

ADAPTASI TERHADAP PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL OLEH PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR LAMA KOTA BANJARMASIN

Aria Adi Prasajo¹, Sri Hidayah¹

¹Sosiologi, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

Corresponding author:

Aria Adi Prasajo

ariaadi29@gmail.com

Keywords:

Traditional market; changes; adaptation; digital technology

DOI:

<https://doi.org/10.20527/h-js.v2i4.178>

Article History:

Received: November 10, 2023

Accepted: December 25, 2023

ABSTRACT

Pasar Lama is a traditional market in Banjarmasin City, where the trading system is generally still carried out conventionally, but nowadays the presence of digital technology has had quite a detrimental impact on traders because many people have switched to using digital transactions. This study aims to determine changes in traditional merchants in the use of digital technology. The research method used is a descriptive qualitative approach. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Setting the time and location of the research from December 2022 to May 2023 in the Old Market of Banjarmasin City. The results showed that there was an adaptation process made by Old Market traders, namely using digital technology introduced by the closest people such as relatives, customers, friends and so on. The addition process is a stage in the use of digital technology by traders at Old Market, at this stage traders can already develop businesses through digital services. The adjustment process is the stage of acceptance of traders from the presence of Digital Technology, At this stage, traders can combine direct in-store services with services via digital media. Discovery and innovation is the process of traders in adapting to changes by applying digital technology to their merchandise. The adaptation of changes made by traders aims to be able to maintain and develop the businesses they have so that they can continue to compete in this day.

ABSTRAK

Pasar Lama merupakan pasar tradisional di Kota Banjarmasin, yang sistem berdagangnya umumnya masih dijalankan secara konvensional, namun di zaman sekarang hadirnya teknologi digital memberikan dampak yang cukup merugikan bagi pedagang karena banyaknya masyarakat yang beralih menggunakan transaksi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan pada pedagang tradisional dalam penggunaan teknologi digital. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setting waktu dan lokasi penelitian dimulai pada bulan Desember 2022 hingga Mei 2023 di Pasar Lama Kota Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat proses adaptasi yang dilakukan pedagang Pasar Lama, yakni adanya penggunaan teknologi digital yang dikenalkan oleh orang-orang terdekat, misalnya kerabat, pelanggan, teman dan lain sebagainya. Proses penambahan merupakan tahap pemanfaatan teknologi digital oleh pedagang di Pasar Lama, pada tahap ini pedagang sudah bisa mengembangkan usaha melalui layanan digital. Proses penyesuaian merupakan tahap penerimaan pedagang terhadap hadirnya teknologi digital, pada tahap ini pedagang sudah bisa mengkombinasikan layanan langsung di toko dengan layanan melalui media digital. Penemuan dan inovasi merupakan proses pedagang dalam melakukan adaptasi perubahan dengan melakukan penerapan teknologi digital pada dagangan mereka. Adaptasi perubahan yang dilakukan pedagang bertujuan untuk bisa mempertahankan dan mengembangkan usaha yang mereka miliki agar bisa terus bersaing di zaman sekarang.

How to Cite:

Prasajo, A. A., & Hidayah, S. (2023). Adaptasi Terhadap Perkembangan Teknologi Digital oleh Pedagang Tradisional di Pasar Lama Kota Banjarmasin. *Huma: Jurnal Sosiologi*, 2(4), 376-383. <https://doi.org/10.20527/h-js.v2i4.178>



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

A. PENDAHULUAN

Pasar merupakan salah satu tempat berkumpulnya pedagang dan pembeli dengan melakukan transaksi jual-beli barang dan jasa. Pasar, dalam Bahasa Latin disebut *mercatus*, yang bermakna berdagang atau tempat berdagang. Pengertian pasar adalah “membeli dan menjual secara umum” dan “penjualan (interaksi pertukaran) yang dikontrol oleh *demand* dan *supply*”. *Demand* dan *supply* dapat diartikan sebagai permintaan dan penawaran, oleh sebab itu aktivitas transaksi suatu barang tidak bisa lepas dari hal tersebut. Kebutuhan dari yang memberikan permintaan tentunya selalu memerlukan penawaran, begitupun sebaliknya, sehingga terbentuklah sistem perdagangan yang disebut pasar ([Damsar & Indrayani, 2018](#)). Menurut ([Peribadi, 2018](#)), tidak ada pasar tanpa proses perdagangan, sebaliknya tidak ada perdagangan tanpa adanya pasar.

([Aliyah, 2020](#)), mengatakan bahwa pasar adalah tempat berkumpul untuk berjual-beli. Pasar tradisional sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, dengan pola hubungan ekonomi yang menghasilkan terjalannya interaksi sosial yang akrab antara pedagang dan pembeli. Pasar tradisional menjadi salah satu tempat favorit dalam melakukan transaksi jual beli barang. Selain harganya yang murah, tawar-menawar masih bisa didapatkan di pasar tradisional, sehingga menciptakan unsur kepercayaan antara pedagang dan pembeli. Pasar Tradisional telah ada sejak berabad-abad yang lalu bahkan sejak zaman kerajaan dan masih aktif berjalan hingga sekarang. Namun saat ini terdapat suatu masalah yang membuat keberadaan dan fungsinya menjadi berkurang. Bahkan banyak pedagang pasar tradisional mengalami kerugian, yang terjadi karena adanya pesaing baru yang hadir di masa sekarang, yakni aktivitas jual-beli dengan memanfaatkan teknologi digital. Akibatnya banyak pelanggan yang beralih memanfaatkan pasar *online*.

([Fitriana et al., 2021](#)), mengatakan bahwa pedagang pasar Nagari Air Bangis Pasaman Barat, dari tahun 2018-2020, mengalami penurunan pendapatan. Sedangkan pedagang pasar *online* mengalami kenaikan penghasilan. ([Bathni et al., 2021](#)), mengungkapkan bahwa terdapat kesadaran pada pedagang bahwa penjualan *online* terus mengalami peningkatan. Selain itu, terdapat persepsi yang dikemukakan pedagang tradisional tentang pengaruh pasar *online* yang menyebabkan penurunan omset pendapatan. Sejak Pandemi Covid-19 banyak pembeli yang beralih menggunakan layanan *online shop*. Sehingga penggunaan layanan online di era sekarang telah terbentuk menjadi kebudayaan masyarakat yang baru.

Pasar Lama merupakan pasar tradisional yang terletak di Kelurahan Pasar Lama Kecamatan Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin. Pasar Lama memiliki nilai historis yang panjang, dimana pasar tersebut merupakan salah satu pasar tertua di Kota Banjarmasin. Dibangun sejak zaman penjajahan Belanda, dan uniknya pasar tersebut masih bertahan hingga sekarang. Pasar Lama dulunya bukanlah kawasan perdagangan, melainkan sebuah perkampungan yang disebut sebagai kampung Bugis karena diisi oleh masyarakat yang mayoritas berasal dari suku Bugis. Namun lambat laun banyaknya masyarakat yang berasal dari daerah lain yang berdatangan menciptakan lingkungan baru dengan berbagai macam pertukaran barang yang dibutuhkan dan ditawarkan. Sehingga terbentuklah pasar yang masih bertahan hingga sekarang ([Ensiklopedia Dunia, 2023](#)).

Pada era sekarang keberadaan pesaing-pesaing baru memberikan dampak negatif pada pedagang pasar tradisional ([Sarwoko, 2008](#)). Ketidakmampuan pedagang dalam melakukan adaptasi terhadap perubahan menjadi masalah tersendiri bagi pedagang di pasar tradisional. Banyaknya pesaing yang memanfaatkan teknologi digital tentu sangat

berpengaruh pada pendapatan pedagang, akibatnya Pasar Lama menjadi sepi pembeli. Sistem berdagang tradisional yang digunakan pedagang Pasar Lama sampai sekarang sudah tertinggal dengan sistem perdagangan secara modern yang menggunakan teknologi masa kini. Hal tersebut dipengaruhi munculnya kebudayaan baru pada masyarakat dalam penggunaan teknologi digital, yang berdampak buruk pada omzet pendapatan pedagang ([Lubis, 2019](#)).

Di zaman sekarang masyarakat dibuat terpengaruh karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan teknologi digital. Masyarakat telah menganggap teknologi digital adalah bagian dari kehidupan sehari-hari dalam melakukan aktivitas. Dari masalah tersebut seharusnya pedagang Pasar Lama bisa mengevaluasi diri dan berubah dengan mengikuti perkembangan zaman. Perubahan yang terjadi sangat mempengaruhi kebudayaan yang ada pada masyarakat sekarang, sehingga perlu mengetahui bagaimana bentuk adaptasi pedagang pasar tradisional terhadap pemanfaatan teknologi digital.

William F. Ogburn mendefinisikan perubahan sebagai unsur-unsur kebudayaan baik material maupun immaterial. Pada unsur kebudayaan materiil akan menjadi sumber utama dari kemajuan sedangkan unsur kebudayaan immaterial dituntut untuk bisa menyesuaikan diri dari perubahan yang terjadi pada materiil. Teknologi mengubah masyarakat melalui 5 proses, yakni: *penciptaan*, *penemuan*, *difusi*, *akumulasi*, dan *penyesuaian* ([Henslin, 2006](#); [Ariyani & Nurcahyono, 2014](#)). Penelitian ini menganalisis bentuk adaptasi yang dilakukan pedagang Pasar Lama terhadap perkembangan teknologi digital dengan menggunakan teori perubahan sosial yang mencakup 5 (lima) proses yang dikemukakan oleh William F. Ogburn.

Teknologi digital di zaman sekarang telah menjadi konsumsi umum bagi masyarakat, sehingga dari perkembangannya sudah menjadi alat dalam kebutuhan sehari-hari mulai dari berbelanja, membayar kebutuhan, menggunakan jasa dan lain-lain. Adaptasi pedagang terhadap hadirnya teknologi digital perlu diteliti lebih lanjut karena terdapat persaingan yang tentunya sangat berdampak bagi perkembangan pedagang. Penelitian ini membedah cara pedagang dalam melakukan perubahan atau respon terhadap kehadiran teknologi digital.

B. METODE

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut ([Bogdan & Taylor, 1975](#); [Moleong, 2002](#)), penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data dekriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang (informan) dan perilaku yang diamati. Subjek penelitian adalah pedagang Pasar Lama yang sudah menggunakan teknologi digital. Informasi dari pedagang tersebut dikumpulkan untuk menemukan kebenaran. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Waktu penelitian dimulai pada bulan Desember 2022 hingga bulan Mei 2023. Penelitian ini menggunakan analisis data model ([Miles & Huberman, 1994](#); [Sugiyono, 2009](#)), yang terdiri dari data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing* atau verifikasi.

C. PERUBAHAN PEDAGANG PASAR LAMA DALAM PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL

William F. Ogburn yang menjelaskan bahwa teknologi mengubah masyarakat melalui 5 proses, yaitu: 1) *penciptaan*, yakni kombinasi unsur dari bahan yang ada untuk membentuk unsur dan bahan yang baru; 2) *penemuan*, merupakan suatu cara baru melihat kenyataan sebagai suatu proses perubahan kedua. Kenyataannya sendiri sudah

ada, tetapi orang baru melihatnya untuk pertama kali; 3) *difusi*, menekankan bahwa penyebaran yang sudah melalui proses penciptaan dan penemuan dari suatu wilayah ke wilayah lain, dapat berakibat besar pada kehidupan orang; 4) *akumulasi*, dihasilkan dari lebih banyaknya unsur baru yang ditambahkan kepada satu kebudayaan dibanding dengan unsur-unsur lain yang lenyap dari kebudayaan bersangkutan; 5) *penyesuaian*, mengacu pada masalah yang timbul dari saling ketergantungan seluruh aspek kebudayaan ([Henslin, 2006](#); [Ariyani & Nurcahyono, 2014](#)).

Dalam melakukan perubahan pada penggunaan teknologi digital tentu pedagang harus bisa mengenal terlebih dahulu dan mempelajarinya, sehingga bisa bermanfaat dalam meningkatkan pendapatan saat melakukan aktivitas jual beli. Sebelumnya pada aktivitas jual beli di pasar biasanya hadir karena adanya kebutuhan yang diperlukan orang-orang banyak yang saling bertukar. Kebutuhan yang dimaksud seperti kebutuhan makanan, rumah tangga, kebutuhan hidup dan lain sebagainya.

Pasar Lama merupakan pasar tradisional yang sudah cukup lama dibangun sehingga kebudayaan transaksi jual-beli yang dilakukan oleh pedagang sebelumnya diturunkan ke pedagang-pedagang baru di Pasar Lama. Pada aktivitasnya, pedagang menjalankan bisnis jualan dengan tahap yang berbeda-beda, terdapat aspek-aspek yang membagi aktivitas pedagang berdasarkan pelakunya namun dari aktivitas secara umum tentunya pedagang Pasar Lama memiliki konsep berdagang dan aturan masing-masing yang ditetapkan. Hal tersebut bisa dikatakan bahwa pedagang sudah memiliki patokan dalam menjalankan dagangannya. Secara umum bisa dikatakan bahwa aktivitas pedagang dibagi menjadi 3 tahap, yaitu memenuhi kebutuhan barang dagangan, pengaturan waktu, dan jual beli.

1. Memenuhi Kebutuhan Barang Dagangan

Pedagang Pasar Lama dalam memenuhi kebutuhan barang dagangannya biasanya melakukan cara penyetokan. Hal tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan barang di toko sehingga aktivitas berdagang bisa terus berlanjut. Penyetokan barang harus dilakukan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan banyak orang. Pedagang biasanya melakukan penyetokan sesuai kebutuhan barang dagangan. Jika stoknya kurang atau ada yang memesan, maka pedagang akan mencari barang dagangan terlebih dahulu agar kebutuhan barang di toko terpenuhi. Mereka juga melakukan penyetokan barang ke sumber-sumber yang lebih besar pasarnya dan lebih murah sehingga barang yang mereka beli bisa dijual lagi dengan harga yang lebih tinggi.

2. Pengaturan Waktu Pada pedagang

Waktu bagi pedagang sangat penting karena kegiatan mereka selain dipengaruhi oleh perputaran uang juga ikut dipengaruhi oleh waktu. Pedagang Pasar Lama dalam menjalankan bisnis biasanya memberi batasan waktu mulai dari menyediakan barang, membuka dagangan, istirahat, dan menutup dagangan. Sebagian besar pedagang di Pasar Lama melakukan kegiatan berdagang pada pukul 07.00 hingga pukul 17.00. Terdapat pula pedagang yang baru menutup lapak atau kiosnya pada pukul 18.00. Setelah selesai menjalankan bisnis (berdagang), para pedagang merapikan barang dagangan dan beristirahat. Pembagian waktu tentunya menyesuaikan dengan pengunjung pasar yang berlangsung sepanjang hari, meskipun pada jam-jam tertentu lebih ramai pengunjung misalnya pada pagi dan sore hari. Dalam hal ini para pedagang menjalankan bisnis mengikuti aktivitas produktif masyarakat umum, sehingga aktivitas ekonomi pedagang dan pembeli bisa dilakukan di pasar.

3. Melayani dan Menarik Pelanggan Dalam Aktivitas Jual-Beli

Aktivitas jual-beli di Pasar Lama tentu menjadi hal yang paling penting karena sangat membantu pedagang dalam menghasilkan pendapatan. Adapun cara dalam menjalankan aktivitas tersebut yaitu dengan menggaet serta melayani pelanggan yang membeli dagangan. Pendekatan pelayanan yang diterapkan pedagang, yakni antusias dalam menyambut pelanggannya yang datang ke lapak atau kios mereka, dan menjelaskan informasi tentang produk yang di butuhkan agar pelanggan mendapatkan kepuasan saat melakukan transaksi jual beli. Dalam menarik pelanggan biasanya pedagang melakukannya dengan cara yang berbeda-beda, ada yang memasang banner nama toko, dan ada juga yang mengiklankan produknya di media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhattsApp*, *Google Maps* dan lain-lain.

4. Perubahan yang Terjadi Pada Pedagang Pasar Lama

Sering berkembangnya zaman perubahan membuat proses kemajuan terus terjadi di dalam kehidupan masyarakat, bahkan terkadang tanpa disadari oleh masyarakat itu sendiri. Keharusan untuk melakukan perubahan dikarenakan adanya persaingan, tekanan, kebutuhan dan lain-lain. Pasar Lama menjadi salah satu tempat dimana sebagian pedagang yang ada disana mengalami perubahan dari segi sistem perdagangan, yang awalnya tradisional kini beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi digital.

Penyebaran teknologi digital di masyarakat semakin meluas, bahkan kegunaanya pada bidang perekonomian sangat membantu masyarakat dalam mempermudah mencari kebutuhan. Di zaman sekarang kehadiran teknologi digital menjadi potensi yang cukup menjanjikan bagi kalangan pebisnis. Tetapi pada pedagang di Pasar Lama yang merupakan pedagang tradisional sebenarnya masih cukup awam karena mayoritas menekuni sistem transaksi secara konvensional. Wujud perubahan yang terjadi adalah penggunaan teknologi telah diterapkan oleh beberapa pedagang dalam memenuhi kebutuhan bisnis di toko mereka. Hal tersebut didasari adanya penyebaran penggunaan teknologi digital yang dilakukan dengan sengaja maupun tidak sengaja.

Penggunaan teknologi digital pada pedagang Pasar Lama kebanyakan dikenalkan oleh orang-orang terdekat, misalnya kerabat, pelanggan, teman dan lain sebagainya. Biasanya mereka mengenalkan bentuk pemanfaatan teknologi digital dan kegunaanya jika dimanfaatkan dalam berdagang, yakni membuat barang dagangan jadi lebih mudah menyebar di dunia maya, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Shopee* dan lain-lain. Belum lagi masyarakat zaman sekarang selalu bergantung pada gadget. Sehingga pendapatan yang didapatkan pedagang tidak hanya dari berdagang secara *offline*, tetapi bisa juga dari berdagang secara *online*.

Setelah mengenal teknologi digital, mereka juga membimbing pedagang menerapkannya pada barang dagangan mereka. Tujuannya adalah meningkatkan pendapatan dengan cara kerja yang lebih mudah dalam menyebarkan barang dagangan dan menjalin komunikasi dengan pelanggan. Dari kemudahan tersebut pelanggan tidak perlu lagi jauh-jauh menanyakan stok dan harga barang yang ada di toko pedagang.

Penambahan penggunaan teknologi digital pada barang dagangan memberikan keuntungan yang cukup karena pedagang Pasar Lama yang sebelumnya hanya berdagang secara tradisional. Saat ini mereka memiliki tambahan pendapatan dari dagangan yang dijual secara digital. Selain itu, penggunaan teknologi tersebut juga bermanfaat bagi pedagang dalam mempermudah transaksi, penyebaran, dan komunikasi pada pelanggan. Layanan yang sering mereka gunakan untuk menunjang pemasaran dan

transaksi, yaitu *Shopee pay*, *Qris*, *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, dan *G-Maps*. Beberapa layanan digital tersebut fungsinya berbeda-beda, misalnya *Shopee pay* dan *Qris* yang digunakan untuk transaksi pembayaran secara digital atau elektronik. Sedangkan *Facebook*, *Instagram*, dan *Whatsapp* digunakan sebagai penyebaran, pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan atau disebut *market place*. Selain itu, terdapat juga *G-maps* yang digunakan beberapa pedagang sebagai media periklanan dan penunjuk arah ke lokasi toko mereka.

Bisa dilihat bahwa beberapa pedagang yang sudah memanfaatkan teknologi digital telah mengalami kemajuan. Perubahan yang mereka lakukan menghasilkan peningkatan pada omzet penjualan. Jika *skill* dalam memanfaatkan digital dikembangkan lagi oleh pedagang maka mereka akan memiliki potensi jaringan penjualan yang lebih luas.

Kehadiran teknologi digital sangat berdampak bagi kebanyakan orang karena di zaman sekarang dapat memberikan pengaruh pada perubahan budaya di masyarakat. Sehingga dalam melakukan aktivitas mereka selalu bergantung pada penggunaan teknologi digital. Dampak tersebut juga berpengaruh pada pedagang Pasar Lama, yang mau tidak mau harus melakukan perubahan dengan cara menyesuaikan keadaan dan ikut memanfaatkan teknologi digital. Beberapa pedagang telah menerapkan penggunaan teknologi digital pada dagangan mereka, yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dari toko/lapak di pasar. Setelah menerapkan teknologi tersebut, sekarang mereka memiliki pendapatan yang meningkat karena pelanggan yang didapatkan tidak hanya dari pasar tapi juga di dunia maya. Perubahan tersebut dilakukan pedagang agar bisa bertahan dalam melawan perubahan di era sekarang. Selain itu, pedagang juga sudah bisa menyesuaikan diri di lingkungan yang baru dengan cara menerima kehadiran teknologi digital. Kebanyakan pedagang yang menerima kehadiran teknologi tersebut tidak lagi mendapatkan kerugian karena dampak dari perkembangan teknologi digital sudah tidak mempengaruhi mereka.

5. Pedagang pasar lama: tradisional yang tak ketinggalan zaman

Pasar Lama merupakan salah satu pasar yang sudah sangat tua sehingga sistem berdagang secara tradisional masih terdapat di pasar tersebut. Hal ini didasari karena adanya budaya yang sudah ada sejak dulu yang masih diturunkan hingga sekarang. Terdapat 3 tahap pekerjaan yang mereka lakukan setiap hari, yaitu: 1) memenuhi kebutuhan barang dagangan; 2) pengaturan waktu pada pedagang Pasar Lama; 3) melayani dan menarik pelanggan dalam menjalankan aktivitas jual-beli. Perubahan yang dilakukan berdasar pada suatu masalah yang dihadapi pedagang Pasar Lama, yakni adanya persaingan dengan pedagang yang memanfaatkan teknologi digital. Kehadiran *online shop* berdampak pada pedagang pasar tradisional. Oleh karena itu untuk bisa bertahan pedagang harus bisa melakukan inovasi baru dalam mengikuti perubahan.

Penemuan dan penciptaan merupakan suatu proses adaptasi perubahan yang bisa dilakukan pedagang agar bisa bertahan dan mengembangkan dagangannya. Penemuan bisa dikatakan sebagai ide atau gagasan dalam melakukan suatu penciptaan. Sedangkan penciptaan bisa dikatakan sebagai inovasi dalam menerapkan hasil dari ide atau gagasan pada penemuan. Di Pasar Lama terdapat pedagang yang melakukan inovasi dengan memperbarui sistem penjualan dengan cara memanfaatkan teknologi digital. Dari penerapan tersebut menciptakan suatu konsep baru pada transaksi jual beli (*online*) yang berfungsi untuk mengembangkan usaha pedagang agar menjadi maju. Setelah melakukan

inovasi melalui pemanfaatan teknologi digital tersebut pendapatan yang dihasilkan beberapa pedagang menjadi meningkat dari sebelumnya.

Pada proses penemuan dan penciptaan yang sudah dijalankan pedagang tersebut bisa dikatakan sudah melakukan adaptasi perubahan dengan memanfaatkan teknologi digital yang menjadi inovasi baru dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha. Adaptasi perubahan yang dilakukan pedagang di Pasar Lama bisa dibilang berhasil.

D. KESIMPULAN

Kebertahanan Pedagang Pasar Lama dilakukan dengan cara beradaptasi dalam melawan perubahan di zaman sekarang. Proses perubahan yang dilakukan pedagang Pasar Lama, yaitu pengenalan teknologi digital, penambahan dan pemanfaatan teknologi digital, penyesuaian penggunaan teknologi digital dengan sistem berdagang secara tradisional, penciptaan dan penemuan merupakan proses dalam melakukan adaptasi perubahan dengan cara melakukan inovasi dalam memanfaatkan teknologi digital. Dalam melakukan adaptasi perubahan seharusnya para pedagang tradisional di Pasar Lama mendapatkan bimbingan agar capaiannya lebih maksimal. Setiap pedagang di Pasar Lama harus beradaptasi dengan melakukan inovasi kegiatan berdagang dengan memanfaatkan teknologi digital jika masih ingin bertahan dan bersaing di zaman sekarang.

REFERENSI

- Aliyah, I. (2020). *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Ariyani, N. I., & Nurcahyono, O. (2014). Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 1-12. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1762561&val=11711&title=DIGITALISASI%20PASAR%20TRADISIONAL%20PERSPEKTIF%20TEORI%20PERUBAHAN%20SOSIAL>
- Bathni, I., Dermawan, D., & Turkamun. (2021). Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pasar Tradisional Pedagang Pakaian dan Tas di Pasar Ciputat. *Proceeding Secretari Universitas Pamulang*, 1(2), 267-281. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSU/article/view/18682>
- Bogdan & Taylor. (1975). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Damsar & Indrayani. (2018). *Pengantar Sosiologi Pasar*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Ensiklopedia Dunia. (2023). Pasar Lama, Banjarmasin Tengah, Banjarmasin. Ensiklopedia Dunia. Retrieved from: https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Pasar_Lama,_Banjarmasin_Tengah,_Banjarmasin
- Fitriana, L., Fitlayeni, R., & Akbar, W. K. (2021). Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Pasar Online (Studi Kasus pada Pedagang Konvensional di Pasar Nagari Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat). *Jurnal Horizon Pendidikan*, 1(3), 543-553. <https://doi.org/10.22202/horizon.v1i3.5169>
- Henslin, J. M. (2006). *Sosiologi Dengan Pendekatan Mebumi*. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, N. H. (2019). *Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus pada Pedagang Konvensional di Pasar Petisah Medan)*. [Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara]. <https://repository.usu.ac.id/handle/123456789/14940>

- Miles, M. B., & Huberman, M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook Second Edition*. New York: SAGE Publications.
- Moleong, J. L. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Peribadi, M. D. (2018). *Sosiologi Pasar*. Kendari: Literacy Institute.
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(2), 97-115. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/view/880>
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.