

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP KONDISI SOSIAL EKONOMI PEDAGANG DI PASAR TAMAN RAWA INDAH BONTANG

Habibah Nur Rahmawati¹, A. Ismail Lukman²

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce telah membawa perubahan signifikan dalam pola perdagangan masyarakat dan memberikan dampak langsung terhadap keberlangsungan pasar tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-commerce terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang Pasar Rawa Indah Kota Bontang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana dengan bantuan software SPSS. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan berjumlah 75 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel e-commerce (X) terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang (Y). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan penyebaran kuesioner (angket). Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan e-commerce terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang Pasar Rawa Indah Kota Bontang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel e-commerce berpengaruh signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang Pasar Rawa Indah Kota Bontang. Berdasarkan hasil uji t dan uji F, e-commerce terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa e-commerce memberikan pengaruh sebesar 31,9% terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Secara deskriptif, hasil penelitian menunjukkan adanya penurunan pendapatan dan jumlah pembeli, serta menurunnya stabilitas ekonomi pedagang akibat perkembangan e-commerce dan rendahnya kemampuan pedagang dalam memanfaatkan teknologi digital.

Kata Kunci: *E-commerce, pasar tradisional, kondisi sosial ekonomi, pedagang pasar, Rawa Indah.*

¹ Mahasiswa Program S1 Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.
Email: rachellal58@gmail.com

² Dosen Pembimbing Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

PENDAHULUAN

Kota Bontang secara geopolitik merupakan pilar industri nasional yang ditopang oleh sektor gas alam, pupuk, dan batubara. Di tengah struktur ekonomi industri tersebut, Pasar Taman Rawa Indah hadir sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat sekaligus representasi pasar tradisional termmodern di wilayah tersebut. Namun, meskipun telah didukung oleh fasilitas fisik yang modern dan lokasi strategis, pasar ini menghadapi tantangan eksistensial yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena menurunnya aktivitas perdagangan di Pasar Taman Rawa Indah dapat dilihat dari rendahnya tingkat pemanfaatan lapak oleh pedagang. Berdasarkan data UPT Pasar tahun 2024, dari total 1.370 unit lapak yang tersedia, hanya sekitar 300 lapak atau 21,8% yang masih beroperasi secara aktif. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar lapak tidak lagi digunakan untuk kegiatan perdagangan.

Penurunan jumlah pedagang yang beroperasi tersebut turut memengaruhi kondisi pendapatan pedagang, khususnya pada sektor non-pangan yang tingkat permintaannya sangat bergantung pada jumlah kunjungan pembeli secara langsung ke pasar. Situasi ini mengindikasikan bahwa upaya modernisasi infrastruktur pasar saja tidak cukup untuk menjaga keberlanjutan ekonomi pasar tradisional, terutama di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergeser.

Secara teoretis, Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa perilaku pembelian konsumen terus berubah seiring berkembangnya teknologi yang memudahkan masyarakat dalam mencari informasi serta membandingkan berbagai produk. Perubahan ini juga diperkuat oleh pandangan Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon (1998) melalui konsep e-commerce yang memungkinkan aktivitas jual beli dilakukan tanpa terikat oleh batas ruang dan waktu. Secara empiris, data dari Badan Pusat Statistik tahun 2023 menunjukkan bahwa nilai transaksi ekonomi digital di Indonesia mencapai Rp2.295 triliun. Selain itu, tingkat penggunaan e-commerce di Kalimantan Timur telah mencapai 41,81%. Data tersebut menunjukkan adanya pergeseran perilaku konsumen yang semakin banyak beralih dari pasar fisik ke platform digital.

Meskipun digitalisasi berkembang secara nasional, kajian literatur menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*). Sebagian besar studi tentang dampak e-commerce terhadap pasar tradisional masih berfokus pada wilayah Pulau Jawa dan cenderung menggunakan pendekatan kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menggunakan metode kuantitatif guna menganalisis hubungan antara e-commerce dan kondisi sosial ekonomi pedagang di Pasar Taman Rawa Indah. Analisis difokuskan pada perubahan pendapatan, perubahan jumlah pelanggan, dan kualitas hidup pedagang sebagai dampak dari pergeseran perilaku belanja masyarakat di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menguji hipotesis melalui instrumen penelitian yang terstruktur (Sugiyono, 2016). Metode ini dipilih guna memberikan gambaran faktual mengenai fenomena yang terjadi di lapangan, khususnya dalam menganalisis signifikansi pengaruh *e-commerce* terhadap stabilitas sosial ekonomi pedagang di Pasar Taman Rawa Indah, Bontang. Melalui pengumpulan data yang sistematis, penelitian ini menghimpun informasi terkait situasi dan variabel relevan yang kemudian diolah menggunakan teknik statistik untuk menarik kesimpulan yang akurat bagi seluruh kelompok subjek yang diteliti.

Adapun populasi yang menjadi subjek dalam kajian ini mencakup seluruh pedagang aktif di Pasar Taman Rawa Indah yang menurut data terbaru berjumlah sekitar 300 lapak (Timur.co.id, 2024). Mengingat tidak semua anggota populasi memiliki karakteristik yang selaras dengan tujuan penelitian, maka pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *non-probability sampling* melalui teknik *purposive sampling*. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2017), teknik ini memungkinkan peneliti menetapkan kriteria khusus agar data yang diperoleh lebih representatif dan efisien dalam menjawab rumusan masalah.

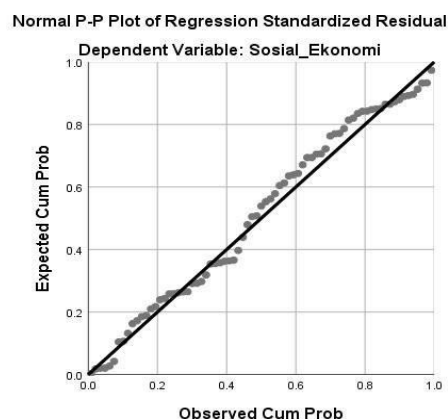
Penetapan kriteria sampel difokuskan pada pedagang aktif yang telah memiliki pengalaman berjualan minimal selama lima tahun terakhir untuk menjamin kedalaman perspektif terhadap perubahan tren pasar. Selain itu, sampel dibatasi pada sektor non-pangan basah mengecualikan penjual ikan, ayam, daging, dan sayur karena kelompok ini paling rentan terhadap pergeseran perilaku belanja masyarakat ke platform digital. Berdasarkan kriteria ketat tersebut, ditetapkan sebanyak 75 responden sebagai sampel penelitian yang representatif untuk menggambarkan dampak disrupsi digital terhadap eksistensi pedagang tradisional di Kota Bontang. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert empat poin yang terdiri dari: Sangat Setuju (SS = 4), Setuju (S = 3), Tidak Setuju (TS = 2), dan Sangat Tidak Setuju (STS = 1).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengolahan data, seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid karena nilai r hitung setiap item pada variabel E-commerce (X) dan Kondisi Sosial Ekonomi (Y) lebih besar dari rtabel yaitu 0,224. Pengujian reliabilitas juga menunjukkan hasil yang sangat kuat, dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,954 untuk variabel X dan 0,931 untuk variabel Y, jauh melampaui standar minimum 0,70.

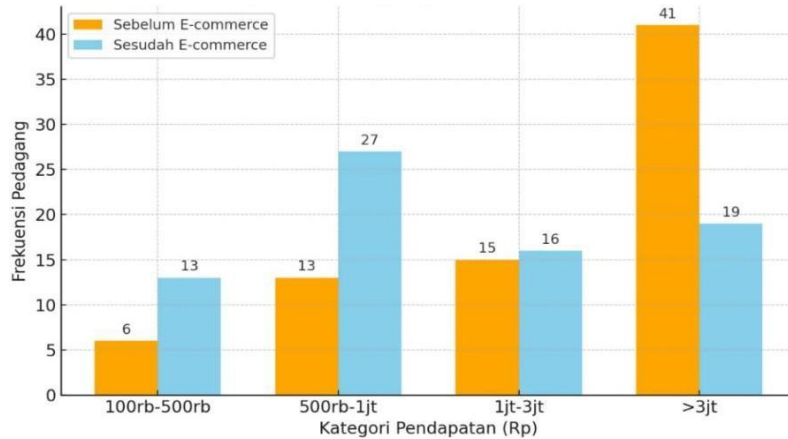
Gambar 1
Grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Pada uji asumsi klasik, model regresi memenuhi kriteria normalitas berdasarkan nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 ($p > 0,05$) dan visualisasi P-P Plot yang mengikuti garis diagonal. Selain itu, tidak ditemukan penyimpangan linearitas ($p = 0,133$) maupun gejala heteroskedastisitas, sehingga model dinyatakan layak untuk pengujian hipotesis.

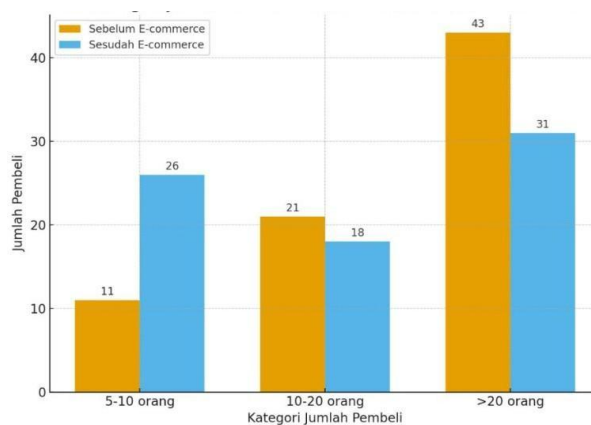
Analisis Deskriptif

Gambar 2
Perbandingan Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Adanya E-commerce



Analisis distribusi pendapatan menunjukkan penurunan kesejahteraan ekonomi pedagang yang sangat mencolok akibat perkembangan e-commerce. Kelompok pendapatan tertinggi (Rp 3.000.000/bulan) mengalami penyusutan drastis dari 41 pedagang (54,7%) menjadi hanya 19 orang (25,3%), yang berarti terjadi penurunan sebesar 53,66% atau sebanyak 22 pedagang. Sebaliknya, terjadi peningkatan pada kategori pendapatan rendah (Rp 100.000–Rp 1.000.000/bulan), menandakan sebagian besar pedagang mengalami penurunan penghasilan drastis dan bergeser ke kategori ekonomi yang lebih rendah. Sementara itu, kelompok pendapatan menengah (Rp 1.000.000–Rp 3.000.000) cenderung stabil dengan perubahan yang relatif kecil. Penurunan ini secara keseluruhan tercermin dari nilai rata-rata indikator pendapatan yang hanya mencapai 2,11, yang dipicu oleh berkurangnya jumlah pembeli fisik dan ketidaksiapan pedagang bersaing dengan efisiensi platform digital.

Gambar 3
Perbandingan Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Adanya E-commerce



Distribusi jumlah pembeli menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan. Sebelum berkembangnya e-commerce, sebagian besar pedagang, yaitu 43 orang (57,3%), melaporkan jumlah pembeli lebih dari 20 orang per hari. Namun setelah e-commerce berkembang, jumlah tersebut menurun menjadi 31 pedagang (41,3%). Hal ini menunjukkan

penurunan sebanyak 12 pedagang atau sekitar 27,9%. Di sisi lain, terjadi peningkatan pada kategori jumlah pembeli 5–10 orang per hari. Sebelum adanya e-commerce, hanya 11 pedagang (14,7%) yang berada pada kategori tersebut. Setelah e-commerce berkembang, jumlahnya meningkat menjadi 26 pedagang (34,7%). Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian pedagang mengalami penurunan jumlah pembeli dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.

Tabel 1
Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.565 ^a	.319	.310	10.067

Sumber Data: Data diolah, 2026.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai (R^2) sebesar 0,319, yang mengindikasikan bahwa variabel E-commerce (X) mampu menjelaskan variasi kondisi sosial ekonomi pedagang (Y) sebesar 31,9%. Kontribusi ini masuk dalam kategori sedang, di mana hampir sepertiga perubahan kondisi sosial ekonomi dipengaruhi oleh pemanfaatan teknologi digital, sementara 68,1% sisanya ditentukan oleh faktor eksternal di luar model penelitian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,310 menegaskan stabilitas dan representativitas model dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Dengan demikian, e-commerce memiliki kontribusi nyata dan signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang Pasar Rawa Indah, meskipun bukan merupakan faktor yang sepenuhnya dominan.

Pemanfaatan dan Penguasaan E-Commerce oleh Pedagang Pasar Tradisional

Variabel e-commerce (X) dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 2,40 yang menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital di kalangan pedagang masih relatif rendah. Dari tiga indikator yang digunakan, indikator penggunaan platform e-commerce memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu 2,52. Nilai ini menunjukkan bahwa sebagian pedagang telah mengenal berbagai platform digital, namun pemanfaatannya masih terbatas dan belum sepenuhnya digunakan sebagai sarana utama dalam kegiatan perdagangan. Sebagian besar pedagang hanya mengetahui keberadaan platform e-commerce tanpa mengoperasikannya secara aktif dalam proses transaksi jual beli.

Kondisi tersebut dapat dikaitkan dengan konsep e-commerce yang dikemukakan oleh Loudon (1998), yang menjelaskan bahwa e-commerce merupakan proses transaksi bisnis yang dilakukan melalui jaringan elektronik dengan memanfaatkan platform digital sebagai media pertukaran informasi, pemasaran, dan penjualan produk. Dalam kerangka teori tersebut, penggunaan platform digital menjadi komponen penting yang menentukan sejauh mana pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi dalam aktivitas perdagangan. Namun dalam konteks pedagang Pasar Rawa Indah, pemanfaatan platform digital masih berada pada tahap pengenalan dan belum berkembang menjadi praktik perdagangan yang aktif. Hal ini menunjukkan bahwa proses adopsi teknologi di kalangan pedagang pasar tradisional masih terbatas, sehingga mereka belum sepenuhnya mampu memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh perkembangan e-commerce.

Keterbatasan dalam pemanfaatan platform digital tersebut pada akhirnya berdampak pada kemampuan pedagang untuk bersaing dengan pelaku usaha yang telah lebih dahulu mengoptimalkan teknologi e-commerce. Ketika e-commerce mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dengan sistem transaksi yang praktis dan efisien, pedagang yang masih bergantung pada sistem penjualan konvensional cenderung mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi masyarakat.

Dampak Perkembangan E-Commerce terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang

a) Kondisi Ekonomi

Dalam konteks ekonomi, salah satu indikator yang paling mencerminkan perubahan kondisi pedagang adalah indikator pendapatan yang memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,11. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebagian pedagang mengalami penurunan pendapatan setelah berkembangnya e-commerce. Kondisi ini dipengaruhi oleh berkurangnya jumlah pembeli yang datang langsung ke pasar serta meningkatnya persaingan harga dengan penjual yang memanfaatkan platform digital. Akibatnya, pedagang pasar tradisional yang masih bergantung pada sistem penjualan konvensional cenderung mengalami penurunan penghasilan.

Fenomena tersebut dapat dikaitkan dengan teori kondisi sosial ekonomi yang dikemukakan oleh Sukirno (2004), yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan merupakan salah satu indikator penting dalam menentukan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Pendapatan yang stabil memungkinkan individu memenuhi kebutuhan hidup dan meningkatkan kesejahteraan, sedangkan penurunan pendapatan dapat memengaruhi kondisi ekonomi rumah tangga. Dalam konteks pedagang pasar tradisional, menurunnya pendapatan akibat berkurangnya jumlah pembeli menunjukkan bahwa perkembangan e-commerce tidak hanya memengaruhi pola perdagangan, tetapi juga berdampak pada kondisi sosial ekonomi pedagang yang bergantung pada aktivitas jual beli di pasar tradisional.

b) Kondisi Sosial

Dalam konteks sosial, kondisi pedagang dalam penelitian ini salah satunya dapat dilihat melalui indikator kualitas hidup. Indikator kualitas hidup memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,25 dan berada pada kategori cukup. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan pedagang belum berada pada kondisi yang kuat. Kualitas hidup dalam penelitian ini menggambarkan bagaimana pedagang menilai keadaan hidupnya secara umum, termasuk kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidup, rasa aman dalam menjalankan usaha, serta tingkat kepuasan terhadap kondisi ekonomi yang dialami. Nilai yang masih berada pada kategori cukup mengindikasikan bahwa pedagang belum merasakan tingkat kesejahteraan yang optimal dan masih berada pada kondisi yang relatif terbatas.

Temuan ini dapat dikaitkan dengan teori kondisi sosial ekonomi yang dikemukakan oleh Sukirno, yang menyatakan bahwa kondisi sosial ekonomi masyarakat sangat dipengaruhi oleh tingkat kesejahteraan yang tercermin dari kemampuan individu dalam memenuhi kebutuhan hidup serta kestabilan aktivitas ekonominya. Dalam konteks pedagang pasar tradisional, menurunnya aktivitas perdagangan akibat berkurangnya jumlah pembeli dapat memengaruhi stabilitas ekonomi pedagang, yang pada akhirnya berdampak pada penilaian mereka terhadap kualitas hidup. Dengan demikian, nilai kualitas hidup yang masih berada pada kategori cukup menunjukkan bahwa perubahan dinamika perdagangan, termasuk berkembangnya e-commerce, berpotensi memengaruhi kondisi sosial ekonomi pedagang pasar tradisional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perkembangan e-commerce memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang pasar tradisional di Pasar Rawa Indah. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel e-commerce berpengaruh sebesar 31,9% terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi perdagangan digital menjadi salah satu faktor yang turut memengaruhi dinamika ekonomi dan sosial pedagang pasar tradisional.

Dari sisi pemanfaatan teknologi, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan e-commerce di kalangan pedagang masih tergolong rendah. Sebagian besar pedagang hanya berada pada tahap mengenal platform digital tanpa memanfaatkannya secara aktif dalam kegiatan perdagangan. Kondisi ini menunjukkan bahwa proses adopsi teknologi di kalangan pedagang pasar tradisional masih terbatas, sehingga mereka belum sepenuhnya mampu memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh perkembangan e-commerce.

Dari aspek ekonomi, perkembangan e-commerce berkaitan dengan penurunan pendapatan pedagang akibat berkurangnya jumlah pembeli yang datang langsung ke pasar serta meningkatnya persaingan harga dengan penjual online. Sementara itu, dari aspek sosial, kondisi pedagang tercermin dari indikator kualitas hidup yang masih berada pada kategori cukup, yang menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan pedagang belum berada pada kondisi yang optimal. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan e-commerce tidak hanya membawa perubahan pada sistem perdagangan, tetapi juga menimbulkan tantangan bagi pedagang pasar tradisional dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah pergeseran pola konsumsi masyarakat menuju transaksi digital.

SARAN

Bagi para pedagang pasar tradisional, penting untuk mulai mempelajari berbagai inovasi dalam strategi penjualan, terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital. Hal ini dapat dilakukan dengan mengikuti berbagai kegiatan pelatihan atau workshop yang diselenggarakan oleh pemerintah, lembaga terkait, maupun komunitas bisnis dan kewirausahaan. Melalui kegiatan tersebut, pedagang diharapkan dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran dan promosi, sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha di tengah berkembangnya e-commerce. Selain itu, pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih sistematis kepada pedagang pasar tradisional melalui pendampingan, pelatihan, serta penyediaan fasilitas yang mendukung proses digitalisasi perdagangan. Dukungan tersebut penting agar pedagang dapat mengadopsi teknologi digital secara lebih efektif dan mampu bersaing dalam menghadapi perkembangan perdagangan di era transformasi digital.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada aspek sosial ekonomi pedagang pasar tradisional. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas kajian dengan memasukkan dimensi lain, seperti aspek sosial budaya, psikologis, serta keberlanjutan usaha pedagang. Penggunaan metode campuran (*mixed methods*) juga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dampak e-commerce terhadap pasar tradisional, karena tidak hanya menyajikan temuan statistik, tetapi juga memungkinkan eksplorasi yang lebih mendalam terhadap berbagai permasalahan sosial yang muncul.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Lubis A, F., & Tambunan, K. (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, 574–599. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.V20i2.1128>
- Arfifahani, D. (2018). *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Concordia Executive Lounge Terminal A Bandara International Adisutjipto Yogyakarta)*. In *Jurnal Ekobis Dewantara* (Vol. 1, Issue 3).
- Bathni, I., Darmawan, D., & Turkamun, D. (2021). Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pasar Tradisional Pedagang Pakaian Dan Tas Di Pasar Ciputat.
- Darma Yuni, I., Arif Lubis, F., & Arif, M. (2024). Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Persaingan Di Era Digital Kabupaten Asahan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3). <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya190>
- De Aghna, A., Budi, S., Septiana, L., Elok, B., & Mahendra, P. (2024a). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. In *Jurnal Multidisiplin West Science* (Vol. 03, Issue 01).
- Fani, R., & Safira, I. (2024). Analisis Dampak Pengaruh Keberadaan E-Commerce terhadap Pedagang Konvensional di Situbondo. *Jurnal Economina*, 3(1), 96–102. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1145>
- Hanny, R., Syah, A., & Novita, D. (2020). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatanpendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan - Depok. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*. <https://doi.org/https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.626>
- Hardani MSi, A., Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Indah Pertiwi, D., & Dharma, B. (2024). Strategi Pedagang Tradisional Pakaian Fashion Muslim dalam Menghadapi Transformasi Digital Bisnis. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3). <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya282>
- Kusumastuti, A. , Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Loudon, K. C., & Loudon, J. P. (1998). *Management Information Systems: New Approaches to Organization and Technology*. Prentice Hall.
- Malazaneti, N., Aji, G., Rohmah, F., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2023). *Analisis Dampak Online Shop Terhadap Para Pedagang Di Pasar Tradisional Paninggaran* (Vol. 2).
- Miftah, S., Heru, M., & Riyadi, S. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 29, Issue 1).

- Nur'aeni, N. N., Ainulyaqin, M., & Edy, S. (2024). Dampak Fenomena E-Commerce Pada Tingkat Penjualan Di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Psikologi Dan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 270. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12146>
- Paradase.id. (2023). Pasar Taman Rawa Indah sepi, Komisi II DPRD Bontang minta solusi dari Diskop UKMP. Retrieved from <https://paradase.id/pasar-taman-rawa-indah-sepi-komisi-ii-dprd-bontang-minta-solusi-dari-diskop-ukmp/>
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional., Pub. L. No. 20 (2012).
- Putri, M. S., Rabbani, R. B., Salma, I. F., & Hidayah, N. (2024). Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen Di Pasar Tradisional Dan E-Commerce. *Analisis*, 14(01), 162–179. <https://doi.org/10.37478/als.v14i01.3812>
- Rahman, A., & dkk. (2022). *Buku Metode Penelitian Ilmu Sosial* (A. Masruroh, Ed.). Widina Bhakti Persada.
- Rosana, E. (2015). Modernisasi Dalam Perspektif Perubahan Sosial. *Jurnal Studi Lintas Agama*, Vol. 10 No. 1 (2015): *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/ajsla.v10i1.1423>
- Saputra, M., Rahmadani, A., Elvina, A., Fahlefi, R., Yunus, M., B., Sudirman, J., Kuburajo, N., & Barat, S. (2023b). Jurnal Tamwil: Jurnal Ekonomi Islam Dampak E-Commerce Terhadap Pendapatan Pedagang Sandang Di Pasar Batusangkar. 101 | *Jurnal Tamwil*, 9(2). <http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/tamwil/index>
- Siahaan, M. M., & Bila, R. (2024). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Keberlanjutan Pasar Tradisional Di Kota Tangerang. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 42–48. <https://doi.org/10.34306/adimas.v5i1.1121>
- Simamora, B. (2008). *Panduan riset perilaku konsumen* (S. Ali, Ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif* (Setiyawan, Ed.; 3rd ed.). Alfabeta.
- Sukirno, S. (2004). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Suryono, A. (2019). *Teori dan strategi perubahan sosial* (B. Fatmawati Sari, Ed.; 1st ed.). PT Bumi Aksara.
- Syahla, G. T., & Ruzikna, R. (2025). Pengaruh E-Commerce dan Financial Technology Terhadap Pendapatan UMKM Sektor Fashion (Kasus Pedagang di Pasar Pusat Padang Panjang). *ECO-Buss*, 7(3), 1600–1610. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.1448>
- Timur.co.id. (2024). Kosong dan tak bayar retribusi, ratusan lapak pedagang Pasar Rawa Indah disegel. Retrieved from <https://timur.co.id/kosong-dan-tak-bayar-retribusi-ratusan-lapak-pedagang-pasar-rawa-indah-disegel/>
- Widagdo, P. B. (2016). *Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) di Indonesia*.
- Yadewani1, D., & Wijaya2, R. (2017). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang)* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.iaii.or.id>