

Analisis Dampak Ekonomi Digital Terhadap Sumber Pendapatan Pedagang Di Pasar Sudirman

Carmila Sendywati¹, Dini Maghfiroh², Diani³, Tuti Ul Wasilah⁴, Ayudia Kusuma Wardani⁵, Fadhli Zul Karami⁶

^{1,2,3,4,5,6}IAIN Pontianak, Indonesia

Email: csendywati@gmail.com¹, dinimaghfiroh03@gmail.com², dianiyaani17@gmail.com³, tutiulw@gmail.com⁴, ayudiakusuma20@gmail.com⁵, fadhlizulkarami2412@gmail.com⁶

Abstrak

Perkembangan teknologi pada saat ini semakin pesat, hampir semua kegiatan menggunakan teknologi terutama dalam bidang perekonomian. Peran teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital. Salah satu diantara perkembangannya adalah dengan munculnya digital marketing atau ekonomi digital yang dapat dimanfaatkan oleh para penjual dimana ekonomi digital akan memudahkan dalam membangun usaha serta memperkenalkan produknya ke arah yang lebih luas terutama bagi pedagang di Pasar Sudirman yang berlokasi di Kota Pontianak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dampak ekonomi digital terhadap pendapatan pedagang di Pasar Sudirman. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yang bersifat kualitatif, dimana untuk mengumpulkan sejumlah informasi terkait dilakukan wawancara serta observasi langsung di Pasar Sudirman untuk mengumpulkan data tentang pendapatan pedagang. Hasil analisis menunjukkan bahwa ekonomi digital sangat berpengaruh terhadap pendapatan. Dengan adanya ekonomi digital akan membuat setiap usaha mengalami peningkatan pendapatan, beda halnya dengan usaha yang tidak menggunakan ekonomi digital sebagai media dalam penjualannya akan mengalami penurunan pendapatan dari sebelum adanya ekonomi digital. Platform digital menimbulkan tantangan baru seperti persaingan yang lebih ketat dan perubahan perilaku konsumen, hal ini menjadi dasar pengembangan strategi dan kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Pasar Sudirman Kota Pontianak.

Kata Kunci: Ekonomi Digital, Pendapatan, Pasar Sudirman

Abstract

Technological developments are currently increasingly rapid, almost all activities use technology, especially in the economic sector. The role of technology is what brings human civilization into the digital era. One of the developments is the emergence of digital marketing or the digital economy which can be utilized by sellers, where the digital economy will make it easier to build a business and introduce its products to a wider audience, especially for traders at Sudirman Market which is located in Pontianak City. The aim of this research is to see the impact of the digital economy on traders' income at Sudirman Market. The research method used is a qualitative descriptive method, where to collect a number of related information interviews and direct observations were carried out at Sudirman Market to collect data about traders' income. The analysis results show that the digital economy has a big influence on income. With the existence of the digital economy, every business will experience an increase in income, which is different from businesses that do not use the digital economy as a media in their sales, which will experience a decrease in income from before the existence of the digital economy. Digital platforms pose new challenges such as tighter competition and changes in consumer behavior; this is the basis for developing strategies and policies that support the growth of the digital economy in Sudirman Market, Pontianak City.

Keywords: *Digital Economy, Income, Sudirman Market*

PENDAHULUAN

Digitalisasi sebuah keharusan yang tidak bisa dihindari oleh adanya dampak globalisasi. Pengembangan ekonomi digital merupakan salah satu strategi terpenting untuk mengubah ekonomi Indonesia. Perkembangan ekonomi digital juga didorong oleh perubahan perilaku masyarakat yang cenderung menggunakan platform digital di berbagai industri.¹ Digitalisasi merupakan salah satu ciri perubahan lingkungan di era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi dan informasi, ketergantungan dan negara tanpa batas. Digitalitas adalah aspek ekonomi yang didasarkan pada penggunaan dan pemberdayaan teknologi informasi dan komunikasi digital. Di Asia Tenggara, ekonomi digital berkembang pesat dengan potensi pasar yang besar.²

Bisnis sosial menjadi tren yang berkembang, dimana penggunaan Facebook dan Instagram meningkat, yang pada gilirannya meningkatkan jumlah transaksi di ruang ekonomi digital dan meningkatkan pendapatan perusahaan berdasarkan model bisnis elektronik. Ketika bisnis internet atau online tumbuh dalam pendapatan, ini memberikan kelangsungan dan keberlanjutan bisnis. Secara makro, perusahaan dengan model bisnis online menawarkan

keleluasaan finansial untuk menjaga roda perekonomian tetap berputar.³

Salah satu dampak dari perkembangan teknologi informasi yang telah menciptakan transformasi digital secara masif adalah semakin luasnya bisnis di platform e-commerce, yaitu telah terjadinya peningkatan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan digital memasuki industri. Perdagangan besar dan eceran, reparasi dan perawatan kendaraan, akomodasi dan keahlian memasak, pertambangan dan penggalian serta industri pengolahan dan perusahaan jasa lainnya seperti pengangkutan dan pergudangan. Transformasi digital telah membawa pengaruh ataupun efek yang kompleks dan saling terkait pada masyarakat dan ekonomi. Hal ini menyebabkan banyak pihak, baik pengambil keputusan sektor publik maupun para pelaku bisnis sektor swasta ataupun sektor privat, untuk mengambil pendekatan atau membuat pendekatan pendekatan agar dapat mengembangkan strategi bisnis baru. Membuat platform digital sebagai bagian dari transformasi digital adalah cara terbaik bagi perusahaan untuk memaksimalkan nilai tambah produknya.⁴

Pasar Sudirman, sebagai salah satu pasar tradisional yang terkenal, menjadi titik fokus dalam penelitian ini untuk memahami dampak ekonomi digital terhadap sumber pendapatan

¹ Budi Pramono et al., "Kebijakan Ekonomi Digital Di Antara Peluang Dan Ancaman Di Masa Pandemi Covid- 19," *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 1, no. 11 (2022): 3225–3230, <https://www.bajangjournal.com/index.php/JCI/article/view/3608>.

² Nila Dwi Aprilia, "Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia," *Ekonomi Pertahanan: Jurnal Kajian Akademisi Dan Literasi Ilmu Ekonomi Pertahanan* 7, no. 2 (2021): 245–59, <https://jurnalprodi.idu.ac.id/index.php/EP/article/view/877>.

³ Mada Angga Dwi Nata and Haryono, "Implementasi Ekonomi Kerakyatan Berbasis Ekonomi

Digital Untuk Membangkitkan UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19," *Promosi: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi* 10, no. 1 (2022): 38–47, <https://doi.org/10.24127/pro.v10i1.5410>

⁴ Anita Asnawi, "Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0," *Syntax Literate* 7, no. 1 (2022): 389–413 Anita Asnawi, "Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0," *Syntax Literate* 7, no. 1 (2022): 389–413, <http://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntaxliterate/article/view/5739/3090>.

para pedagangannya. Sebagai pasar dengan sejarah panjang, Pasar Sudirman menghadapi berbagai tekanan dari maraknya perdagangan online dan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana ekonomi digital memengaruhi pendapatan para pedagang di Pasar Sudirman. Dalam analisis ini, kami akan mengeksplorasi faktor-faktor yang berperan dalam perubahan pendapatan, memahami sejauh mana para pedagang mampu beradaptasi dengan era digital, dan mengidentifikasi strategi-strategi yang dapat membantu mereka tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pemilik kepentingan, termasuk pemerintah, untuk mendukung para pedagang tradisional dalam mengadopsi teknologi dan menjaga keberlanjutan sumber pendapatan mereka.

KAJIAN TEORI

1. Ekonomi Digital

Menurut pendapat Tapscott ekonomi digital merupakan bentuk dari perubahan sosio politik dalam sistem ekonomi ruang intelijen. Perubahan dalam bentuk digitalisasi termasuk pada perekonomian tentunya juga merubah transaksi bisnis yang sebelumnya secara manual saat ini menggunakan internet.⁵ Menurut Zimmerman menjelaskan dampak global teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya pada internet tetapi juga ekonomi makro maupun mikro.⁶ Menurut Musafak menjelaskan definisi ekonomi digital adalah ekonomi yang

didasarkan pada barang elektronik yang berkaitan dengan bisnis dalam produksi elektronik, prpses manajemen, yang memiliki interaksi langsung maupun tidak langsung kepada pembeli atau pelanggan.⁷

Ekonomi digital sebagai sebuah sistem ekonomi dan sosiopolitik yang memiliki karakteristik seperti sebuah ruang intelijen yang terdiri dari informasi, banyaknya akses dalam kapasitas komunikasi, dan instrumen informasi, serta pemrosesan informasi. Adapun bagian pertamakali dari ekonomi digital yang berhasil ditentukan ialah industri TIK, kegiatan dalam e commerce antar perusahaan dan individu, pendistribusian jasa atau barang, serta dukungan terhadap penjualan jasa maupun barang melalui media internet. Konsep lain dari ekonomi digital ialah digitalisasi infrastruktur TIK dan informasi, pada konsep ini lebih menekankan terkait implikasi dari adanya global teknologi komunikasi dan informasi yang terjadi dibidang ekonomi maupun pada internet. Konsep ini menjelaskan adanya hubungan antara rangkaian pembaruan dengan perkembangan teknologi serta pengaruhnya terhadap ekonomi makro dan ekonomi mikro. Ekonomi digital diartikan sebagai sektor ekonomi yang terdiri dari banyaknya barang dan jasa saat pengembangan, dan produksi, serta penjualan yang bergantung dengan teknologi digital.⁸

Menurut Marcus, Weinelt dan Goutrobe mendefinisikan ekonomi digital sebagai fenomena yang baru-baru ini muncul dan dirasa sangat penting sebab pertumbuhannya diperkirakan akan semakin meningkat diseluruh dunia. Adapun faktor pendorong kemunculan ekonomi digital ini adalah ekonomi dan politik

⁵ Tapscott, D. (1996). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence*. New York: McGraw-Hill.

⁶ Wulandari, E. A. (2023, April 1). Menganalisis Perkembangan Perekonomian Digital Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Sejarah & Sejarah FKIP Universitas Jambi*, 3(1), 3-4. Retrieved from <https://online-journal.unja.ac.id/krinok>.

⁷ Mahrani, S., & Safii, M. (2021). Manfaat Digital Ekonomi Terhadap Peningkatan Pemasaran Produk di Indonesia Menggunakan Metode Cloud Computing. *SENATIKA*, 230.

⁸ Mi Suwarmi, Kristina Sedyastuti, dan A. Haidar Mirza, "Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital," *Ikraith Ekonomika* Vol 2 No 2 (Mei 2024): 32.

akan tetapi ekonomi dan politik ini memiliki akar pada inovasi teknologi.

Pada tahun 1990-an, perubahan ekonomi dikaitkan dengan munculnya internet dan hal inilah yang menjadi dasar bagi pertumbuhan ekonomi digital. Selama tahun 2000-an dan 2010-an suksesnya teknologi informasi dan komunikasi (TIK) baru telah tersebar dan menjadi penopang terhadap perubahan ekonomi secara luas. Hal ini ditandai dengan maraknya kemunculan berbagai inovasi seperti smartphone, laptop, platform digital, layanan digital, dan sebagainya.⁹ Dari pengertian yang dipaparkan bisa disimpulkan ekonomi digital adalah memanfaatkan jaringan internet dan perangkat digital untuk beraktivitas ekonomi agar lebih efektif dan efisien.

2. Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu unsur penting dalam perekonomian yang berperan meningkatkan derajat hidup orang banyak melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan seseorang tergantung dari jenis pekerjaannya. Pendapatan adalah segala sesuatu yang didapat dari hasil usaha baik berupa uang ataupun barang.¹⁰

Pendapatan merupakan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun). Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa dan dividen, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran.¹¹

Sedangkan Dwi Suwiknyo yang mendefinisikan pendapatan sebagai uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, laba, dan lain sebagainya.¹²

3. Pasar

Secara umum pengertian pasar merupakan suatu tempat di mana para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk melakukan jual beli barang. Penjual menawarkan barang dagangannya dengan harapan barang tersebut laku terjual dan dapat memperoleh uang sebagai gantinya. Di sana penjual dan pembeli akan melakukan tawar-menawar harga hingga terjadi kesepakatan harga. Setelah kesepakatan harga disetujui oleh penjual dan pembeli, maka barang akan berpindah dari tangan penjual ke tangan pembeli. Pembeli akan menerima barang dan penjual akan menerima uang. Hal ini merupakan pengertian pasar secara konkrit, artinya pengertian pasar dalam kehidupan sehari-hari, yaitu tempat orang-orang bertemu untuk melakukan transaksi jual beli barang.¹³

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu dengan langkah-langkah sistematis, metode berarti suatu cara kerja yang sistematis. Metode disini diartikan sebagai suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses penelitian.¹⁴ Sedangkan penelitian adalah semua kegiatan pencarian, penyelidikan, dan percobaan secara alamiah dalam suatu bidang tertentu, untuk mendapatkan fakta-fakta atau prinsip-prinsip baru yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian baru dan menaikkan tingkat ilmu serta teknologi.¹⁵

⁹ Kustoro Budiarta, dkk, *Ekonomi Dan Bisnis Digital* (Yayasan Kita Menulis, 2020), 3-4, <https://books.google.co.id/books=ekonomi+dan+bisnis+digital&hl=id&sa=>.

¹⁰ Husein Syahatah, *Ekonomi Rumah Tangga Muslim*, Gema Insani Press, Jakarta, 1998, hlm. 102

¹¹ Paul A. Samuelson, *Mikro Ekonomi*, Erlangga, Jakarta, 1992, hlm. 258

¹² Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Total Media, Yogyakarta, 2009, hlm.199

¹³ Anih Rahmanilah, "Pengertian Pasar secara umum". (<http://pengertianplus.blogspot.co.id/2015/09/pengertian-pasar.html>), diakses 5 Mei 2024)

¹⁴ Mardalis, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 24.

¹⁵ Margano, *Metodologi Penelitian Tindakan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 1.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam pengambilan informasi data dilakukan dengan mewawancarai langsung kepada pedagang dan observasi lapangan dengan mengamati secara langsung kondisi di pasar sudirman Kota Pontianak untuk memahami tantangan yang dihadapi. Hasil dari wawancara tersebut dapat di deskripsikan dengan pemahaman dan penjelasan agar dapat dipahami oleh pembaca.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi digital merupakan pemasaran atas produk jasa menggunakan internet dengan memanfaatkan dalam pemasaran produknya melalui berbagai media seperti shopee, tiktok shop, lazada, tokopedia dan lainnya. Fenomena ini bisa kita rasakan pada era digital seperti sekarang. Ada beberapa alasan seseorang menggunakan e-commerce yaitu kemudahan dalam berbelanja jarak jauh, banyaknya diskon yang diterapkan oleh media e-commerce sehingga banyak tempat usaha yang menjual barangnya dengan online. Tetapi ada beberapa tempat usaha yang belum bahkan tidak menggunakan e-commerce contohnya toko baju muslim dan muslimah midiva di Pasar Sudirman. Berikut merupakan hasil yang didapat dari narasumber yang kami wawancarai selama observasi lapangan yang dilakukan pada Toko Midiva di Pasar Sudirman.

Toko Midiva merupakan salah satu toko busana muslim dan muslimah yang ada di Pasar Sudirman, toko ini hanya melakukan penjualan secara offline atau secara langsung dan tidak memiliki toko online seperti shopee dan tiktokshop yang masih terkenal di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan terhadap pengelolaan e-commerce itu sendiri dalam memasarkan produknya sehingga tidak bisa menjangkau pasar digital.

Semenjak adanya pemasaran pada ekonomi digital, Toko Midiva mengalami penurunan pendapatan yang awalnya di hari

biasa mencapai Rp. 2.000.000 namun saat ini kurang dari pendapatan biasanya. Menjelang hari raya, minat beli di pasar menjadi lebih tinggi sehingga pendapatan toko juga bertambah meskipun harus bersaing dengan toko online.

Dari hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan beberapa point terkait dampak ekonomi digital terhadap sumber pendapatan di Pasar Sudirman Kota Pontianak.

a. Analisis Dampak Ekonomi Digital

Transformasi ke era ekonomi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk perdagangan tradisional. Pedagang toko Midiva di pasar Sudirman yang belum melakukan penjualan melalui toko online menghadapi tantangan dan peluang dalam konteks ini.

Dampak negatif pertama yang mungkin dirasakan oleh pedagang adalah penurunan penjualan karena konsumen semakin beralih ke platform e-commerce dan aplikasi belanja online. Tren ini didorong oleh kemudahan akses, pilihan produk yang lebih luas, serta kemampuan untuk membandingkan harga secara instan. Akibatnya, toko fisik yang hanya mengandalkan pelanggan lokal bisa mengalami penurunan pendapatan, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kelangsungan bisnis mereka.

Selain itu, kehadiran ekonomi digital juga meningkatkan persaingan. Pedagang online dapat menawarkan produk yang sama dengan harga lebih murah karena biaya operasional yang lebih rendah. Mereka juga bisa mencapai pasar yang lebih luas, tidak terbatas pada lokasi geografis tertentu. Dengan demikian, pedagang toko tradisional di pasar Sudirman perlu menemukan cara untuk bersaing dalam jangkauan bisnis yang semakin kompetitif ini.

Namun, ekonomi digital juga membuka peluang bagi pedagang toko Midiva untuk memperluas jangkauan mereka. Dengan mengadopsi platform online, mereka dapat mencapai pelanggan baru dan mendiversifikasi sumber pendapatan. Melalui toko online, mereka bisa menawarkan layanan yang lebih

baik, seperti pengiriman ke rumah, pembayaran digital, dan dukungan pelanggan yang lebih responsif. Selain itu, kehadiran digital memungkinkan pedagang untuk mengumpulkan data konsumen, yang dapat digunakan untuk analisis dan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Untuk mengatasi dampak negatif dan memanfaatkan peluang ini, pedagang toko Midiva di pasar Sudirman perlu mempertimbangkan strategi adaptasi. Pelatihan dan pendidikan mengenai penggunaan teknologi digital menjadi penting, bersamaan dengan upaya untuk menciptakan kehadiran pasar online yang kuat. Selain itu, kolaborasi dengan platform e-commerce atau pengusaha lokal lain dapat membantu meningkatkan visibilitas dan meningkatkan daya saing. Dengan demikian, dampak ekonomi digital dapat diubah menjadi keuntungan jangka panjang bagi para pedagang ini.

b. Dampak Terhadap Sumber Pendapatan Pedagang

Ekonomi digital memiliki dampak terhadap pendapatan pedagang terutama di Toko Midiva Pasar Sudirman yaitu penurunan pendapatan sebelum adanya ekonomi digital tersebut karena tidak tersedianya platform digital dan kurangnya pengetahuan terhadap e-commerce sehingga memiliki perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah adanya e-commerce.

Penjualan melalui e-commerce telah meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir, menyebabkan dampak signifikan terhadap pedagang toko tradisional di pasar Sudirman, terutama bagi mereka yang belum beralih ke penjualan online. Ketika pelanggan lebih memilih kenyamanan berbelanja dari rumah, penggunaan e-commerce mengurangi jumlah pengunjung ke pasar fisik. Akibatnya, pendapatan pedagang toko Midiva yang mengandalkan penjualan langsung di pasar ini berkurang secara signifikan.

Pedagang yang sebelumnya bisa mengandalkan pelanggan setia kini harus bersaing dengan platform online yang menawarkan harga kompetitif, variasi produk yang lebih banyak, dan layanan antar langsung ke rumah. Akibatnya, beberapa pedagang mengalami kesulitan mempertahankan bisnis mereka, dan sebagian bahkan terpaksa menutup toko karena tidak dapat bersaing dengan tren penjualan online yang terus berkembang. Dampak ini tidak hanya dirasakan dalam hal pendapatan, tetapi juga dalam segi kesempatan kerja dan keberlanjutan ekonomi di pasar tradisional. Keberadaan e-commerce menuntut para pedagang toko midiva di pasar Sudirman untuk mencari cara inovatif agar tetap relevan dan kompetitif dalam menghadapi perubahan tren penjualan.

c. Tantangan dan Peluang bagi Pedagang Pasar di Era Digital

Tantangan yang dihadapi oleh pedagang pasar di era digital terutama di pasar Sudirman saat ini adalah persaingan dengan platform e-commerce yang menawarkan kenyamanan berbelanja secara online. Untuk dapat menghadapi tantangan tersebut, para pelaku bisnis digital perlu mengadopsi strategi yang tepat dan harus memperkuat branding dan reputasi mereka dengan menghadirkan pengalaman yang baik dan membangun kepercayaan konsumen melalui testimoni dan review yang baik, serta bisnis harus terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi terbaru dan meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka.

Bagi toko Midiva yang belum menguasai cara penjualan online, peluang dari tantangan yang akan di ambil adalah toko Midiva juga harus mengikuti perkembangan ekonomi digital dengan melakukan penjualan di platform e-commerce, agar bisnis dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terkendala oleh batasan geografis. Toko Midiva bisa meningkatkan efisiensi bisnis dengan memperkerjakan karyawan yang paham dalam

ekonomi digital di sebuah platform e-commerce, serta harus memperhatikan trend masa kini agar para konsumen tertarik untuk berbelanja di toko Midiva. Dengan demikian, sementara ada tantangan yang perlu dihadapi ada juga peluang yang menarik bagi pedagang di pasar Sudirman salah satunya toko Midiva untuk memanfaatkan potensi penuh dari penjualan online di era digital saat ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Perkembangan teknologi informasi telah menciptakan transformasi digital secara masif adalah semakin luasnya bisnis di platform e-commerce, yaitu telah terjadinya peningkatan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan digital memasuki industri. Perdagangan besar dan eceran, reparasi dan perawatan kendaraan, akomodasi dan keahlian memasak, pertambangan dan penggalian serta industri pengolahan dan perusahaan jasa lainnya seperti pengangkutan dan pergudangan. Transformasi digital telah membawa pengaruh ataupun efek yang kompleks dan saling terkait pada masyarakat dan ekonomi. Hal ini bisa menyebabkan terjadinya dampak penurunan pendapatan pedagang terutama di Toko Midiva Pasar Sudirman karena sebelum adanya ekonomi digital tersebut belum ada platform digital dan kurangnya pengetahuan terhadap e-commerce sehingga memiliki perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah adanya e-commerce.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang dampak ekonomi digital terhadap sumber pendapatan pedagang di Pasar Sudirman, ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan pendapatan para pedagang. Pertama, pelatihan dan pendidikan mengenai teknologi digital perlu diberikan kepada pedagang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menggunakan platform digital. Kedua, infrastruktur digital di pasar harus diperkuat, seperti penyediaan akses

internet yang stabil dan fasilitas pembayaran digital. Ketiga, pedagang didorong untuk memanfaatkan media sosial dan aplikasi e-commerce untuk memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Terakhir, dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya sangat penting untuk memastikan pedagang mendapatkan akses ke sumber daya dan informasi yang diperlukan untuk beradaptasi dengan perubahan ekonomi digital. Dengan implementasi saran-saran ini, diharapkan pendapatan pedagang di Pasar Sudirman dapat meningkat dan mereka dapat beradaptasi dengan baik dalam era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, N. D. (2021). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia. *Jurnal Kajian Akademis dan Literasi Ilmu Ekonomi Pertahanan*, 7(1), 245-249. Retrieved from <https://jurnalprodi.idu.ac.id/index.php/EP/article/view/877>.
- Asnawi, A. (2022). Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digitak Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Syntax Literate*, 7(1), 389-413. Retrieved from <http://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntaxliterate/article/view/5739/3090>.
- Budiarta, K. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis. Retrieved from <https://books.google.co.id/books=ekonomi+dan+bisnis+digital&hl=id&sa=>
- D. T. (1996). *The Digital Economy ; Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. New York: McGraw-Hill. Retrieved from books.google.co.id
- Mahrani, S., & Safii, M. (2021). Manfaat Digital Ekonomi Terhadap Peningkatan Pemasaran Produk di Indonesia Menggunakan Metode Cloud Computing. *SENATIKA*, 230.
- Margano. (2010). *Metofologi Penelitian Tindakan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Merdalis. (2004). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

-
- Nata, M. D., & Haryanto. (2022). Implementasi Ekonomi Kerakyatan Berbasis Ekonomi Digital Untuk Membangkitkan UMKM Pada Masa Pandemi Covid -19. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 38-37. doi:<https://doi.org/10.24127/pro.v10i1.5410>.
- Pramono, B. (2022). Kebijakan Ekonomi Digital di Antara Peluang dan Ancaman di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 3225-3230. Retrieved from <http://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntaxliterate/article/view/5739/3090>
- Rahmanilah, A. (2015, September 28). *Pengertian Pasar Secara Umum*. Retrieved Mei 5, 2024, from <http://pengertianplus.blogspot.co.id/2015/09/pengertian-pasar.html>
- Samuelson, P. A. (1992). *Mikro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Suwarni, M., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. (2024, Mei). Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital. *Ikraith Ekonomika*, 2(2), 32.
- Suwiknyo, D. (2009). *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Total Media.
- Syahatah, H. (1998). *Ekonomi Rumah Tangga Muslim*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Wulandari, E. A. (2023, April 1). Menganalisis Perkembangan Perekonomian Digital Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Sejarah & Sejarah FKIP Universitas Jambi*, 3(1), 3-4. Retrieved from <https://online-journal.unja.ac.id/krinok>