

PaGi: Wujud Modernisasi Pasar Tradisional di Tengah Gempuran Teknologi

Diterima:

10 Mei 2023

Revisi:

10 Juli 2023

Terbit:

1 Agustus 2023

**^{1*}Titus Dwiseno Handiko, ²Maulana Naufal Hakim, ³Titus
Kristanto, ⁴Dominggo Bayu Bagaskara**

¹⁻⁴Institut Teknologi Telkom Surabaya

Abstrak—Di era digital, perkembangan teknologi khususnya di bidang ekonomi sangat melejit, semua kebutuhan dapat diakses melalui aplikasi yang dapat dijangkau dengan internet. Perkembangan tersebut membawa masalah yang harus dihadapi sepanjang waktu. Salah satunya adalah kesenjangan antara bersifat tradisional dengan bersifat modern. Salah satu contohnya adalah kesenjangan antara pasar tradisional dengan para e-commerce. Dengan adanya teknologi yang berkembang, penulis membuat aplikasi untuk mendigitalisasi pasar tradisional, sehingga koneksi antara pembeli dan penjual dapat berjalan lancar. Metode yang digunakan berupa pengamatan langsung ke pasar tradisional. Berdasarkan hasil pengamatan disimpulkan bahwa kesenjangan antara pasar tradisional dan e-commerce sangat timpang, sehingga dibutuhkan sebuah aplikasi bernama PAGI (PASar diGItal), bertujuan untuk mendigitalisasi pasar tradisional, sehingga dapat memangkas jarak ketimpangan antara pasar tradisional dengan e-commerce yang serba digital. Dari aplikasi PAGI, diharapkan digitalisasi pasar tradisional membuat pengunjung pasar tradisional semakin mudah dalam mencari informasi harga dari komoditas yang dibutuhkan dan tidak melepaskan unsur tradisional dari pasar.

Kata Kunci—Modernisasi, Pasar Tradisional, Teknologi

Abstract—*In the digital era, technological developments, especially in the economic field, have skyrocketed, and all needs can be met through applications that can be reached via the internet. These developments bring problems that must be faced all the time. One of them is the gap between being traditional and being modern. One example is the gap between traditional markets and e-commerce. With the development of technology, the author creates an application to digitize traditional markets so that the connection between buyers and sellers can run smoothly. The method used is direct observation of traditional markets. Based on the observations, it was concluded that the gap between traditional markets and e-commerce is very lame, so an application called PAGI (Pasar Digital) is needed, which aims to digitize traditional markets so as to reduce the gap between traditional markets and all-digital e-commerce. From the PAGI application, it is hoped that the digitization of traditional markets will make it easier for visitors to traditional markets to find price information for the commodities they need and not to let go of the traditional elements of the market.*

Keywords— *modernization, traditional markets, technology*

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

Titus Dwiseno Handiko
Institut Teknologi Telkom Surabaya
Email : handikotitus@gmail.com

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang saat ini masih melakukan pembenahan di berbagai sector, salah satunya ialah sector perekonomian. Sektor ekonomi adalah sektor yang sangat esensial pada suatu negara. Sektor ini sendiri ditopang oleh berbagai bisnis yang ada didalam suatu negara termasuk salah satunya pergerakan ekonomi yang terjadi di pasar tradisional. Mengutip buku Pasar Tradisional dan Peran UMKM oleh Tulus Tambunan (2020), dijelaskan bahwa pasar tradisional adalah lokasi atau tempat bertemunya penjual dan pembeli di mana terjadi tawar menawar harga atas barang-barang yang dijual yang biasanya merupakan barang kebutuhan sehari-hari, hasil pertanian atau hasil laut. Semakin berjalannya waktu eksistensi pasar tradisional perlahan mulai memudar karena kalah saing dengan para pasar modern bahkan e-commerce sekalipun.

Berdasarkan data AC Nielsen tahun 2008, diketahui bahwa pertumbuhan pasar modern setiap tahunnya mencatat kisaran angka 10 % hingga 30 %. Hal ini ditunjukkan dengan ekspansi pasar modern sangat agresif hingga masuk ke wilayah pemukiman rakyat. Pasar tradisional yang berada di wilayah pedesaan maupun pemukiman rakyat secara langsung terkena imbasnya dengan berhadapan langsung dengan pasar modern tersebut. Persaingan diantara keduanya pun tidak terhindari. (Pramudyo, 2014).

Perubahan perilaku konsumen akibat adanya pasar modern turut menyebabkan pudarnya eksistensi dan popularitas pasar tradisional. Bahkan disebutkan bahwa Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen seseorang antara lain kualitas produk, harga yang ditawarkan, mekanisme promosi yang disajikan, kemudahan pencairan tempat pembelian dan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhinya. (Rosmayati, 2020). Memudarnya eksistensi dan popularitas pasar tradisional di kalangan masyarakat perlahan mulai menimbulkan keresahan terutama bagi mereka yang hidupnya bergantung kepada adanya pasar tradisional. Dengan maraknya kemajuan di bidang teknologi bermunculan ide untuk mengembangkan serta mendigitalisasi pasar tradisional tanpa harus mengurangi konsep tradisional yang ada.

Kemajuan di bidang teknologi dan informasi dipilih menjadi salah satu senjata untuk bisa membangkitkan lagi popularitas pasar tradisional karena di jaman yang serba digital seperti sekarang karena kemajuan teknologi telah memberikan sumber informasi dan komunikasi yang amat luas dari apa yang telah dimiliki manusia (Ahmad, 2013)., bukan hal yang mustahil untuk menciptakan suatu inovasi yang nantinya akan berguna bagi banyak kalangan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis dan membantu dalam penyusunan aplikasi yang dapat membantu para pelaku ekonomi di pasar tradisional untuk bisa bangkit dengan bantuan teknologi yang ada.

II. METODE

Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang objek penelitian yang masih membutuhkan pengembangan. Metode kualitatif memungkinkan untuk menjelajahi kompleksitas dan konteks dari masalah yang ada, serta memahami perspektif dan pengalaman subjek yang terlibat. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah (Walidin, 2015). Selain itu, Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan setting tertentu yang ada di dalam kehidupan riil (alamiah) dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena: apa yang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana terjadinya (Rijal Fadli, 2021).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu studi yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh (Juwairiah, Eka Rosadi, & Richard Kodong, 2022) tentang digitalisasi pasar tradisional menjadi pasar digital. Pada penelitian tersebut para peneliti memberi solusi kepada para pedagang di pasar Bantengan yang diantaranya adalah: Pemasangan CCTV yang bertujuan untuk keamanan lingkungan Pasar dan juga mengembangkan pemasaran digital bagi para pedagang yang memiliki kios/booth permanen dengan melakukan edukasi tentang pemanfaatan Sosial Media pada pemasaran digital. Diharapkan dengan menggunakan sistem online, Sosial Media (Contoh Whatsapp Business) dapat meningkatkan pendapatan (ROI, Return on Investment) yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan para pedagang pasar tradisional yang telah berubah menuju pasar yang berbasis digital.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh (Setiawan, et al., 2021) tentang Solusi Pasar Digital (Digital Marketing/Market Place) sebagai formula alternatif dalam mengatasi krisis penjualan hasil kerajinan gerabah. Pada penelitian ini, Model pasar digital yang dibentuk berdasarkan skala jangkauan pemasaran. Beberapa vendor menjadi lokasi operasional pasar digital yang dicanangkan oleh pemuda Banyuwangi. Dari penelitian tersebut didapat beberapa hasil diantaranya jenis-jenis potensi wirausaha Desa, perancangan sistem pasar digital desa, dan aktualisasi kegiatan pasar digital masyarakat desa.

3.1 Analisis Masalah

Modernisasi pada zaman sekarang ini bagaikan laju lokomotif yang tidak dapat terbendung lagi. Istilah modernisasi dianggap sebagai adanya suatu proses perubahan dari konvensional menuju kemodernan. Perubahan menuju modern ini tidak hanya dapat dilihat dari aspek-aspek baru dalam kehidupan, tetapi aspek-aspek lamapun juga ikut tergerus arus modernisasi. Salah satu aspek yang tergerus oleh arus modernisasi adalah pasar tradisional. Pasar pada masyarakat mempunyai peranan penting yaitu sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pusat kebudayaan.. (Pramudiana, 2017)

Pasar tradisional saat ini menjadi tempat yang dianggap sebagai hal yang ketinggalan jaman, hal tersebut dapat terlihat dari peralihan pola pembelian terutama dikalangan muda yang mulai membeli kebutuhan sehari-harinya di swalayan atau bahkan di e-commerce. Berangkat dari hal tersebut, kami menyadari bahwa perlu adanya inovasi padapasar tradisional Tidak dapat dipungkiri bahwa adanya inovasi yang dilakukan oleh masyarakat maupun pemerintah pada pasar tradisional akan berakibat terjadinya perubahan sosial (Ariyani & Nurcahyono, 2014) Selain itu, kami juga melihat beberapa kemungkinan yang membuat pasar tradisional ditinggalkan. Pertama, pasar tradisional dianggap sebagai sesuatu yang kuno dan tidak relevan dengan pola pembelian saat ini. Kedua, pasar tradisional dianggap tidak menarik dan juga tidak praktis. Mengatasi dua masalah tersebut kami membuat suatu rancangan aplikasi PAGI (PAsar diGItal) yang dapat meningkatkan kembali minat masyarakat untuk kembali ke pasar tradisional.

3.2 Aplikasi PaGi (Pasar Digital)

PAGI atau PAsar diGItal adalah suatu aplikasi yang nantinya akan bekerja sama dengan pasar-pasar tradisional yang ada saat ini. Aplikasi ini menawarkan beberapa fitur, diantaranya lihat harga, tawar menawar dan pembayaran lewat qris. Lihat harga adalah fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk melihat harga komoditas yang selalu up to date, fitur ini juga menunjukkan toko mana saja yang menjual komoditas tersebut. Fitur kedua adalah tawar menawar, sesuai dengan namanya fitur ini bertujuan untuk menegosiasi harga yang ada lewat aplikasi, pengguna dapat memanfaatkan fitur ini agar nantinya saat sampai di pasar pengguna hanya tinggal membayar dan mengambil barang yang telah disepakati. Fitur tawar menawar ini juga dibuat agar ciri khas pasar tradisionalnya tidak hilang. Fitur selanjutnya adalah pembayaran qris, fitur ini nantinya akan bekerja sama dengan pihak ketiga seperti gopay, shoppepay dan bank-bank yang menyediakan pembayaran lewat scan QR. Cara pembayaran menggunakan QRIS , pihak penjual/merchant cukup menyediakan Quick Response (QR) Code atau kode QR dan konsumen hanya perlu melakukan scan/pengunduhan kode QR. Perlu beberapa saat saja sampai dengan transaksi pembayaran pun akan berhasil dengan segera, dengan kondisi dana yang tersedia di

dalam aplikasi dompet digital konsumen mencukupi dan koneksi jaringan internet pun harus memadai. (Banda Saputri, 2020)

Aplikasi PAGI ini ditujukan untuk semua kalangan, namun kami menekankan pada kalangan muda, karena saat ini kurang sekali minat dari kalangan muda untuk pergi dan berbelanja ke pasar tradisional terutama yang tinggal dikota-kota besar yang disebabkan oleh anggapan bahwa pergi ke pasar tradisional akan menurunkan gengsi mereka (Ida Bagus Brata, 2016). PAGI juga dapat membantu para pedagang karena pada fitur lihat harga, akan muncul nama toko yang menjual dan harga yang ditawarkan oleh pedagang itu sendiri, dan nantinya ketika pengguna telah memilih dan memencet nama toko, maka akan muncul foto toko dan juga petunjuk untuk ke toko, dengan begitu secara tidak langsung aplikasi PAGI akan mempromosikan toko-toko tersebut. PAGI juga akan membuat fitur untuk para pedagang yaitu promosi teratas. Fitur ini adalah fitur berbayar yang membuat toko dari pedagang yang telah membayar dapat muncul pada bagian atas pencarian, fitur ini nantinya akan dikenakan biaya sebesar 10 ribu Rupiah untuk satu bulan berlangganan.

Kami akan membuat kampanye yang dapat meningkatkan minat dari masyarakat untuk pergi ke pasar tradisional, contohnya dengan memberikan diskon atau dengan kampanye #ayokembalikepasartradisional yang bekerjasama dengan tokoh masyarakat atau dengan influencer. Diyakini kampanye merupakan langkah yang tepat karena kampanye sendiri mengandung komunikasi yang merupakan center of interest yang ada dalam situasi perilaku manusia yang memungkinkan suatu sumber secara sadar mengalihkan pesan kepada penerima dengan tujuan mempengaruhi perilaku tertentu (Amalia Untarni, 2016). PAGI juga akan menjamin kebersihan pasar yang bekerjasama, yang tentunya akan membuat pengguna sekaligus calon pembeli semakin nyaman saat mengambil barang yang telah dibeli. Penjaminan kebersihan pasar menjadi salah satu focus utama karena pada penelitian yang dilakukan oleh (Angkasawati, 2021) menyebutkan bahwa pandangan pasar terhadap pasar yang becek dan kotor menjadikan orang jadi enggan untuk datang ke pasar tradisional.

3.3 Prototipe Aplikasi

Model prototipe ialah sebuah metode yang mengharuskan pengembang perangkat lunak membuat sebuah mockup berupa model aplikasi, sangat cocok pada kondisi dimana pengguna tidak bisa menyajikan informasi secara jelas mengenai kebutuhan yang sesuai dengan keinginannya. Hasil dari model prototype berupa mockup yang akan menjadi rujukan model desain yang akan digunakan saat melatih, presentasi, penilaian sebuah desain, promosi atau keperluan lain (Yoko, Adwiya, & Nugraha, 2019)

Aplikasi PAGI nantinya akan diluncurkan pada platform mobile yang memungkinkan pengguna untuk mengaksesnya dari manapun dengan mudah, selain itu perangkat mobile adalah

perangkat yang paling banyak yang digunakan saat ini, PAGI juga akan bisa di unduh pada perangkat ios ataupun android.



Gambar 1. Prototype

Pada Gambar 1 merupakan halaman awal saat aplikasi dibuka, dimana pengguna dapat memilih untuk melihat pasar sekitar dan promo yang ada. Ketika pengguna memilih pasar sekitar, maka akan muncul beberapa pasar yang berada di sekitar pengguna dengan radius maksimal 5 km. Setelah memilih pasar yang ingin dikunjungi maka akan muncul komoditas apa saja yang ada pada pasar tersebut, lengkap dengan harga serta toko yang menjual.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang kami lakukan terkait aplikasi PaGi, kebanyakan pengguna sudah mulai memahami bagaimana setiap fitur bekerja begitupun para penjual yang sudah mulai berinteraksi dengan para pelanggan mereka menggunakan aplikasi PaGi. Awalnya memang banyak pengguna dan penjual yang mengeluhkan system dari aplikasi yang terasa asing bagi mereka, namun perlahan mereka mulai merasakan bahwa dengan adanya aplikasi PaGi kegiatan berbelanja mereka terasa lebih mudah dan efisien. Selain itu, para pelanggan merasa lebih mudah

untuk melakukan transaksi karena adanya fitur yang bisa digunakan untuk menawar serta sistem navigasi yang memungkinkan mereka untuk bisa mengetahui dimana letak penjual yang ingin mereka kunjungi. Selain itu, para pelanggan dan pembeli juga turut merasakan manfaat dari sistem pembayaran QRIS karena dirasa lebih mudah dan tidak susah untuk digunakan.

Hasil penelitian tersebut diharapkan kedepannya popularitas serta eksistensi dari pasar tradisional akan lebih meningkat dibandingkan sebelumnya. Selain itu, kami juga berharap dengan adanya inovasi ini, kalangan muda atau milenial akan lebih tertarik untuk datang ke pasar tradisional sehingga nantinya pendapatan dari pedagang yang ada di pasar tradisional tersebut dapat meningkat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih Bapak Domingo selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital yang telah membiayai kegiatan penelitian. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pimpinan fakultas yang telah mendukung kegiatan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, Pp. 33-54, 2021.
- [2] A. Ahmad, "Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi: Akar Revolusi Dan Berbagai Standarnya," *Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 13, No. 1*, Pp. 137-149, 2013.
- [3] S. I, Ibrahim, Isnaini, A. M., A. M. Dan Nurhayati, "Peran Pasar Digital Di Era Pandemi Pada Wirausaha Muda Di Banyuwangi," *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan Ipa*, Pp. 440-447, 2021.
- [4] Juwairiah, E. R. P Dan R. K. F., "Pasar Tradisional Menuju Pasar Digital," *Prosiding Seminar Nasional Ke 8 Lppm Upn "Veteran" Yogyakarta*, Pp. 157-164, 2022.
- [5] T. T., *Pasar Tradisional Dan Peran Umkm*, Bandung: Pt. Penerbit Ipb Press, 2020.
- [6] W. W., Saifullah Dan Tabrani, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*, Banda Aceh: Ftk Ar-Raniry Press., 2015.
- [7] M. D. Angkasawati, "Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung," *Publiciana : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Pp. 169-187, 2021.
- [8] N. I. Ariyani Dan O. H. Nurcahyono, "Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial," *Jurnal Analisa Sosiologi*, Pp. 1-12, 2014.

- [9] O. Banda Saputri, “Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Pembayaran Digital,” *K I N E R J A 17 (2)*, Pp. 237-247, 2020.
- [10] P. Yoko, R. Adwiya Dan W. Nugraha, “Penerapan Metode Prototype Dalam Perancangan Aplikasi Sipinjam Berbasis Website Pada Credit Union Canaga Antutn,” *Jurnal Ilmiah Merpati Vol. 7, No. 3*, Pp. 212-223, 2019.
- [11] S. Rosmayati, *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020.
- [12] A. Pramudyo, “Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional Di Yogyakarta,” *Jbma – Vol. Ii, No. 1, Maret 2014*, Pp. 78-93, 2014.
- [13] I. D. Pramudiana, “Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern,” *Asketik Vol. 1 No. 1 Juli 2017*, Pp. 35-43, 2017.
- [14] F. Amalia Untarni Dan Y. Rahman, “Perancangan Kampanye Sosial Meningkatkan Minat Baca Anak Melalui Bapusipda Di Kota Bandung,” *Demandia, Vol. 1 No. 2*, Pp. 134-145, 2016.
- [15] I. B. Brata, “Pasar Tradisional Di Tengah Arus Budaya Global,” *Jurnal Ilmu Manajemen (Juima) 6 (1)*, Pp. 1-12, 2016.