juga tidak akan kesulitan membawa barang belanjaan yang kita beli, karena pesanan akan diantar sampai ke depan pintu rumah.

c) Varian produk beragam, kita dapat menemukan produk yang kita cari dengan merk, kualitas, varian, dan harga yang beragam hanya dalam satu *platform* belanja *online*. Tidak jarang juga variasi produk itu hanya tersedia di *platform* belanja *online* saja, dan tidak dijual di toko konvensional.

d) Menawarkan harga terbaik, harga produk di toko *online* memang cenderung memiliki harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga-harga di toko konvensional. Toko *online* juga memiliki strategi lain untuk menarik pelanggan, yaitu dengan memberikan berbagai promo dan diskon jika ada

momen-momen tertentu. Biasanya diskon dan promo akan berlimpah disaat tanggal kembar seperti 11.11, kemudian di hari-hari penting seperti idul fitri, natal, dan lain sebagainya.

➤ **Kekurangan jual beli *online***

- a) Tidak bisa cek barang secara langsung, kita hanya bisa melihat produk melalui foto dan deskripsi yang disediakan penjual. Ada resiko barang yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi, misalnya ukurannya berbeda, warnanya tidak sesuai atau kualitasnya di bawah standar. \
- b) Potensi penipuan *online*, ada beberapa oknum penjual yang melakukan penipuan. Mereka mungkin menggunakan foto produk palsu, memberikan deskripsi yang misleading, atau bahkan meminta transfer pembayaran di muka tanpa mengirimkan barang.
- c) Biaya ongkos kirim, bisa jadi ongkir terlalu mahal terutama untuk barang yang berat, besar, atau jarak pengirim yang jauh. Beberapa toko *online* menawarkan gratis ongkir, namun biasanya dengan minimal pembelian tertentu.
- d) Waktu pengiriman, kecepatan pengiriman barang tergantung pada Lokasi penjual dan pembeli, serta jasa pengiriman yang digunakan. Pengiriman barang dari luar kota atau luar negeri bisa memakan waktu sehari-hari bahkan berminggu-minggu.

2. Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja *Online*

Perilaku konsumen adalah proses yang berhubungan langsung dengan aktivitas pembelian. Perilaku konsumen pada saat itu meliputi hal-hal seperti menulis ulasan, melakukan penelitian, dan menilai produk dan jasa. Perilaku konsumen disebut sebagai suatu hal yang mendorong konsumen untuk menciptakan rasa urgensi pada saat melakukan pembelian. Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan proses pembelian suatu barang atau jasa tertentu. Sebagian orang mungkin masih bingung, perilaku seperti apa yang bisa dikatakan sebagai perilaku konsumen, mungkin Sebagian dari kita telah melakukan perilaku konsumen, akan tetapi tidak menyadari hal tersebut, karena perilaku konsumen sendiri sangat luas. Perilaku konsumen sering terjadi Ketika kita melakukan suatu proses pembelian (Firmansyah, 2018).

3. Strategi bertahan hidup pedagang di pasar tradisional terhadap maraknya belanja *online*

Dengan munculnya sistem perdagangan yang baru mengharuskan para pedagang pasar tradisional menemukan strategi baru untuk bertahan hidup. Munculnya jual beli *online* umumnya di pengaruhi oleh perkembangan teknologi saat ini. Kondisi baru ini kemungkinan akan berdampak pada aktivitas yang berhubungan dengan pedagang di pasar tradisional. Saat ini situasi di pasar tradisional mengalami perubahan yang signifikan, dari yang awalnya ramai pembeli kini menjadi sepi pembeli. Untuk mengatasi kondisi yang berpotensi mengakibatkan usahanya

bangkrut, para pedagang harus Menyusun rencana yang bertujuan untuk mendorong pembelian lebih lanjut dan memperkuat usaha mereka sendiri. Para pedagang di pasar tradisional harus menggunakan berbagai macam strategi untuk mengatasi pengaruh dari sistem penjualan *online*.

4. Media sosial

Media sosial menjadi salah satu media yang menyediakan fitur jual beli. Media sosial adalah media *online* yang memudahkan penggunaanya untuk berpartisipasi, berbagi, menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, dunia virtual dengan mudah. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet sebagai kunci utama yang membangun dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan yang kemungkinan penciptaan dan pertukaran user-generated content.

5. Pasar tradisional

Pasar tradisional adalah suatu tempat terbuka di mana berlangsungnya transaksi jual beli dengan adanya proses tawar menawar. Di pasar tradisional, pengunjung tidak hanya berperan sebagai pembeli, namun juga dapat menjadi penjual. Bahkan, setiap individu memiliki kesempatan untuk menjual barang dagangannya di pasar tradisional ini. Pasar tradisional memegang peran krusial dalam perekonomian Indonesia, terutama bagi Sebagian besar penduduknya. Masyarakat miskin yang bergantung pada pasar tradisional untuk mencari nafkah adalah jumlah yang signifikan. Menjadi seorang pedagang di pasar tradisional menjadi

salah satu pilihan pekerjaan yang relevan, terutama dalam konteks tingginya Tingkat pengangguran di Indonesia. Sebagai pusat kegiatan ekonomi lokal, pasar tradisional memainkan peran penting dalam menyediakan akses pekerjaan dan sumber penghasilan bagi banyak masyarakat. (Wibowo et al., 2022).

Pasar tradisional umumnya memiliki stok barang yang terbatas, yang sesuai dengan modal yang dimiliki oleh pemilik usaha atau permintaan dari konsumen. Dalam hal harga, pasar tradisional cenderung tidak memiliki label harga yang tetap karena harga dapat disesuaikan oleh setiap pemilik usaha sesuai dengan keuntungan yang diinginkan. Harga-harga ini juga sering berfluktuasi, sehingga menggunakan label yang tetap akan menjadi sulit karena perlu terus-menerus mengubahnya sesuai dengan perubahan harga yang terjadi di pasar. (Wibowo et al., 2022)

B. TEORI KARL MARX

Teori sosiologi Karl Marx berpusat pada teori konflik, yang menyatakan bahwa masyarakat kapitalis dibangun di atas konflik kelas antara kaum borjuis (pemilik alat produksi) dan proletar (pekerja). Menurutnta, sejarah manusia adalah sejarah konflik kjelas yang didorong oleh eksploitasi kelas borjuis terhadap kaum buruh, yang hanya menerima upah rendah. Marx berpendapat bahwa ketidakadilan ini dapat memicu revolusi sosial untuk menciptakan masyarakat tanpa kelas yang lebih adil.

Karl Marx membagi evolusi perkembangan masyarakat menjadi tiga yaitu sebagai berikut :

1. Feodalisme

Pada masa feodalisme tercermin kondisi yang masih bersifat tradisional dimana tuan tanah merupakan pelaku ekonomi yang memiliki posisi tawar menawar *relative* tinggi dibanding pelaku ekonomi yang lain.

2. Kapitalisme

Pada masa kapitalisme para pengusaha merupakan pihak yang memiliki posisi tawar menawar yang relatif tinggi dibandingkan dengan pihak lain khususnya para buruh, bahkan dalam masa kapitalisme ini, buruh sama sekali tidak memiliki posisi tawar menawar terhadap para pengusaha kapitalis. Hal yang menyebabkan terjadinya eksploitasi besar-besaran terhadap buruh dan para pengusaha lebih fokus pada peningkatan pendapatan mereka dengan melakukan pemupukan modal.

3. Sosialisme

Sejalan dengan perkembangan teknologi, pemupukan modal yang dilakukan pengusaha dialihkan pada investasi teknologi sehingga terjadi peralihan tenaga manusia dengan tenaga mesin yang pada akhirnya mengurangi eksploitasi buruh namun meningkatkan angka pengangguran. Fase ini merupakan titik awal tata masyarakat sosialis yang mana terjadi perubahan yaitu pemupukan modal pada masa kapitalis diganti dengan pemerataan kesempatan pemilikan sumber daya sehingga semua pihak memiliki posisi yang sama dalam hal tawar menawar.

Teori pembangunan yang dikemukakan Karl Marx selalu didasarkan pada asumsi bahwa masyarakat terbagi pada dua golongan, yaitu masyarakat pemilik modal dengan masyarakat bukan pemilik modal dan masyarakat pemilik tanah dengan masyarakat pemilik bukan pemilik tanah. Dimana dalam kedua golongan ini terjadi konflik kepentingan. Menurut Marx, kemampuan para pengusaha terletak pada kemampuan mereka dalam memanfaatkan nilai lebih dan produktivitas butuh yang dipekerjakan. Nilai lebih merupakan selisih antara nilai produktivitas buruh dan upah buruh yang kemudian menjadi keuntungan bagi para pengusaha.

C. Penelitian Relevan

Dalam melakukan penelitian, peneliti menemukan beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan ini. Oleh karena itu, untuk menghindari asumsi plagiasi sekaligus menegaskan titik perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya disini dipaparkan skripsi yang terkait dengan penelitian ini.

(Nur Malazaneti, Gunawan Aji, Farida Rohmah : 2023) tentang analisis dampak *online shop* terhadap para pedagang di pasar tradisional paninggaran. Para pedagang pasar tradisional menyadari bahwa jual beli *online* terus meningkat 95%, hal ini menyatakan bahwa jual beli *online* akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menandakan bahwa para pedagang menyadari adanya pengaruh tersebut. Berkaitan dengan respon para pedagang tradisional berdasarkan data diatas terdapat 30% pedagang merespon positif, maksudnya para pedagang memahami kelebihan dan kekurangan penjualan *online*, sehingga menemukan strategi yang cocok untuk bersaing. Selain itu terdapat 50% respon negatif pedagang terhadap penjualan *online*, ini dikarenakan penjualan *online* sangat mempengaruhi pendapatan para pedagang dipasar tradisiona.

(Imelda Ajeng Novianti, Indah Purwanti, Versiandika Yudha Pratama : 2024) tentang dampak jual beli *online* terhadap pasar tradisional (studi kasus pasar kedungwuni). Dalam hal persepsi pedagang tradisional terhadap penjualan *online*, data menunjukkan bahwa mayoritas pedagang memiliki kesadaran bahwa penjualan *online* terus mengalami peningkatan. Lebih

husus, hasil survey menunjukkan bahwa 50% responden menyatakan bahwa penjualan *online* akan terus meningkat tajam, 40% mengatakan akan meningkat perlahan, 10% mengatakan tetap, dan tidak ada yang menyatakan bahwa penjualan *online* akan menurun. Berdasarkan hasil ini, kita bisa menyimpulkan bahwa kesadaran para penjual tradisional tentang peningkatan penjualan *online* tinggi, dengan 90% responden percaya bahwa penjualan *online* akan terus meningkat. Ini menunjukkan bahwa para pedagang tradisional telah menyadari pentingnya memperhatikan penjualan *online* sebagai bagian dari strategi bisnis mereka.

(Mitha Charenina Tangkawata, I gede Supradnyana : 2022) tentang Pengaruh *Marketplace* Facebook Terhadap Pasar Tradisional Siwagilemba Tentena Pada Masa Covid : Perspektif Etika Bisnis Kristen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikaji dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar *online* facebook memberi pengaruh yang sangat besar bagi pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional Siwagilemba Tentena. Hal demikian juga dapat dibuktikan dengan data tertulis anggaran pendapatan PAD Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Kabupaten Poso sejak 5 tahun terakhir, terhitung mulai tahun 2016-2020. Anggaran pendapatan yang ada setiap tahunnya tidak dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengaruh sepiunya pasar tradisional Siwagilemba Tentena, karena adanya pandemic Covid-19 yang belum diketahui sampai kapan akan berakhir. Untuk alasan ini pula, masyarakat yang ada di seputaran kota Tentena sekarang ini lebih senang untuk berbelanja

online. Seperti yang telah penulis jelaskan, bahwa pasar tradisional Siwagilemba Tentena hanya akan ramai ketika ada perayaan besar, seperti perayaan keagamaan dan pengucapan syukur padungku.

(Hegel Wahyudi, Jalalludin Sasetio, Mohamad Fikriy, Nabil Nurfauzan, Johan Hendri Prasetyo : 2024) tentang menakar social commerce terhadap kondisi pasar Tanah Abang. Berdasarkan wawancara dengan wawancara dengan penjual *online* dan pedagang di Pasar Tanah Abang, terdapat beberapa temuan utama terkait dampak social commerce, khususnya TikTok Shop, terhadap ekonomi lokal dan pasar tradisional. Marsya menyoroti kontroversi yang muncul akibat kebijakan pemerintah yang melarang TikTok Shop, yang berdampak signifikan pada banyak pedagang *online*. Dia menjelaskan bahwa TikTok Shop memiliki pengaruh besar terhadap pekerjaannya, terutama karena fitur-fitur yang mendukung kegiatan pemasaran dan penjualan. Para penjual *online* menyambut baik rencana pembukaan kembali TikTok Shop dan berharap ini akan membantu memulihkan situasi ekonomi bagi dirinya dan pedagang lainnya. Mereka juga menekankan pentingnya regulasi yang adil untuk melindungi pedagang *online* dan memastikan persaingan yang sehat di pasar.

(Adelia, Fauzi Arif Lubis, Khairina Tambunan : 2024) tentang Strategi Bertahan Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Nagari Ujung Gading di Tengah Perkembangan *E-commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam. Pedagang pakaian di Pasar Nagari Ujung Gading telah menerapkan sejumlah strategi adaptif untuk mempertahankan daya saing di tengah maraknya e-

commerce. Pertama, upaya mengikuti tren mode terkini menjadi kunci untuk menarik konsumen modern yang cenderung mengikuti perkembangan fashion. Kedua, penerapan strategi diskon telah terbukti efektif dalam merangsang minat beli konsumen. Ketiga, pemeliharaan kualitas produk menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan mendorong mereka untuk tetap berbelanja secara langsung. Keempat, peningkatan kualitas pelayanan pelanggan menjadi diferensiasi utama dibandingkan dengan *platform e-commerce*. Terakhir, pembentukan hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui skema pembayaran cicilan telah menjadi strategi efektif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, ditengah perkembangan *e-commerce* mereka juga mengimplementasikan asas-asas landasan Ekonomi Islam seperti prinsip tauhid, prinsip kejujuran, prinsip tanggung jawab dan prinsip keadilan.

(Endri Suhas Islam, Rifai : 2024) tentang Strategi Bertahan Hidup Para Pedagang Pakaian Konvensional Di Tengah Maraknya *Online shop* (Studi Kasus Pedagang Di Panorama Kota Bengkulu). Realitas kehidupan pedagang konvensional di Pasar Panorama Kota Bengkulu yaitu terdiri dari periode usaha, pemilihan Pasar Panorama sebagai tempat menjalankan usaha, jumlah karyawan, modal, pendapatan, serta pengeluaran biaya pedagang. Pertama mengenai periode usaha yaitu waktu yang digunakan pedagang dalam merintis usaha perdagangan dari awal hingga saat ini. Mayoritas pedagang di Pasar Panorama melanjutkan usaha milik orang tuanya yang telah lama berjualan selama puluhan tahun, meskipun ada juga beberapa

pedagang yang memang memulai usaha jualannya sendiri dari awal. Kedua mengenai pemilihan Pasar Panorama sebagai tempat usaha dimana hampir seluruh pedagang mengatakan alasannya memilih pasar tersebut sebagai lokasi usaha karena lokasinya yang strategis, terletak di pinggir jalan sehingga mudah dilihat oleh masyarakat. Ketiga mengenai jumlah karyawan yaitu para pedagang membagi karyawan mereka ke dalam dua kelompok, yaitu ada kelompok yang menjual pada hari biasa dan ada yang menjual pada bulan Ramadhan, menjelang idul fitri. Biasanya para pedagang melakukan penambahan jumlah karyawan pada saat Ramadhan menjelang idul fitri dikarenakan peningkatan jumlah pembeli. Keempat mengenai modal dan pendapatan dimana para pedagang rata-rata memiliki modal awal sekitar 50-150 juta untuk membeli/menyewa kios dan untuk pemasokan barang yang akan dijual. Pendapatan yang didapatkan pedagang tidak menentu per harinya namun biasanya pedagang mendapatkan sebanyak 1-3 juta per harinya. Kelima mengenai biaya pengeluaran pedagang selama berjualan di Pasar Panorama yaitu biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya retribusi.

(Fitri Ramadani : 2024) tentang Analisis Pengaruh Pasar *Online* Terhadap Pedagang Tradisional Di Pasar Ditinjau Dari Aspek Positif Dan Negatif. Dari hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pasar *online* sangat cepat berkembang pesat yang dimana mampu mengubah cara berbelanja dari yang berinteraksi secara langsung sampai hanya dengan menggunakan aplikasi shopee dari gadget (technology) yang mulai berkembang seperti smartphone dll. Pasar *online* menghadirkan peluang dan

tantangan bagi pedagang tradisional. Untuk tetap relevan dan berkembang, pedagang perlu beradaptasi dengan teknologi digital dan mengombinasikan strategi *offline* dan *online*. Kerja sama dengan *platform* pasar *online* (*e-commerce*) atau pemerintah dalam bentuk pelatihan dan akses teknologi sangat diperlukan agar pedagang tradisional dapat bersaing dan bertahan di era digital. Secara keseluruhan, pasar *online* memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pedagang tradisional. Untuk memanfaatkan potensi positif dan meminimalkan dampak negatif, dibutuhkan adaptasi strategi, seperti pemanfaatan teknologi digital dan kolaborasi dengan *platform online*. Dukungan dari pemerintah dan pihak terkait juga diperlukan untuk memastikan pedagang tradisional dapat berkembang dalam ekosistem ekonomi digital tanpa kehilangan identitas mereka.

(Muhammad Syaiful Rizal, Qoni'ah Nur Wijayani : 2023) tentang Persepsi Pedagang Konvensional Di Pasar Blauran Surabaya Terhadap Tren Implementasi *E-commerce* Tiktok Shop. Masyarakat berkembang secara linier (searah), yakni dari primitif ke arah masyarakat yang lebih maju. Perkembangan teknologi memberikan kemudahan sekaligus tantangan bagi pihak yang terkait, termasuk dalam hal perdagangan. Hadirnya teknologi menuntut semua orang untuk turut memahami dan mempelajari guna menghindari kesenjangan atau gagap teknologi. *E-commerce* menjadi tren dan terobosan terkini yang digemari masyarakat, sehingga peluang usaha lebih besar dibandingkan dengan berdagang dengan cara konvensional. Pada dasarnya masyarakat modern merupakan bentuk masyarakat yang dicita-

citakan memiliki label yang lebih baik dan sempurna. Seperti kasus pedagang konvensional di Pasar Blauran yang dominan gagap teknologi sehingga menyebabkan menurunnya tingkat penjualan. Ini juga disebut dengan istilah cultural lag, yang merupakan ketertinggalan menjadikan kesenjangan antar unsur-unsur yang berubah sangat cepat dan yang berubah lambat. Kesenjangan ini akan menyebabkan kejutan sosial pada masyarakat khususnya dalam bidang perdagangan.

(Nadia Ulva Febrianti, Shalsa Aina Widi Zahrafani, Wafiatul Afifah : 2023) tentang Pengaruh Tiktok Shop terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Tanjung dan Ambulu Kabupaten Jember. Sebelum terjadinya Covid 19 pasar tradisional merupakan tempat dimana pedagang dan pembeli berinteraksi secara langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Pasar tradisional ini terdiri dari kios hingga kompleks pertokoan yang menawarkan berbagai produk barang dagang. Dalam proses interaksi mereka melakukan transaksi jual beli secara langsung, dimana pembeli berinteraksi secara langsung dengan pedagang, bertanya tentang produk, bernegosiasi terkait harga, hingga mencoba produk sebelum membeli. Kondisi pasar tradisional sebelum adanya Covid-19 selalu ramai hingga pedagang bisa menentukan hari-hari dimana tidak sepi pengunjung. Informan menuturkan bahwa keuntungan yang mereka dapatkan pada saat sebelum adanya Covid-19 bisa mencapai jumlah besar di setiap harinya.

D. Kerangka Fikir

Dalam penelitian ini dapat dibuat kerangka fikir yang dapat menjadi landasan dalam penulisan ini yang pada akhirnya dapat diketahui variable mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*.

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Sedangkan kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi sebagai variable independent. Penelitian ini mencoba menganalisis beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *online*.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini berkaitan dengan “Pengaruh *Online shop* Terhadap Pedagang Tradisional Di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan informasi dari orang dan tingkah laku dalam bentuk tulisan, ucapan, dan kalimat. Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk kata-kata, gambar bukan angka.

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus merupakan metode penelitian kualitatif yang mendalam yang berfokus pada kasus tertentu, seperti individu, kelompok, organisasi, atau institusi dengan tujuan memahami secara menyeluruh kasus tersebut dalam konteks dan waktu yang spesifik. Studi kasus sering digunakan untuk memahami fenomena kompleks yang unik dan tidak dapat dijelaskan dengan metode penelitian kuantitatif.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

2. Waktu penelitian

- a. Tahap pertama adalah melakukan tahap persiapan untuk Menyusun proposal penelitian pada akhir bulan desember 2024 dan awal bulan Januari 2025.
- b. Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan kegiatan penelitian yang dilakukan pada bulan Mei-Juli 2025.

C. Informan Penelitian

Dalam konteks peneletian, propossive biasanya merujuk pada teknik pemilihan sampel atau informan yang dilakukan dengan tujuan tertentu. Ini berarti peneliti memilih sampel yang dianggap paling relevan atau repesentatif untuk mencapai tujuan penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini sebanyak 4 pedagang dan 3 pengunjung.

D. Fokus Penelitian

Untuk memperjelas fokus penelitian, peneliti kualitatif menentukan batasan. Fokus penelitian adalah elemen yang diteliti dalam rangkaian kegiatan penelitian, untuk mencegah masalah yang terlalu luas. penelitian yang menyangkut permasalahan yang terlalu luas tidak akan dapat memberikan kesimpulan yang bermakna dalam.

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan penekanan pada pengaruh toko *online* terhadap para pedagang di pasar.

E. Instrumen Penelitian

Adapun instrumen dalam penelitian ini:

- a. Lembar observasi, sebagai catatan lapangan yang digunakan oleh peneliti untuk mencatat semua fakta-fakta yang terjadi pada saat peneliti melakukan observasi langsung.
- b. Pedoman wawancara, pedoman wawancara disusun oleh peneliti dengan mengkategorisasi pertanyaan-pertanyaan antara data untuk informan primer dan informan sekunder.
- c. Membawa ponsel, ponsel berfungsi sebagai alat untuk merekam dan mengambil gambar agar tidak ada informasi wawancara yang terlewat saat menyusun penelitian, serta menangkap gambar sebagai bukti atau dokumentasi dari penelitian yang telah dilaksanakan.
- d. Peneliti yang bersangkutan akan mengevaluasi dan menginterpretasikan data yang diperoleh dari lokasi penelitian, baik dari wawancara maupun hasil observasi.

F. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data penelitian ini merupakan data yang berbentuk kata-kata atau kalimat yang disebut dengan data kualitatif. Data tersebut berupa transkrip wawancara, catatan lapangan, fotografi, dokumen pribadi, dan rekaman-rekaman lainnya. Digunakan data kualitatif ini bertujuan untuk

mendeskripsikan hasil analisis dampak online shop terhadap pedagang dipasar tradisional yang dideskripsikan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

2. Sumber data

Adapun sumber data dalam penelitian ini diambil dari berbagai dokumen bersifat primer dan sekunder yang dapat memperkuat hasil penelitian.

a. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya, bukan dari data yang ada sebelumnya.

b. Data sekunder

Data sekunder diperoleh melalui penelusuran kepustakaan berupa buku, jurnal-jurnal, karya ilmiah serta literatur-literatur yang ada hubungannya dengan objek penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

a. Observasi

Observasi dilakukan oleh peneliti selama satu bulan, dua minggu pertama peneliti turun ke lapangan hanya sebatas mengamati situasi yang ada untuk memahami persoalan-persoalan yang ada di sekitar pelaku dan narasumber, kemudian dua minggu terakhir peneliti langsung

mengidentifikasi siapa-siapa informan yang akan diwawancarai, data-data seperti apa yang akan di kumpulkan di lokasi penelitian.

b. Wawancara Mendalam

Pada saat peneliti datang ke lokasi penelitian untuk melakukan wawancara peneliti langsung menemui informan yang akan diwawancarai yaitu orangtua untuk mendapatkan informasi.

c. Dokumentasi

Peneliti memanfaatkan metode dokumentasi guna memperoleh informasi yang lebih tepat, serta sebagai bukti yang konkret. Oleh karena itu, dokumentasi ini sama pentingnya dengan observasi dan wawancara, karena dokumen ini mampu menjelaskan atau memberikan bukti yang terlihat.

H. Teknik Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data, peneliti melakukan pengumpulan data melalui observasi berulang kali. Setelah merasa cukup dengan data yang diperoleh, peneliti melanjutkan dengan mengumpulkan informasi menggunakan teknik yang berbeda, yaitu wawancara. Karena peneliti ingin mendapatkan bukti yang kuat, ia kemudian menerapkan teknik dokumentasi yang memberikan bukti yang konkret tanpa adanya pengolahan atau modifikasi. Setelah semua data atau informasi yang dibutuhkan terkumpul dan semua pertanyaan telah terjawab, peneliti kemudian mulai memproses data yang telah didapatkan dari teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses ini meliputi pencatatan data atau informasi yang telah dikumpulkan, pengeditan,

pengkategorian, dan penjabaran dalam bentuk penjelasan untuk menghasilkan kesimpulan akhir yang jelas dan mudah dipahami, sehingga dapat menampilkan gambaran yang terang tentang masalah yang sudah dipecahkan.

I. Teknik Keabsahan Data

untuk menghasilkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dengan kegitimasi data yang valid, peneliti menggunakan teknik/ metode triangulasi, yaitu melakukan verifikasi terhadap kesimpulan data tertentu dengan memanfaatkan tiga pendekatan metodologis, yaitu dokumentasi, observasi lapangan, dan wawancara yang dilakukan kepada banyak subjek yang dianggap memiliki pengetahuan yang luas dan pemahaman yang mendalam terhadap subjek yang diteliti.

J. Etika Penelitian

Ada beberapa hal krusial yang perlu diperhatikan dalam suatu penelitian, yaitu etika yang baik atau buruk, benar atau salah dalam proses penelitian, yang meliputi :

1. Mengambil persetujuan dari informan
2. Menginformasikan tujuan penelitian kepada informan
3. Memastikan kerahasiaan informan; jika penelitian dianggap sensitif, harus meminta izin kepada informan sebelum melakukan rekaman wawancara atau mengambil foto informan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Geografis



Pasar Limbung terletak di Kelurahan Limbung, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Secara geografis, Kabupaten Gowa memiliki luas wilayah 1.883,33 km² dan karakteristik topografi yang beragam, meliputi dataran rendah hingga dataran tinggi dengan ketinggian antara 10-2800 meter di atas permukaan laut, dan sebagian besar wilayahnya merupakan dataran tinggi (sekitar 72,26%).

Pasar Limbung merujuk pada pasar tradisional yang berada di daerah Limbung, di mana aktivitas ekonomi dan perdagangan masih

berlangsung, terkadang dengan mempertahankan sistem pertukaran tradisional, serta menjadi pusat pemberdayaan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal.

2. Sejarah pasar Limbung

Pasar Limbung yang berada di kabupaten Gowa merupakan salah satu pasar tradisional yang cukup terkenal di Sulawesi Selatan. Pasar ini memiliki sejarah yang menarik dan kaya akan cerita. Didirikan pada abad ke 18, Limbung telah menjadi lokasi perdagangan yang vital untuk masyarakat setempat. Di pasar ini, pengunjung bisa menemukan berbagai produk seperti buah-buahan segar, sayuran, hasil laut, produk pertanian, serta kerajinan tangan tradisional. Lebih dari itu, pasar Limbung juga menarik perhatian para wisatawan yang ingin menikmati beraneka hidangan khas Sulawesi Selatan yang menggugah selera. Jadi, jika anda ingin merasakan kehidupan pasar tradisional yang hidup dan penuh warna, pastikan untuk mengunjungi pasar Limbung di Kabupaten Gowa.

Pasar Limbung menawarkan keunikan dan cita rasa yang tidak bisa diabaikan. Di tempat ini, pengunjung dapat merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat lokal yang menjajakan berbagai produk tradisional seperti hasil pertanian, makanan lokal, dan kerajinan tangan. Suasana pasar yang ramai menjadi kesempatan bagi pengunjung untuk merasakan kehangatan serta keramahan dari produk setempat.

3. Jumlah penduduk

Informasi spesifik mengenai jumlah penduduk terbaru untuk Limbung, Bajeng, Gowa tidak tersedia secara terpisah dalam data yang ditemukan; data yang tersedia adalah jumlah penduduk Kabupaten Gowa secara keseluruhan. Berikut tabel jumlah penduduk yang ada di Limbung :

No	Jumlah penduduk	Tahun		
1	Laki-laki dan perempuan	2010	2020	2023
		652.329	785.836	799.999
Total		2.238.164		

B. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini merujuk pada rumusan masalah yang telah dijelaskan dibagian pendahuluan penelitian. Rumusan masalah tersebut menjadi acuan bagi hasil penelitian yang berkaitan dengan alasan dampak dari toko *online* terhadap pedagang di Pasar Limbung terhadap perekonomian, serta bagaimana cara pedagang mempertahankan metode penjualan secara langsung. Berdasarkan penelitian ini, observasi, wawancara, dan dokumentasi telah dilaksanakan di lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian.

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2 bulan setelah dikeluarkannya surat izin penelitian oleh kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah jenis pendekatan kualitatif, pendekatan penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan dengan jelas tentang penyebab dampak *online shop* terhadap pedagang dipasar limbung.

Di Indonesia ekspansi perdagangan daring mengalami lonjakan pesat setiap tahunnya. Kemajuan *e-commerce* telah menjadikannya sebagai salah satu elemen pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut buku yang membahas tentang bagaimana *e-commerce* berkontribusi pada perekonomian Indonesia karya Sofian Lusa, Onno W. Purbo dan Tutik Lestari, (2024), *e-commerce* menyediakan sarana bagi usaha kecil dan menengah (UKM) untuk mempromosikan produk mereka secara luas tanpa memerlukan komitmen finansial yang besar dalam infrastruktur nyata. .

E-commerce masih dalam fase awal di Indonesia pada awal tahun 200-an. Beberapa perusahaan terkemuka telah mulai memperkenalkan konsep ini, tetapi belum diterima secara luas. Masalah yang ada adalah kurangnya infrastruktur internet dan kurangnya kepercayaan konsumen. Tahun 2020-an menyaksikan peningkatan pesat jumlah platform *e-commerce* yang tersedia di Indonesia. Era ini memadai titik di mana belanja *online* menjadi praktik yang meluas di kalangan masyarakat. Kemudahan dan kenyamanan berbelanja tanpa perlu keluar rumah telah menjadi keunggulan utama, di mana semakin banyak usaha kecil dan

menengah (UKM) yang mendirikan toko *online*. Hal ini memudahkan mereka menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa harus memiliki toko fisik. Belanja *online* juga menjadi alternatif utama bagi masyarakat di tengah pandemi COVID-19. Tren terbaru *e-commerce* indonesai adalah berbelanja melalui media sosial, dengan platfrom seperti instagram, tiktok, dan facebook muncul sebagai sarana populer untuk menjual dan membeli barang. Pergeseran ini merevolusi metode belanja konvensional menjadikannya lebih personal dan menarik.

Dengan pesatnya perkembangan bisnis daring, pasar konvensional tidak mampu lagi bersaing dengan penjualan yang terjadi di platform tersebut. Ini disebabkan oleh konsumen yang sebelumnya berbelanja dari toko-toko fisik kini beralih ke belanja *online* dalam jumlah yang semakin meningkat.

Perkembangan *online shop* di sekitar pasar Limbung sangat memberikan dampak buruk bagi pedagang di pasar Limbung. Di satu sisi, *online shop* menawarkan kemudahan dan aksesibilitas yang lebih luas bagi konsumen, tetapi di sisi lain pedagang di pasar tradisional menghadapi tantangan dalam mempertahankan pelanggan dan pendapatan mereka. Seperti yang dikatakan oleh beberapa pedagang di pasar, pendapatan mereka sangat menurun dari sebelum adanya *online shop*. Orang-rang lebih memilih berbelanja di toko *online* karena berbagai alasan seperti, di toko *online* banyak promo atau diskon dan gratis ongkir.

1. Perkembangan *Online shop* Disekitar Pasar Limbung

Perkembangan *online shop* disekitar pasar Limbung sangat meningkat, pasar tradisional tidak lagi bersaing dengan penjualan disana melainkan pedagang disana bersaing dengan toko *online*. Ditambah didepan pasar Limbung ada SPX Express tempat pengambilan barang dari toko *online*, yang dimana kalau kita mengambil barang di tempat tersebut itu bisa gratis ongkir atau mendapat potongan ongkir. SPX Express adalah layanan pengiriman yang disediakan oleh shopee untuk pengiriman paket, baik untuk penjual maupun pembeli di platform shopee. SPX Express menawarkan berbagai jenis layanan pengiriman, termasuk pengiriman cepat (SPX instan dan SPX sameday), pengiriman standar (SPX Standart), dan pengiriman hemat (SPX Hemat).

“saya lebih sering berbelanja online dan mengambil barang langsung di depan pasar karena ada potongan ongkir kadang juga gratis ongkir.”(hasil wawancara dengan saudari N tanggal 26 Juni 2025)

Seperti yang dikatakan pengunjung diatas dia lebih memilih mengambil barang sendiri karena mendapatkan gratis ongkir. Pengunjung lain juga mengatakan hal yang sama.

“saya lebih memilih mengambil barang di SPX Express dibandingkan diantar ke rumah, karena rumah saya juga tidak terlalu jauh dari sini. Kadang juga ada gratis ongkir di antar sampai depan rumah tergantung barang yang dipesan atau jarak pengiriman.”(hasil wawancara dengan saudari S tanggal 26 Juni 2025)

Perkembangan *online shop* didorong oleh peningkatan penetrasi internet, perubahan perilaku konsumen, dan kemajuan teknologi. Toko *online* telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, mengubah cara orang berbelanja dan berbisnis

“Rumah saya agak jauh dari sini, tapi saya lebih sering mengambil barang di dekat pasar, keluarga saya ada yang kerja di tempat tersebut. Jadi saya tidak perlu kesana untuk mengambil barang tersebut” (hasil wawancara dengan I tanggal 26 Juni 2025)

2. Dampak *online shop* terhadap pedagang dipasar Limbung

Dampak toko *online shop* terhadap pasar tradisional cukup signifikan, menyebabkan penurunan pendapatan dan pengunjung di pasar tradisional. Hal ini karena konsumen beralih ke kemudahan dan kenyamanan belanja *online*. Meskipun demikian, pasar tradisional juga memiliki kelebihan yang bisa dimanfaatkan untuk beradaptasi dengan perubahan ini.

Adapun hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh peneliti terkait dengan dampak *online shop* terhadap pedagang dipasar Limbung.

“penjualan baju anak sangat besar dampaknya terhadap online shop ini, penurunan pendapatan sangat drastis. Orang orang lebih memilih berbelanja online karena harganya lebih murah.” (hasil wawancara dengan ibu N, tanggal 25 juni 2025)

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan informan lain terkait dampak *online shop* bagi pedagang di pasar Limbung.

“semua yang saya jual mengalami penurunan, bukan hanya online shop yang mempengaruhi penurunan penjualan tapi sekarang sudah banyak toko-toko seperti Mr.Diy yang menjual perintilan-perintilan kekinian. ”(hasil wawancara dengan ibu KG tanggal 25 juni 2025)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, rata-rata penjualan di pasar Limbung mengalami penurunan yang karena orang-orang lebih memilih berbelanja di *online shop*. Pernyataan yang sama juga dikemukakan oleh informan lain terkait bagaimana dampak *online shop* bagi pedagang dipasar Limbung.

“sebelum maraknya online shop, pendapatan saya lumayan bisa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari saya. Yang dulunya kadang saya mendapatkan pengasilan 300 sampai 400 perharinya sekarang pendapatan saya menurun semenjak orang-orang lebih memilih berbelanja online. Kadang saya tidak mendapat sama sekali kadang juga hanya mendapat 15 ribu perharinya.”(hasil wawancara dengan ibu TN tanggal 25 Juni 2025)

Informan lain juga memberikan pendapatnya tentang dampak *online shop* terhadap pedagang dipasar Limbung.

“saya menggunakan media sosial saya untuk mempromosikan barang dagangan saya seperti di facebook dan di status whatsapp. Apabila ada barang baru yang datang, saya langsung menghubungi teman saya di facebook maupun di whatsapp” (hasil wawancara dengan ibu D tanggal 26 Juni 2025)

Selain dengan pedagang, peneliti juga melakukan wawancara kepada pengunjung pasar Limbung.

“saya lebih suka berbelanja online karena tidak menguras tenaga dan waktu, saya bisa menunggu di rumah. Selain itu, di online shop ada banyak diskon dan potongan harga.” (hasil wawancara dengan saudari N tanggal 26 juni 2025)

Belanja online menawarkan berbagai keuntungan, termasuk kemudahan dan kenyamanan karena bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja, pilihan produk yang lebih beragam, harga yang lebih kompetitif karena adanya diskon dan promo, serta kemudahan dalam membandingkan harga dan membaca ulasan dari pembeli lain.

“saya orangnya jarang ke pasar, saya lebih sering berbelanja online karena orang di pasar sering memainkan harga. Di online shop banyak barang yang tidak ada di pasar, banyak barang yang lagi trend. Apalagi kita pesan di waktu tertentu seperti di tanggal

kembar yaitu tanggal 1 bulan 1, tanggal 2 bulan 2 dan seterusnya.”(hasil wawancara dengan saudari S tanggal 26 juni 2025)

Informan lain juga mengatakan hal yang sama, rata-rata orang lebih memilih berbelanja secara *online* karena berbagai alasan.

“berbelanja online memudahkan saya dalam berbelanja, barang yang sulit ditemukan di Offline store atau dipasar saya temukan di online shop. Saya dapat melakukan pembelian kapan saja dan dimana saja tanpa harus meninggalkan rumah, saya bisa menunggu barangnya dirumah.”(hasil wawancara dengan saudari S tanggal 26 juni 2025)

Adapun dampak negatif dan dampak positif dari *online shop* bagi pedagang tradisional dipasar

➤ Dampak negatif antara lain :

a. Penurunan pendapatan

Toko *online* menawarkan kemudahan dan jangkauan yang lebih luas, sehingga banyak konsumen yang beralih ke belanja *online*, yang berujung pada penurunan pendapatan pedagang pasar tradisional.

b. Penurunan pengunjung

Banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja *online* karna berbagai alasan seperti kemudahan, kenyamanan, dan harga yang terkadang lebih murah, sehingga mengurangi jumlah pengunjung pasar tradisional.

c. Gulung tikar

Beberapa pedagang yang dipasar tradisional yang tidak mengikuti perkembangan zaman dan tidak mampu beradaptasi dengan tren belanja *online*, bahkan terpaksa gulung tikar.

g. Persaingan yang meningkat

Adanya toko *online* membuat persaingan yang semakin ketat, baik dalam hal harga, promosi, maupun pelayanan.

➤ Dampak positif antara lain:

a. Perluasan pasar

Pedagang tradisional bisa memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar mereka dengan membuka toko *online* sendiri atau bergabung dengan platform *e-commerce*.

b. Peningkatan layanan

Dengan adanya toko *online* pedagang tradisional bisa belajar untuk meningkatkan kualitas pelayanan, seperti memberikan informasi produk yang lebih detail, foto produk yang menarik, dan sistem pengiriman yang cepat.

c. Menciptakan ekosistem

Keberadaan toko *online* dan pasar tradisional bisa saling melengkapi, menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih beragam dan memberikan pilihan yang lebih banyak pada konsumen.

3. Strategi yang dilakukan pedagang

a. Memperbarui lokasi bisnis

Dengan pengaruh dari kemajuan industri teknologi informasi yang tak terhindarkan, banyak pemilik bisnis termasuk pedagang tradisional, harus bersaing secara langsung dengan pasar yang semakin kompleks. Dengan variasi produk yang lebih baik dan harga yang lebih terjangkau, mendorong pedagang tradisional untuk mengevaluasi kembali strategi persaingan mereka.

Masyarakat masa kini adalah komunitas yang berorientasi pada konsumsi, di mana individu sering membeli produk bukan hanya untuk kebutuhan pokok, tetapi juga untuk menunjang cara hidup mereka. Keberadaan lokasi berbelanja yang aman dan menyenangkan biasanya lebih menarik perhatian publik. Umumnya, pasar seringkali diilustrasikan sebagai area yang dihuni oleh orang-orang yang kurang bersahabat membuatnya tidak nyaman bagi siapapun yang masuk. Satu-satunya cara paling efektif untuk memperkenalkan inovasi baru kedalam sistem perdagangan barang konvensional berarti meningkatkan mutu produk serta menambah jumlah barang baru.

b. Mengikuti trend terkini

Sekarang, konsumen memiliki banyak pilihan saat membeli barang-barang tertentu. Orang-orang secara sadar terlibat dalam inovasi dan penciptaan produk baru di era ini. Produk-produk dengan harga terjangkau yang sekarang ditawarkan akan lebih dikenal oleh konsumen secara umum. Terutama di kalangan masyarakat menengah atas, serta remaja, mereka akan terlibat dalam munculnya trend baru. Umumnya, barang-barang mode cenderung mengalami perubahan yang lebih cepat sesuai dengan preferensi para konsumennya. Pedagang di pasar tradisional perlu mengikuti perkembangan zaman, tetapi konsumen juga diwajibkan untuk mengikuti perubahan trend agar dapat mengetahui adanya perubahan dalam model saat ini.

Dengan adanya pasar tradisional ini akan membantu pemilik usaha kecil memenuhi kebutuhan mereka, perilaku pasar tradisional telah menjadi alat yang penting. Keberadaan bisnis *online* merupakan salah satu variasi baru dalam dunia perdagangan yang dibawa oleh kemajuan teknologi. Selain menghemat waktu dan biaya, adanya toko *online* memungkinkan masyarakat umum untuk melakukan bisnis tanpa harus pergi ke toko, mall atau lokasi lainnya. Ada banyak pilihan toko, barang dan metode pembayaran, sehingga masyarakat umum dapat dengan mudah membeli barang dari tempat yang diinginkan, membandingkan harga dengan mudah, dan mengirimkannya langsung ke rumah mereka. Tidak hanya itu, toko *online* juga memberikan insentif yang menarik dan

bermanfaat dengan menawarkan berbagai promosi, mulai dari pengurangan harga atau diskon hingga cashback, dan bahkan penawaran gratis ongkir. *Online shop* memberikan berbagai kemudahan sehingga membuat masyarakat lebih memilih *online shop* dibandingkan berbelanja dipasar tradisional.

4. Persepsi para pedagang terhadap penjualan *online*

Kesadaran pedagang mengenai lonjakan penjualan *online* sangat tinggi, karena 93% dari mereka meyakini bahwa penjualan secara *online* atau daring akan terus meningkat. Hal ini menjadi indikasi bahwa pedagang tradisional menyadari bahwa penjualan *online* harus diperhatikan. Persepsi pedagang tradisional tentang pengaruh penjualan *online* terhadap omset penjualan, selanjutnya instrumen yang menanyakan penyebab penurunan omset menurut pedagang tradisional ditampilkan pada tabel berikut:

Penurunan Omset	Akibat Penjualan <i>Online</i>	Akibat Covid
Dibawah 10%	21	3.57
Dibawah 20%	36	25
Antara 20-50%	36	50
Antara 51-70%	7	17.86
Antara 71-80%	0	3.57
Diatas 80%	0	0

5. Respon Para Pedagang Terhadap Perkembangan Bisnis Daring

Agar dapat memahami reaksi para pedagang di pasar konvensional terkait pertumbuhan bisnis daring, dilakukan pengelompokan respon dalam 3 kategori yaitu: respon yang mendukung, respon yang biasa saja, dan respon yang menolak.

No	Respon	Responden (%)
1	Respon Mendukung	30%
2	Respon Yang Biasa Saja	20%
3	Respon Yang Menolak	50%

6. Pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum adanya *online shop*

Sebelum adanya *online shop*, pendapatan pedagang di pasar tradisional beragam, dengan contoh kasus menunjukkan rata-rata pendapatan harian yang cukup memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ada juga pedagang yang memiliki pendapatan harian yang lebih rendah tergantung jenis barang yang dijual.

Ada pedagang yang mencapai Rp. 500.000 perhari ada pula yang tidak menyentuh angka ratusan. Angka tertinggi biasanya mencapai Rp. 1.000.000 perhari untuk jenis barang tertentu atau di lokasi yang strategis. Tetapi beda dengan hari-hari tertentu seperti hari raya idul fitri, idul adha, dan bagi pedagang pakaian sekolah bisa mencapai Rp.1.500.000 sampai Rp. 2.000.000.

7. Pendapatan pedagang pasar tradisional setelah adanya *online shop*

Pendapatan pedagang pasar tradisional umumnya mengalami penurunan setelah adanya *online shop* karena konsumen beralih ke platform *online* untuk kemudahan berbelanja, harga yang lebih bersaing, dan variasi produk yang lebih luas. Dari yang biasanya mencapai Rp. 500.000 sampai Rp.1.000.000 setelah ada *online shop* pendapatannya sangat menurun sampai Rp.300.000 bahkan sampai Rp.100.000 sehari. Bukan hanya itu ada pula yang bahkan tidak mendapat sama sekali dalam sehari.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di analisis sesuai dengan tujuan maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Rata-rata pendapatan dipasar tradisional mengalami penurunan yang sangat drastis setelah banyak yang mengetahui adanya online shop. Munculnya online shop dapat menyebabkan pasar limbung menjadi sepi pengunjung. Selain itu, turunnya pendapatan dipasar disebabkan oleh persepsi konsumen yang menganggap bahwa online shop lebih praktis dan efisien.
2. Pendapatan pedagang dipasar tradisional mengalami penurunan setelah adanya online shop. Penurunan pendapatan disebabkan oleh sepiunya pasar dikarenakan gaya hidup konsumen lebih suka belanja di online shop. Selain itu, persepsi konsumen yang menganggap bahwa belanja online lebih mudah, praktis dan pembayarannya bisa melalui transfer.
3. Online shop secara signifikan berdampak negatif pada pendapatan pedagang pasar tradisional, terutama pada sektor tertentu seperti pakaian, karena konsumen lebih memilih berbelanja online.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis sesuai dengan tujuan maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Pedagang di pasar tradisional yang belum menerapkan online shop diharapkan dapat melakukan pemasaran secara online
2. Pedagang harus lebih meningkatkan strategi atau cara penjualan yang lebih baik lagi untuk menarik pembeli.



DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, F. A. (2024). Strategi Bertahan Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Nagari Ujung Gading di Tengah Perkembangan E-Commerce dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*, 21, 560-574.
- Endri Suhas Islam, R. (2024). Strategi Bertahan Hidup Para Pedagang Pakaian Konvensional Di Tengah Maraknya Online Shop (Studi Kasus Pedagang Di Panorama Kota Bengkulu). *Jurnal Niara*, 17, 425-437.
- Fitri Ramadani, M. I. (2024). ANALISIS PENGARUH PASAR ONLINE TERHADAP PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR DITINJAU DARI ASPEK POSITIF DAN NEGATIF. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2, 537-545.
- Hegel Wahyudi, J. S. (2024). Assessing Social Commerce in Relation to the Tanah Abang Market Condition. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen Tri Bisnis*, 6, 1-7.
- Imelda Ajeng Novianti, I. P. (2024). DAMPAK JUAL BELI ONLINE TERHADAP PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus Pasar Kedungwuni). *Jurnal Sahmiyya | P-ISSN : 2963-2986 E-ISSN : 2963-8100*, 3, 131-141.
- Mitha Charenina Tangkawata, I. G. (2020). Pengaruh Marketplace Facebook Terhadap Pasar Tradisional Siwagilemba Tentena Pada Masa Covid : Perspektif Etika Bisnis Kristen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2, 259-271.
- Muhammad Syaiful Rizal, Q. N. (2023). PERSEPSI PEDAGANG KONVENSIONAL DI PASAR BLAURAN SURABAYA TERHADAP TREN IMPLEMENTASI E-COMMERCE TIKTOK SHOP. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 1, 34-44.
- Nadia Ulva Febrianti, S. A. (2023). Pengaruh Tiktok Shop terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Tanjung dan Ambulu Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1, 211-220.
- Nur Malazaneti, G. A. (2023). Analisis Dampak Online Shop Terhadap Para Pedagang Di Pasar Tradisional Paninggaran. *Jurnal Sahmiyya | P-ISSN : 2963-2986 E-ISSN : 2963-8100*, 2, 376.

L

A

M

P

I

R

A

N



Hasil Wawancara Terhadap Informan

Wawancara dengan pedagang di pasar Limbung

1. N penjual baju anak dan pakaian dalam

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa rata-rata pendapatan bapak/ibu per hari sebelum dan sesudah muncul online shop ?	Sebelum covid belum banyak orang yang mengenal online shop. Pendapatan saya biasa 500 ribu sampai 700 ribu perhari. Tapi setelah banyak orang yang kenal online shop pendapatan saya menurun drastis kadang 100 ribu kadang juga dibawah 100 ribu. Kecuali hari-hari penting seperti hari raya bisa mencapai 1 juta apalagi pas malam takbiran bisa sampai 5 juta dalam sehari.
2.	apa saja yang mengalami dampak penurunan dan kenaikan volume penjualan sebelum dan sesudah muncul online shop?	Baju anak anak menurunnya sangat drastis, tetapi untuk pakaian dalam tidak terlalu turun.
3.	Bagaimana cara anda bertahan	Saya melakukan berbagai strategi seperti melakukan pembaruan dari barang lain,

	setelah adanya online shop?	saya menambahkan barang yang baru supaya pembeli juga nyaman memilih. Lebih membangun hubungan dengan pembeli, kita harus pintar-pintar merayu pembeli.
4.	Apakah anda juga memanfaatkan media sosial untuk promosi?	Saya tidak tau memakai media sosial, tetapi saya dibantu oleh anak saya menjual di media sosial seperti di wa dan facebook.
5.	Apakah menurut anda promosi lewat media sosial itu penting?	Ya, sangat penting karena rata-rata orang menggunakan media sosialnya untuk promosi.

2. K penjual perintilan perintilan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa rata-rata pendapatan bapak/ibu per hari sebelum dan sesudah muncul online shop ?	Saya hanya menjual barang-barang kecil seperti ikat rambut, bandol, gelang dan perintilan-perintilan lainnya. Dari sebelum orang banyak yang memakai online shop pendapatan saya biasa 200 ribu sampai 300 ribu tapi setelah banyak orang yang memakai online shop

		penjualan saya sangat berkurang kadang tidak menghasilkan dalam sehari atau gulung tikar.
2.	apa saja yang mengalami dampak penurunan dan kenaikan volume penjualan sebelum dan sesudah muncul online shop?	Semuanya mengalami penurunan, bukan hanya online shop yang mempengaruhi adanya penurunan dipasar tetapi sudah banyak toko yang menjual perintilan-perintilan kekinian seperti Mr.Diy dan toko-toko lainnya.
3.	Bagaimana cara anda bertahan setelah adanya online shop?	Lebih pintar merayu pembeli, memperbaharui semua barang lama ke barang baru yang kekinian. Selain itu, sepulang dari pasar biasanya saya juga menjual dirumah.
4.	Apakah anda juga memanfaatkan media sosial untuk promosi?	Saya tidak tau menggunakan media sosial, saya menjual secara langsung saja makanya saya melakukan berbagai strategi agar bisa menghasilkan setiap harinya.
5.	Apakah menurut anda promosi lewat media sosial itu penting?	Ya, sangat penting karena rata-rata orang menggunakan media sosialnya untuk promosi.

3. T penjual jilbab

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa rata-rata pendapatan bapak/ibu per hari sebelum dan sesudah muncul online shop ?	Sebelum maraknya online shop pendapatan saya bisa sampai 300 ribu sampai 400 ribu perharinya. Tetapi setelah adanya online shop penurunan saya sangat drastis kadang tidak mendapat sama sekali atau biasa juga hanya mendapat 15 ribu perharinya.
2.	apa saja yang mengalami dampak penurunan dan kenaikan volume penjualan sebelum dan sesudah muncul online shop?	Jilbab dan ciput mengalami penurunan yang sangat drastis.
3.	Bagaimana cara anda bertahan setelah adanya online shop?	Lebih meningkatkan penjualan seperti pintar-pintar menarik atau merayu pembeli, menawarkan kesempatan bagi pelanggan untuk melihat, menyentuh, dan mencoba produk secara langsung, yang merupakan keunggulan utama pasar fisik.
4.	Apakah anda juga	Ya, saya menggunakan media sosial saya

	memanfaatkan media sosial untuk promosi?	untuk mengupload barang dagangan saya seperti mempromosikan di status whatsapp dan facebook.
5.	Apakah menurut anda promosi lewat media sosial itu penting?	Ya, sangat penting karena rata-rata orang menggunakan media sosialnya untuk promosi.

4. Dw penjual pakaian bayi

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa rata-rata pendapatan bapak/ibu per hari sebelum dan sesudah muncul online shop ?	Sebelumnya bisa mencapai ratusan perhari tetapi setelah online shop terkenal orang-orang lebih memilih berbelanja online daripada berbelanja secara langsung kepasar, pendapatan saya sangat menurun drastis kadang Cuma celana anak 1 lembar yang terjual seharga 10 ribu.
2.	apa saja yang mengalami dampak penurunan dan kenaikan volume penjualan sebelum dan sesudah muncul online shop?	Baju bayi penjualannya sangat menurun drastis, ayunan bayi juga menurun setelah banyak penjual online yang menjual ayunan listrik, orang lebih memilih ayunan listrik tersebut daripada ayunan manual.

3.	Bagaimana cara anda bertahan setelah adanya online shop?	Melakukan berbagai strategi untuk bertahan seperti melakukan promosi yang lebih bagus lagi kepada pembeli
4.	Apakah anda juga memanfaatkan media sosial untuk promosi?	Iya, saya menjual di facebook dan whatsapp sekarang. Saya menghubungi teman saya apabila ada barang baru yang masuk saya langsung promosi dengan teman saya lewat whatsapp dan facebook.
5.	Apakah menurut anda promosi lewat media sosial itu penting?	Ya, sangat penting karena rata-rata orang menggunakan media sosialnya untuk promosi.

Wawancara dengan pengunjung

1. N usia 23 tahun

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa anda lebih memilih berbelanja online dibandingkan berbelanja langsung?	Menurut saya lebih mudah berbelanja online, tidak menguras tenaga dan waktu. Kita bisa menunggu di rumah.
2.	Apa keuntungan utama yang anda rasakan dalam berbelanja online?	Banyak diskon dan gratis ongkir.
3.	Faktor apa saja yang paling mempengaruhi keputusan anda dalam memilih produk secara online?	Faktor yang paling memengaruhi keputusan memilih produk secara online yaitu kenyamanan, harga terjangkau, keamanan transaksi, kepercayaan terhadap platform dan penjual, kualitas produk, ulasan dan rekomendasi konsumen, serta promosi dan pelayanan yang menarik.
4.	Bagaimana Anda memastikan keamanan dan keaslian produk saat berbelanja online?	Membaca komentar atau ulasan dengan teliti terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Kalau banyak yang minat dan komentarnya bagus-bagus baru saya check

		out dan melakukan pembelian
5.	Bagaimana proses pembayaran anda dalam berbelanja online?	Bisa COD kemudian setelah barangnya datang kita bisa cek terlebih dahulu, apabila barang tidak sesuai dengan gambar kita bisa mengembalikan barangnya kekurir untuk dikirim kembali ke penjualnya. Bisa juga ditransfer terlebih dahulu tergantung dari tokonya, ada juga toko yang pembayarannya hanya bisa dilakukan secara transfer.

2. S usia 25 tahun

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa anda lebih memilih berbelanja online dibandingkan berbelanja langsung?	Saya bisa dibilang agak jarang ke pasar. Nah, sekalinya ke pasar <i>offline</i> , penjual suka sekali memainkan harga. Misalnya jual ke si A dikasih harga normal, nah ke saya bisa berubah jadi lebih mahal. Nah, ternyata A adalah teman saya dia cerita kalau belinya cuma segini di tempat yang sama. Itu yang membuat saya lebih

		memilih berbelanja online
2.	Apa keuntungan utama yang anda rasakan dalam berbelanja online?	banyak promo dan gratis ongkir. Apalagi kita pesan di waktu tertentu seperti tanggal kembar yaitu tanggal 1 bulan 1, tanggal 2 bulan 2 dan seterusnya.
3.	Faktor apa saja yang paling mempengaruhi keputusan anda dalam memilih produk secara onlien?	Ada beberapa faktor yang mempengaruhi saya memutuskan berbelanja online yaitu banyak barang baru atau barang yang lagi trend.
4.	Bagaimana Anda memastikan keamanan dan keaslian produk saat berbelanja online?	Membaca komentar atau ulasan dengan teliti terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Kalau banyak yang minat dan komentarnya bagus-bagus baru saya check out dan melakukan pembelian
5.	Bagaimana proses pembayaran anda dalam berbelanja online?	Saya lebih sering memilih toko yang bisa melakukan pembaran COD cek dulu, supaya kalau barangnya sudah sampai kita bisa cek barangnya terlebih dahulu sebelum dibayar.

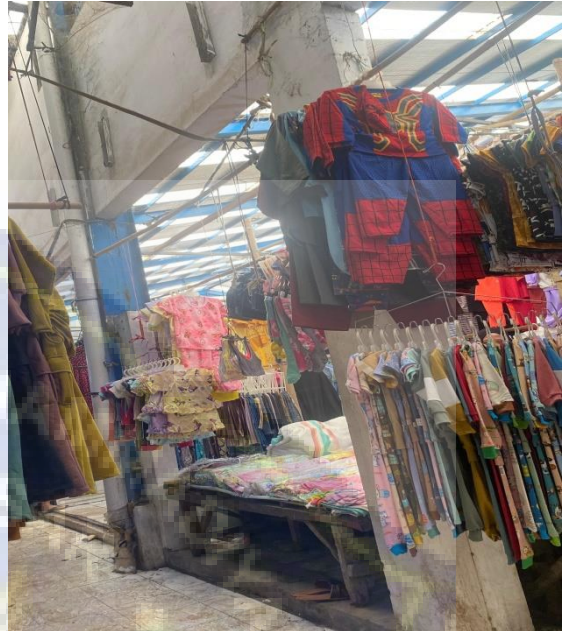
3. I 26 tahun

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa anda lebih memilih berbelanja online dibandingkan berbelanja langsung?	Salah satu alasan utama saya memilih mengapa belanja online adalah kemudahan yang ditawarkannya. Saya dapat melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah
2.	Apa keuntungan utama yang anda rasakan dalam berbelanja online?	Berbelanja secara online dapat memudahkan saya menemukan barang yang sulit ditemukan di toko offline. Terdapat ribuan atau bahkan jutaan produk yang dijual di toko online. Dengan begitu, ada banyak sekali pilihan produk dan varian yang dapat dipilih.
3.	Faktor apa saja yang paling mempengaruhi keputusan anda dalam memilih produk secara onlien?	Ada beberapa faktor yang mempengaruhi saya memutuskan berbelanja online yaitu banyak barang baru atau barang yang lagi trend.
4.	Bagaimana Anda memastikan keamanan dan keaslian produk	Cek Ulasan Produk Apakah Harganya Masuk Akal, Baca Deskripsi Produk

	saat berbelanja online?	Cermati Syarat dan Ketentuan
5.	Bagaimana proses pembayaran anda dalam berbelanja online?	Pembelian online dapat ditransfer dan COD. Saya kadang melakukan pembayaran dengan transfer kadang juga COD. Tetapi lebih seringnya membayar COD pas barangnya sudah datang.



FOTO DOKUMENTASI PASAR LIMBUNG

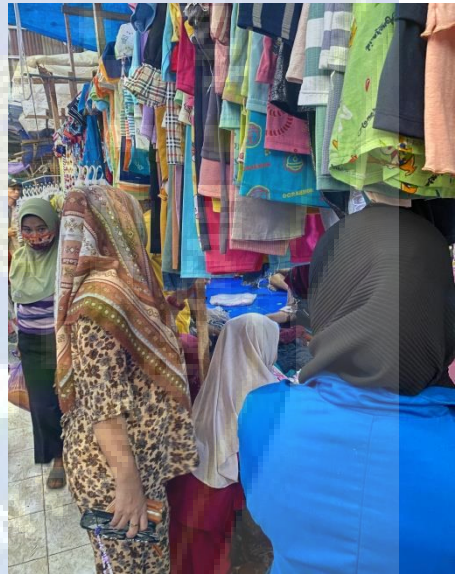


Bersama pedagang





Foto Bersama Pengunjung



PERSURATAN

 **MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 08366972 Fax (0411) 865508 Makassar 90221 e-mail dp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 6905/05/C.4-VIII/V/1446/2025
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

06 May 2025 M
08 Dzulqa'dah 1446

Kepada Yth,
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
di -
Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 0399/FKIP/A.4-II/V/1446/2025 tanggal 5 Mei 2025, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **RIDHATUL AISYI**
No. Stambuk : **10538 1104418**
Fakultas : **Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**
Jurusan : **Pendidikan Sosiologi**
Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"DAMPAK ONLINE SHOP BAGI PEDAGANG TRADISIONAL (STUDI KASUS PEDAGANG DI PASAR LIMBUNG KECAMATAN BAJENG KABUPATEN GOWA)"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 9 Mei 2025 s/d 9 Juli 2025.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.
Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,

Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd.
NBM 1127761

 Dipindai dengan CamScanner



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : 11247/S.01/PTSP/2025
Lampiran : -
Perihal : Izin penelitian

Kepada Yth.
Bupati Gowa

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 6905/05/C.4-VIII/V/1446/2025 tanggal 06 Mei 2025 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : RIDHATUL AISYI
Nomor Pokok : 105381104418
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Slt Alauddin No. 259, Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" DAMPAK ONLINE SHOP BAGI PEDAGANG TRADISIONAL (STUDI KASUS PEDAGANG DI PASAR LIMBUNG KECAMATAN BAJENG KABUPATEN GOWA) "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **26 Mei s/d 26 Juli 2025**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 25 Mei 2025

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. Peringgal.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Sultan Alauddin No. 299 Makassar
Telp: 0411-860837/860132 (Fax)
Email: fkip@umh.ac.id
Web: www.fkip.umh.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Dampak Online Shop Bagi Pedagang Tradisional
(Studi Kasus Pedagang Di Pasar Limbung Kecamatan
Bajeng Kabupaten Gowa)

Mahasiswa yang bersangkutan :

Nama : Ridhatul Aisyi
Stambuk : 105381104418
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas
Muhammadiyah Makassar

Setelah diperiksa dan diteliti, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk diujikan.

Makassar 16 juni 2025

Pembimbing I,

Disetujui Oleh,

Pembimbing II,

Dr. H. Andi Sukri Svamsuri, M.Hum.

Firdaus, S.Pd., M.Pd

Mengetahui

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ketua Prodi
Pendidikan Sosiologi

Dr. H. Baharulln, M.Pd.
NIDN : 0920046601

Dr. Jamahuddin Arifin, M.Pd.
NIDN : 0919088301



Terakreditasi Instansi

Dibuat dengan CamScanner



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Sultan Alauddin No. 259/Makassar
Telp: 0411-860837/860132 (Fax)
Email : fkip@unismuh.ac.id
Web : www.fkip.unismuh.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Mahasiswa yang bersangkutan :

Nama : RIDHATUL AISYI
Stambuk : 105381104418
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Judul Skripsi : **Dampak Online Shop Bagi Pedagang Tradisional
(Studi Kasus Pedagang Di Pasar Limbung Kecamatan
Bajeng kabupaten Gowa)**

Setelah diperiksa dan diteliti ulang, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk diujikan di hadapan Tim Penguji ujian skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar 16 juni 2025

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,

Dr. H. Andi Sukri Syamsuri, M. Hum

Pembimbing II,

Firdaus, S.Pd., M.Pd

Mengetahui

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Baharullah, M.Pd.
NIDN. 0920046601

Ketua Prodi
Pendidikan Sosiologi

Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd.
NIDN : 0919088301



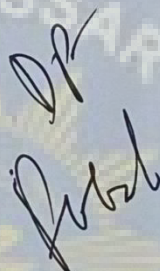
Terakreditasi Institusi



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RIDHATUL AISYI
Nim : 105381104418
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Pembimbing 1 : Dr.H. Andi Sukri Syamsuri, M. Hum.
Judul Skripsi : Dampak Online Shop Bagi Pedagang Tradisional (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa)

No.	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
	08/04/2018		

Catatan: Mahasiswa dapat mengikuti ujian skripsi jika telah melakukan pembimbingan minimal 3 (Tiga) kali dan skripsi telah di setujui kedua pembimbing.

Ketua Prodi
Pendidikan Sosiologi


Jamaluddin Arifin, M.Pd.
NIDN : 0919088301



Terakreditasi Institusi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar
Telp: 0411-860837/860132 (Fax)
Email: fkip@unismuh.ac.id
Web: www.fkip.unismuh.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RIDHATUL AISYI
Nim : 105381104418
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Pembimbing 2 : Firdaus S.Pd., M.Pd
Judul Skripsi : Dampak Online Shop Bagi Pedagang Tradisional (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Limbung Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa)

No.	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
1	05/Jul/2025	- Hasil penelitian belum sinkron dengan rumusan masalah - Tambahan pembahasan - Metode penelitian	
2	07/Jul/2025	- melengkapi lampiran depan dan belakang	
3	10/Jul/2025	Acc	

Catatan: Mahasiswa dapat mengikuti ujian skripsi jika telah melakukan pembimbingan minimal 3 (Tiga) kali dan skripsi telah di setujui kedua pembimbing.

Ketua Prodi
Pendidikan Sosiologi



Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd.
NIDN : 0919088301



Terakreditasi Institusi



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Ridhatul Aisyi

Nim : 105381104418

Program Studi : Pendidikan Sosiologi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	2%	10 %
2	Bab 2	11%	25 %
3	Bab 3	7%	10 %
4	Bab 4	10%	10 %
5	Bab 5	2%	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 19 Agustus 2025

Mengetahui,

Kepala UPT-Perpustakaan dan Penerbitan,


Nursinar, S.Hum., M.I.P.
NBM.964.591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

BAB I Ridhatul aisyi 105381104418

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

Exclude quotes

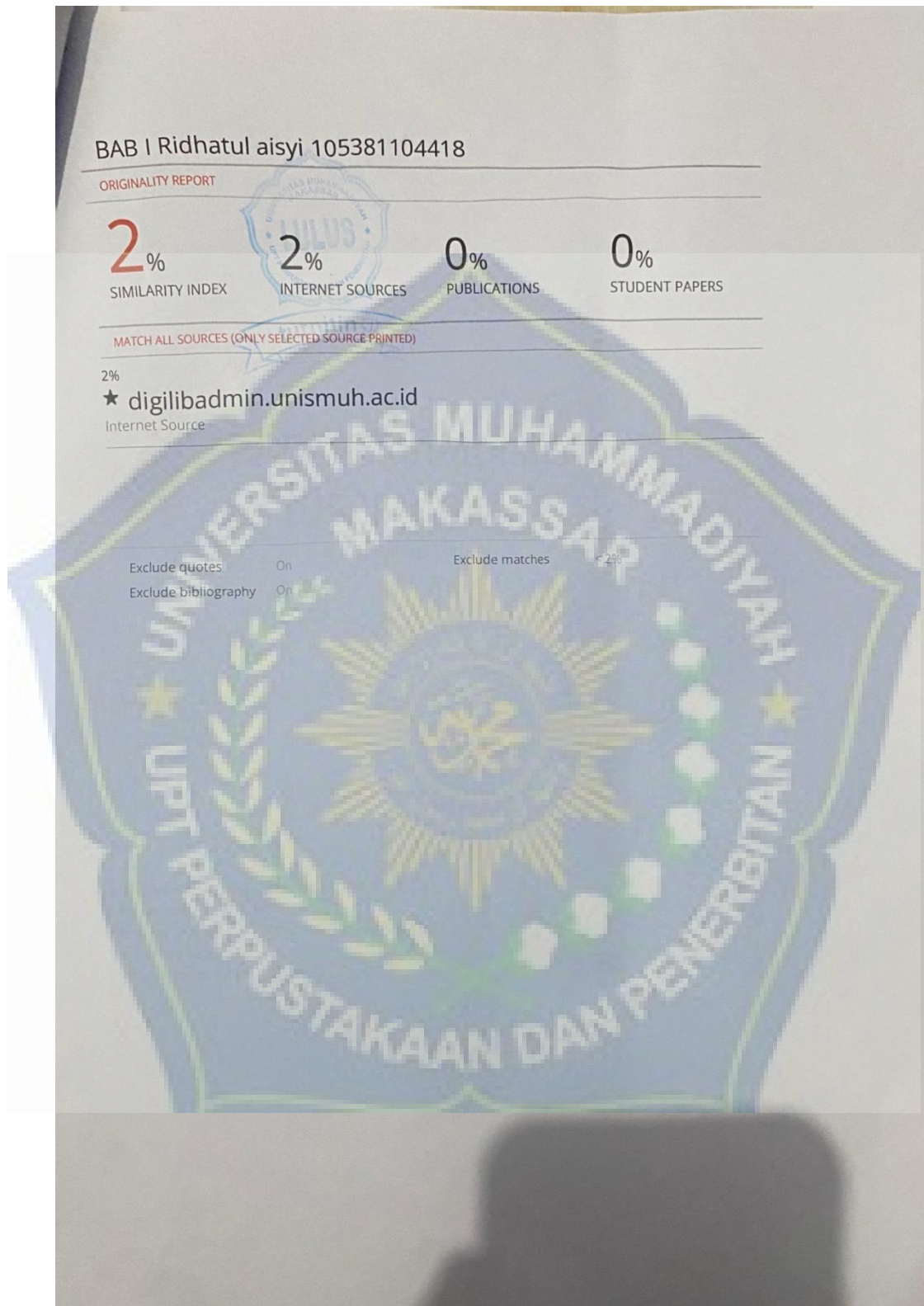
On

Exclude matches

2%

Exclude bibliography

On



BAB II Ridhatul aisyi 105381104418

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

ojs.diniyah.ac.id

Internet Source

6%

2

www.bhinneka.com

Internet Source

3%

3

Submitted to State Islamic University of
Alauddin Makassar

Student Paper

2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On

BAB III Ridhatul aisyi 105381104418

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ www.doc-live.com

Internet Source

Exclude quotes

On

Exclude bibliography

On

Exclude matches

< 2%

BAB IV Ridhatul aisyi 105381104418

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

1%

★ www.e-jurnalmitramanajemen.com

Internet Source

Exclude quotes

Off

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

Off

BAB V Ridhatul aisyi 105381104418

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ www.katamasa.com

Internet Source

Exclude quotes

Off

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

Off

RIWATAR HIDUP



RIDHATUL AISYI, Lahir di Limbung pada tanggal 6 Maret 2001. Anak ke dua dari tiga bersaudara dan merupakan pasangan dari Muh Natsyir dan Nur syamsi. Penulis menempuh sekolah TK ABA III PARANGA tahun 2004 dan tamat pada tahun 2006

Kemudian penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SD Negeri Romang Rappoa mulai tahun 2006 sampai tahun 2012. Kemudian penulis masuk sekolah menengah pertama pada tahun 2012 di SMP Negeri 1 Bajeng dan tamat pada tahun 2015. Kemudian pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Gowa dan tamat pada tahun 2018. Kemudian pada tahun 2018 penulis berhasil lulus pada Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar program strata 1 (S1) kependidikan, dan penulis menyelesaikan studi pada tahun 2025 dengan gelar serjana pendidikan.