

## ADAPTASI PERILAKU KONSUMEN ATAS DIGITALISASI PASAR TRADISIONAL DI KOTA DENPASAR

Gita Apsari Dewi<sup>1)</sup>, A.A. Ayu Intan Wulandari<sup>2)</sup>, Dewa Gde Yoga Permana<sup>3)</sup>  
<sup>123</sup>Ilmu Administrasi Niaga, Universitas Bali Internasional  
<sup>1</sup>gitaapsari@iikmpbali.ac.id, <sup>2</sup>agungayuintan@iikmpbali.ac.id,  
<sup>3</sup>gdeyogapermana@iikmpbali.ac.id

### ABSTRAK

Digitalisasi ditandai dengan penggunaan *platform* yang dapat memberikan pelayanan dan menampilkan berbagai produk dan/atau jasa sehingga memudahkan pengguna untuk mengakses darimana dan kapan saja. Konsumen hanya memerlukan jaringan internet dan perangkat seluler untuk melakukan pembayaran di *merchant* manapun, hal inilah yang kemudian diterapkan pula pada pasar tradisional Kota Denpasar. Pandemi Covid-19 yang membatasi ruang gerak masyarakat semakin menyebabkan konsumen beralih pada sistem pembayaran berbasis *online*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang pengamatannya hanya terbatas di Kota Denpasar. Adanya sambutan positif dari para pedagang dan pembeli atas penerapan sistem pembayaran, salah satunya *QR Code Indonesian Standard (QRIS)* sehingga semakin memberikan kemudahan dari segi biaya, tenaga, dan waktu.

**Kata Kunci** : digitalisasi, *online*, pembayaran

### PENDAHULUAN

Teknologi menyebabkan perubahan pada berbagai aspek kehidupan bermasyarakat tidak terkecuali aspek ekonomi. Aktivitas bisnis yang melakukan proses penjualan dan pembelian produk dan/atau jasa secara konvensional, kemudian mengalami perubahan dengan memanfaatkan teknologi di setiap tahapannya. Pola kebiasaan orang-orang yang terbiasa berbelanja secara langsung ke toko dan menggunakan uang fisik, kemudian perlahan-lahan mengalami disrupsi dengan munculnya aktivitas bisnis yang mengusung digitalisasi. Digitalisasi ditandai dengan penggunaan *platform* yang dapat memberikan pelayanan dan menampilkan berbagai produk dan/atau jasa sehingga memudahkan pengguna untuk mengakses darimana dan kapan saja. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Data Indonesia pada tahun 2022, sebanyak 53,8% menyebutkan berbelanja secara *online* dikarenakan biaya yang dikeluarkan lebih kecil dan tidak membutuhkan tenaga yang besar, kemudian sisanya dikarenakan kemudahan pengguna untuk membandingkan harga dengan pesaing lainnya, keragaman produk dan/atau jasa dibandingkan toko fisik, metode pembayaran yang sederhana dan mudah, dan alasan lainnya (Sadya, 2022).

Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas penggunaan sistem *online* menyebabkan hal ini semakin melekat dalam kehidupan sehari-hari. Peluang ini yang kemudian dimanfaatkan oleh pelaku usaha dan pemerintah untuk menerapkannya

mulai dari sektor UMKM termasuk pasar tradisional, sektor pemerintahan, sektor pendidikan, dan sektor lainnya. Dukungan infrastruktur memegang peranan penting atas kelancaran implementasi sistem *online*, begitupula sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan untuk mengoperasikan sistem tersebut. Pembayaran yang dahulunya lebih mengandalkan uang fisik kemudian mulai tergantikan dengan pembayaran berbasis online, seperti OVO, Dana, Link Aja, Go-Pay, dan *QR Code Indonesian Standard (QRIS)* yang dapat terhubung ke bank umum di Indonesia. Konsumen hanya memerlukan jaringan internet dan perangkat seluler untuk melakukan pembayaran di *merchant* manapun, hal inilah yang kemudian diterapkan pula oleh pasar tradisional Kota Denpasar.

Implementasi digitalisasi dapat terlihat dari enam puluh persen (60%) dari 192 orang pedagang di Pasar Nyanggelan mulai menggunakan QRIS sehingga dapat memudahkan konsumen yang ingin membayar secara *online*. Kepala Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali bahkan menargetkan seratus persen (100%) pasar di Denpasar berbasis *smart digital* agar tidak kalah saing dengan pasar modern lainnya (Amurwonegoro, 2022). Aksi nyata ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para pedagang untuk mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Penerapan pembayaran berbasis *online* secara menyeluruh tentu memerlukan waktu, karena masih adanya konsumen yang lebih menyukai pembayaran secara fisik ataupun tidak memahami prosedur pembayaran *online*. Sebagaimana disebutkan dalam (Santosa et al., 2020) bahwasanya teknologi yang berbasis digital belum banyak menyentuh proses transaksi di pasar tradisional.

Pandemi Covid-19 yang hadir dalam kehidupan global manusia termasuk Indonesia, menyebabkan diterapkannya protokol kesehatan yang berdampak pada berbagai sektor, salah satunya yaitu sektor ekonomi. Pandemi berimbas pada penutupan aktivitas di pasar tradisional di berbagai Kota utamanya Kota Denpasar, yang mana Bali menempati peringkat kelima tertinggi atas penutupan sementara (Husain et al., 2020). Oleh karena itu, pemerintah berupaya untuk mengadopsi digitalisasi pada pembayaran suatu produk di pasar tradisional. Keterbatasan yang dihadapi oleh konsumen inilah menyebabkan konsumen mulai beralih pada sistem yang berbasis *online*.

Konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, yang kemudian hal tersebut memengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai keputusan pembelian atas suatu barang dan/atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan aspek lainnya (Kotler, P., & Keller, 2011). Pilihan pembayaran yang beragam dan mudah menjadi alasan konsumen beralih pada sistem digital (Pandey & Parmar, 2019). Konsumen yang awalnya merasa penasaran dengan pola pembayaran berbeda, kemudian ketika merasakan manfaat dan kemudahan pembayaran *online* menyebabkan perilaku yang berulang. Penelitian ini berfokus pada gambaran atas adaptasi konsumen beralih pada sistem pembayaran *online* di pasar tradisional Kota Denpasar. Penelitian ini hanya terbatas pada Kota Denpasar dikarenakan Kota ini memiliki peluang bisnis yang baik sehingga menjadikan Kota ini sebagai pusat ekonomi. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk memperoleh gambaran atas perilaku konsumen atas penerapan digitalisasi di pasar tradisional Kota Denpasar.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan memfokuskan pada penelitian deskriptif. Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengambil kesimpulan atas suatu data di lapangan, namun lebih menggambarkan realita digitalisasi yang terbatas pada beberapa pasar di Kota Denpasar (Sugiyono, 2015). Objek penelitian hanya terbatas pada pasar tradisional Kota Denpasar. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi atas penelitian-penelitian sebelumnya yang juga berkaitan dengan digitalisasi di pasar tradisional. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil survei yang dilakukan peneliti pada masa pandemi Covid-19, sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku referensi, penelitian-penelitian sebelumnya, dan peraturan yang mendasari.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual yang proses transaksinya masih dilakukan secara konvensional. Seiring dengan perkembangan teknologi yang cukup masif disertai dengan infrastruktur yang memadai, pemerintah mulai mengembangkan sistem pembayaran berbasis *online* dengan bekerjasama dengan bank pemerintah dan bank umum lainnya. Di sisi lain, pasar modern lebih diunggulkan karena didukung atas lingkungan yang bersih, nyaman, fasilitas yang memadai sehingga memberikan kenyamanan kepada konsumen. Beberapa konsumen lebih memilih pasar modern dibandingkan pasar tradisional atas dasar alasan tersebut.

Pemerintah merespon ketimpangan yang terjadi dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 112 Tahun 2007 yang membahas tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Program revitalisasi ini diharapkan tepat sasaran dan bermanfaat bagi masyarakat setempat. Revitalisasi inilah yang menjadi program baru pemerintah Kota Denpasar untuk mengembangkan pasar tradisional yang bersih, nyaman, kondusif, aman, dan lainnya. Putra (2018) menyebutkan langkah nyata atas program revitalisasi telah menyentuh sebanyak 34 pasar tradisional di Kota Denpasar, sehingga diharapkan pembangunan ini memberikan harapan baru bagi para pedagang. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa konsumen yang berbelanja ke pasar tradisional dipengaruhi oleh revitalisasi beberapa pasar tradisional di Kota Denpasar (Ayuningsasi, 2013).

Wujud atas digitalisasi di pasar tradisional dapat dilihat pada pembayaran melalui *QR Code Indonesian Standard (QRIS)* yang telah terstandarisasi Bank Indonesia yang dapat diakses oleh konsumen di setiap kios atau lapak. Konsumen yang ingin membayar secara *online* hanya memerlukan internet dan perangkat seluler untuk melakukan *scanning* pada *barcode* yang ditempel di setiap kiosnya. Hal tersebut mendapat sambutan baik dari sisi pedagang maupun konsumen, namun edukasi atas pembayaran *online* harus senantiasa dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat tertentu. Para pedagang di pasar tradisional sebagian besar berasal dari kalangan usia yang tua, sehingga kurang *up-to-date* terhadap perubahan teknologi yang begitu masif. Sebagaimana disebutkan oleh Sasmita dan Afrianto (2019) yang

menyebutkan pedagang dan pembeli menanggapi dengan positif atas pemanfaatan sistem pembayaran secara *online* karena mampu mempercepat proses transaksi. Penelitian dari Dewi (2021) juga menyebutkan perilaku konsumen atas pembelian kebutuhan sehari-hari dipengaruhi oleh pemanfaatan sistem yang berbasis *online*.

Proses adaptasi oleh konsumen untuk beralih sepenuhnya pada sistem pembayaran *online* pada dasarnya memerlukan waktu dan usaha, di sisi lain konsumen yang berasal dari kalangan usia tua terbiasa mengandalkan uang fisik. Pernyataan ini sebanding dengan Halia (2021) yang menyebutkan pedagang yang usianya sudah tua mengalami kesulitan untuk menggunakan perangkat *android*, maka dari itu mereka lebih menyukai proses transaksi secara tatap muka dan menggunakan uang fisik. Masih kurangnya edukasi atas pembayaran secara *online* juga menjadi kendala utama atas penerapannya.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Peraturan Pemerintah Nomor 112 Tahun 2007 mengenai program revitalisasi pasar tradisional diharapkan tepat sasaran dan bermanfaat bagi masyarakat setempat. Peningkatan kunjungan konsumen mengalami peningkatan setelah dilakukannya revitalisasi pasar tradisional di Kota Denpasar. Wujud atas digitalisasi di pasar tradisional dapat dilihat pada pembayaran melalui *QR Code Indonesian Standard (QRIS)* yang telah terstandarisasi Bank Indonesia yang dapat diakses oleh konsumen di setiap kios atau lapak. Konsumen menyambut baik atas perubahan proses pembayaran dari uang fisik menjadi berbasis *online* karena proses transaksi yang cepat. Di lain pihak, masih diperlukan edukasi atas penggunaan pembayaran berbasis *online* dikarenakan usia pedagang yang tergolong tua sehingga memerlukan waktu dan usaha untuk beradaptasi.

Saran yang dapat dikembangkan atas penelitian ini, yaitu peneliti dapat menggunakan metode eksplorasi untuk menangkap realita nyata yang ada di pasar tradisional Kota Denpasar, selain itu peneliti dapat menggunakan wawancara untuk memberikan gambaran atas pengalaman pedagang ketika memanfaatkan pembayaran berbasis *online*. Cakupan penelitian juga diharapkan tidak hanya terbatas pada Kota Denpasar, namun menggunakan objek penelitian yang lebih luas.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amurwonegoro, A. (2022). BNI Galakkan Digitalisasi Pasar Tradisional di Bali. <https://bali.tribunnews.com/2022/04/01/bni-galakkan-digitalisasi-pasar-tradisional-di-bali>. Diakses pada 4 Desember 2022.
- Ayuningsasi, A.A.K. (2013). Analisis Faktor Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja ke Pasar tradisional di Kota Denpasar: Analisis Faktor. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Dewi, G.A. 2021. Analisis Pemanfaatan Website Pasar BRI di Pasar Tradisional Kota Denpasar. *Jurnal Magister Akuntansi Universitas Gadjah Mada*.

- Halia, N. (2021). Adaptasi Sosial Pedagang Konvensional Terhadap Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar). *Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Husain, A., Sandström, S., Greb, F., & Agamile, P. (2020). Economic and food security implications of the COVID-19 outbreak. *VAM Food Security Analysis*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). Marketing Management. *Marketing Management*.
- Pandey, A., & Parmar, J. (2019). Factors Affecting Consumer's Online Shopping Buying Behavior. *SSRN Electronic Journal*.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3308689>
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/42157/perpres-no-112-tahun-2007>.  
Diakses pada 4 Desember 2022.
- Putra, A. (2018). Kemendag Sertifikasi Dua Pasar Tradisional di Denpasar.  
<https://www.balipost.com/news/2018/10/12/58383/Kemendag-Sertifikasi-Dua-Pasar-Tradisional.html>. Diakses pada 4 Desember 2022.
- Sadya, S. (2022). Ini Sederet Alasan Konsumen Makin Giat Belanja Online.  
<https://dataindonesia.id/digital/detail/tetap-belanja-online-meski-pandemi-mereda-ini-alasannya>. Diakses pada 4 Desember 2022.
- Santosa, A., Suharjo, I., & Sumiyarsih. (2020). Digitalisasi Pasar Tradisional di Masa Pandemi. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Sasmita, M.H.H & Afrianto I. 2019. Purwarupa Sistem Transaksi Non Tunai di Pasar Tradisional Berbasis *E-Wallet* dan *QR-Code*. *Jurnal Teknik Informatika*.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.