

PERAN BISNIS ONLINE TERHADAP DAMPAK COVID-19 PADA PENJUALAN PASAR TRADISIONAL

Nabillah Fadilah Alvan¹, Putri Winne Maharani Girsang², Dina Destiani³
Universitas Sains Indonesia

Correspondence		
Email: nabillahf02@gmail.com , putriwinnemaharani@gmail.com , dinadestiani50@gmail.com	No. Telp:	
Submitted 1 Agustus 2025	Accepted 4 Agustus 2025	Published 5 Agustus 2025

ABSTRAK

Pasar tradisional saat ini masih menjadi salah satu pusat kegiatan ekonomi penting bagi sebagian masyarakat Indonesia. Pasar tradisional juga merupakan salah satu sektor usaha yang rentan terhadap situasi pandemi COVID-19, oleh sebab itu pemerintah berupaya terus mendorong UMKM khususnya pasar tradisional untuk di revitalisasi agar dapat menggunakan platform e-commerce dalam menjalankan transaksi bisnisnya karena bisnis offline saat ini tidak bisa dijalankan secara normal serta sebagai upaya pemerintah dalam mencegah penularan virus COVID-19. Banyaknya para pedagang yang mengalami penurunan pendapatan akibat pengaruh wabah COVID-19, Pemerintah Indonesia mengambil keputusan untuk memutus rantai penyebaran COVID-19 dengan cara Sosial Distancing, dan pemerintah juga memutuskan untuk membatasi jumlah pembeli yang masuk ke pasar tradisional. Penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis online ini sangat berpengaruh dan berguna bagi para pedagang pasar tradisional. Tak hanya pedagang pasar tradisional tetapi seluruh masyarakat mulai dari anak sekolah hingga ibu rumah tangga bisa menggunakan bisnis online untuk memulai bisnis.

Kata kunci: Pasar Tradisional, COVID-19, Bisnis online

PENDAHULUAN

Pasar tradisional saat ini masih menjadi salah satu pusat kegiatan ekonomi penting bagi sebagian masyarakat Indonesia. Berbagai kendala dan perubahan yang terjadi telah meminggirkan pasar tradisional yang telah lama memiliki fungsi redistribusi produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat termasuk buah dan sayuran. Resiko dalam distribusi produk pertanian diakibatkan oleh adanya ketergantungan aktivitas pertanian pada alam, pengaruh buruk alam telah banyak mempengaruhi total hasil panen pertanian. Selain karena faktor alam (cuaca), faktor harga jual juga menjadi resiko yang sangat mempengaruhi pendapatan pedagang yang pada akhirnya akan mempengaruhi keuntungan yang diterima. Keberanian para pedagang untuk menerima resiko sangat mempengaruhi keberlanjutan usaha yang dilakukannya (Robert Sinaga, Melffrianti Romauli Purba, 2020)

Ditengah wabah pandemi Covid19 yang sedang terjadi di Indonesia, banyak dampak yang terjadi bagi perekonomian masyarakat Indonesia, terutama pedagang di pasar tradisional. Pendapatan para pedagang menurun drastis, hal ini juga berpengaruh terhadap permintaan barang dan jasa. Pelaku usaha pada pedagang pasar tradisional yang biasanya bisa memiliki pendapatan yang tinggi, setelah kemunculan covid-19 kini menurun drastis. Hal ini diakibatkan oleh permintaan di pasar yang juga menurun semenjak adanya wabah covid-19 di Indonesia. Umumnya para pedagang pasar tradisional tidak ditopang dana pinjaman atau penanam saham, melainkan dari dana sendiri. Semenjak beberapa daerah memberlakukan pembatasan pergerakan orang, kerumunan sampai ada yang melakukan karantina parsial sehingga banyak pedagang yang merugi karena pembeli sangat jarang bahkan tak ada. Beberapa pedagang masih mencari peruntungan berjualan meski dengan resiko ditertibkan. Hal itu, karena kehidupan mereka sangat bergantung kepada pendapatan harian.

Pasar tradisional merupakan salah satu sektor usaha yang rentan terhadap situasi pandemi COVID-19, oleh sebab itu pemerintah berupaya terus mendorong UMKM khususnya pasar tradisional untuk di revitalisasi agar dapat menggunakan platform e-commerce dalam

menjalankan transaksi bisnisnya karena bisnis offline saat ini tidak bisa dijalankan secara normal serta sebagai upaya pemerintah dalam mencegah penularan virus COVID-19. Disamping itu sebagai langkah pemerintah dalam mewujudkan “Gerakan UMKM Go Online” yang merupakan salah satu wujud upaya pemerintah dalam pemerataan akses digitalisasi ke seluruh lapisan masyarakat. Untuk itu pemerintah menggandeng banyak pihak dalam program revitalisasi pasar tradisional tersebut diantaranya adalah dengan menggandeng LinkAja untuk memudahkan pembayaran transaksi online dan juga dengan transportasi online. Bahkan beberapa kota di Indonesia telah meluncurkan aplikasi belanja online di pasar tradisional untuk masyarakatnya. Untuk itu perlu adanya kesiapan bagi para pedagang pasar tradisional tersebut berupa pengetahuan dan ketrampilan teknis cara-cara berjalan online.

Banyaknya para pedagang yang mengalami penurunan pendapatan akibat pengaruh wabah COVID-19, Pemerintah Indonesia mengambil keputusan untuk memutus rantai penyebaran COVID-19 dengan cara Sosial Distancing, dan pemerintah juga memutuskan untuk membatasi jumlah pembeli yang masuk ke pasar tradisional. Oleh karena itu banyak pedagang pasar tradisional mengalami penurunan pendapatan. Tetapi COVID-19 juga telah membuka wawasan para pedagang untuk melakukan aktifitas bisnis secara online (online shop). Bisnis online memberikan keuntungan baik bagi penjual maupun pembeli karena internet dapat menciptakan transaksi jual beli yang lebih efektif, ekonomis, dan efisien. Sistem online shop ini bukan hanya melalui website akan tetapi banyak juga yang menggunakan media social seperti facebook, whatsapp, instagram, twitter dan lain sebagainya, dan cara ini terbukti mampu meningkatkan omzet penjualan para pedagang pasar tradisional

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah penelitian referensi. Menurut (Sutama, 2019) penelitian referensi adalah penelitian yang sumber datanya berasal dari beberapa referensi yang relevan, yaitu pengambilan datanya berorientasi pada beberapa referensi yang sesuai.

Obyek penelitian dalam artikel ini adalah bisnis online dan pasar tradisional. Dengan memaksimalkan peran bisnis online ditengah pandemi ini, diharapkan masyarakat Indonesia bisa lebih mengenal lebih jauh tentang konsep dan implementasi dari bisnis online tersebut.

Keabsahan data dalam artikel ini adalah dengan berbagai sumber dan perpanjangan waktu. Menurut (Sutama, 2019) triangulasi sumber artinya suatu data diambil dari beberapa sumber lalu diperoleh data yang sah dan sama. Triangulasi perpanjangan waktu adalah data diperoleh dari waktu yang diulang-ulang dan berbeda sehingga diperoleh data yang sah dan sama.

Teknik analisis data pada artikel ini adalah dengan menggunakan metode komparasi konstanta. Menurut (Sutama, 2019) analisis data dengan komparasi konstanta adalah komparasi atau perbandingan dengan menggunakan teoriteori yang sesuai kemudian diberikan sebuah makna. Proses analisis pada artikel ini adalah dengan mengumpulkan beberapa data, melakukan reduksi data, menyajikan data, dan verifikasi data serta yang terakhir adalah simpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Covid-19 Terhadap Penurunan Omzet Penjualan Pasar Tradisional

Penyebaran covid-19 yang saat ini sudah menyebar di berbagai Negara dan menjadi sorotan di dunia. Di Indonesia sendiri kasus covid-19 terus bertambah. Per tanggal 4 Juni, tercatat 28.818 positif covid-19, dengan jumlah sembuh 8.892, dan meninggal sebanyak 1.721. Meskipun angka kesembuhan terus bertambah, namun kasus positif covid-19 terus meningkat, sehingga mengakibatkan perekonomian di Indonesia mengalami perlambatan. (Rizky Andika, Sindi Pratiwi ,Aswaton Anisa, Salsabilah Aisyah Putri,2020)

Dampak yang signifikanpun terjadi terhadap perekonomian di Indonesia. Dari semua lini usaha mikro, kecil hingga koperasi sangat terdampak dengan adanya wabah virus corona. Penjualan menurun, permodalan, pesanan menurun, kesulitan bahan baku, dan kredit macet. Ekonomi tiba-tiba ambruk dalam sekejap. Para pengusaha UMKM merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Sedikitnya 39,9 persen UMKM memutuskan mengurangi stok barang selama pembatasan sosial berskala besar (PSBB) akibat covid-19. Sementara itu 16,1 persen UMKM memilih mengurangi karyawan akibat toko fisik ditutup. Sektor UMKM mengalami dampak yang cukup dalam akibat pandemi covid-19. (Rahmi Rosita, 2020)

Omzet Penjualan Pasar Tradisional Dan Bisnis Online

Tak dapat dipungkiri, perlahan semua sudah beralih ke arah digital, sehingga interaksi antara manusia dan teknologi sudah tidak terelakkan lagi. Semua pemenuhan kebutuhan sudah tersedia secara digital, mulai dari jual beli, jasa, hingga transaksi pembayaran. Pemanfaatan teknologi merupakan dasar dari masing-masing revolusi industry. Dampak era revolusi industry 4.0 adalah teknologi digital yang digunakan memungkinkan terjadinya interkoneksi antara mesin fisik dengan system produksi. Teknologi menjadi unsur utama terhadap pengembangan industri konvensional menuju industri digital sehingga mampu mentransfer data tanpa bantuan manusia serta dengan adanya big data agar mampu membantu dalam menentukan arah dalam bisnis (Rahmi Rosita,2020).

Menurut (Wirapraja, 2018) perkembangan zaman saat ini mengharuskan bagi pemasar untuk memperbaharui sistem penjualannya agar tetap mampu bersaing di era saat ini. Salah satu kiat usaha yang dilakukan untuk mewujudkan sistem ini adalah dengan pemasaran online yang diharapkan dapat memperbaharui sistem pemasaran konvensional yang telah lebih dahulu difahami oleh masyarakat. Menurut (Hawangga Dhiyaul Fadly dan Utama, 2020) Selama pandemi COVID-19 ini, pemerintah juga mulai mempertimbangkan masalah pemasaran online sebagai salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi defisit pajak akibat perlambatan ekonomi dan menurunnya pendapatan negara. Seperti contoh pada salah satu platform Bukalapak, mereka megutamakan pemasaran online berupa produk sembako selama pandemi ini untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berada di rumah

Menurut (Dinisari, 2020) Cofounder and President Director Bukalapak Fajrin Rasyid menyatakan bahwa pada saat ini perusahaan bukhalapak sudah mulai mendata perkembangan e-commerce karena bisnis pada saat ini sudah berpindah dari konvensional ke digital serta adanya perilaku konsumsi masyarakat. Dari pernyataan tersebut dapat kita simpulkan bahwa pergerakan pemasaran online sangatlah pesat terlebih lagi pada masa pandemi ini.

Peran Bisnis Online Terhadap COVID-19

Wabah COVID-19 membuat para pedagang pasar tradisional menjadi sepi pembeli semenjak diberlakukannya social distancing. Tidak sedikit dari mereka yang mengalami penurunan omzet hingga kerugian. Upaya yang efektif untuk diterapkan pada masa pandemi ini adalah dengan memaksimalkan pemasaran online. Mengingat semakin banyaknya masyarakat yang memulai WFH (work from home). Dengan demikian peluang untuk memaksimalkan bisnis online semakin mudah karena penggunaan internet pada saat pandemi COVID-19 meningkat pesat (Hawangga Dhiyaul Fadly dan Utama, 2020).

(Rohimah, 2019) salah satu dampak dari gejala era globalisasi adalah menurunnya peminat pasar tradisional terhadap bisnis online. Hal ini dikarenakan keuntungan yang di dapat dari bisnis online lebih besar daripada pasar tradisional. Salah satu faktor yang menyebabkan pasar konvensional sepi peminat diantaranya adalah pada faktor kenyamanannya, biaya maupun daya yang tidak terlalu besar, harga yang bersahabat dengan adanya diskon yang menarik serta efisiensi waktu. Hal ini sangatlah cocok untuk ditepkan pada masa pandemi ini mengingat sudah banyak orang yang mempertimbangkan masalah keamanan maupun kemudahan dalam bertransaksi secara online. Sistem bisnis online disini tidak ada batasannya,

pelanggan bisa memasarkan produk mereka di seluruh penjuru dunia hanya dengan menggunakan media internet. Tak lepas dari hal itu untuk memaksimalkan peran bisnis online harus dibarengi dengan pemantapan digital branding.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis online ini sangat berpengaruh dan berguna bagi para pedagang pasar tradisional. Tak hanya pedagang pasar tradisional tetapi seluruh masyarakat mulai dari anak sekolah hingga ibu rumah tangga bisa menggunakan bisnis online untuk memulai bisnis. Dengan hanya mengandalkan smartphone masyarakat bisa berbisnis walaupun hanya dirumah saja. Bagi para pedagang yang hanya mengandalkan pembeli di pasar, kalian bisa memulai bisnis online. Dengan bisnis online para pedagang mendapat masukan lebih yaitu dengan pembeli di pasar dan pembeli di online shop. Tentu keuntungan yang didapat akan lebih banyak dan mampu meningkatkan omzet penjualan. Tak hanya para pedagang pasar, masyarakat juga bisa menggunakan bisnis online sebagai usaha sampingan tanpa harus membuka toko secara fisik, hanya mengandalkan hp dan internet masyarakat juga mampu membuka bisnis. Dan strategi bisnis online ini merupakan strategi pemasaran yang sangat efektif, mengingat perkembangan teknologi pada zaman sekarang sudah semakin pesat dan sudah memasuki era revolusi industri 4.0. beberapa keunggulan dengan adanya sistem pemasaran online ini adalah mudahnya akses maupun komunikasi antara penjual dengan pelanggan dalam masalah penjualan produk, system pembayaran yang semakin mudah karena memanfaatkan teknologi dan efisiensi waktu maupun tempat. Jika bisnis online dimaksimalkan maka produk yang dijual akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan bisa memaksimalkan peran bisnis online.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, R., Pratiwi, S., Anisa, A., & Putri, S.A., (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG MIKRO PADA PASAR TRADISIONAL. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 16-22.
- Fadly, H.D., Sutama. (2020). MEMBANGUN PEMASARAN ONLINE DAN DIGITAL BRANDING DITENGAH PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213-221.
- Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1931>
- Mia Chitra Dinisari. (2020). E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia, selama Pandemi COVID-19. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200417/12/1228750/e-commerce-dorong-perekonomian-indonesiaselama-pandemi-COVID-19->
- Sutama. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, Mix Method, R&D. Jasmine.
- Nuraini, I., & Hadi, S. (2021). PENDAMPINGAN PENJUALAN ONLINE PADA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL LANDUNGSARI KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG. *JURNAL ABADIMAS ADI BUANA*, 5(1), 75-89.
- Amri, A. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL BRAND*, 2(1), 123-130.
- Nurngaeni, E.. (2017). Pemanfaatan Media Sosial (Online) sebagai Distribusi Barang Era Digital di Pasar Klewer Surakarta. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 6(1), 55-64.
- Sinaga, R., Purba, M.R. (2020). PENGARUH PANDEMI VIRUS CORONA (COVID-19) TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG SAYUR DAN BUAH DI PASAR TRADISIONAL “PAJAK PAGI PASAR V” PADANG BULAN. *Jurnal Regionomic*, 2(2), 37-48

Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109-120.

<https://journal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>

<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/605>

<https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/380>

<https://repository.untag-sby.ac.id/8947/>