

Dampak Digital Ekonomi Melalui Platform E- Commerce Terhadap Ketahanan Keuangan pada UMKM di Pasar Menganti

Della Erdiana¹, Nur Fitroten Dian Sari², Ayu Asari³, Maria Yovita R. Pandin⁴

^{1,2,3,4}Universitas 17 Agustus 1955 Surabaya

dellaerdiana2284@gmail.com¹, nurfitrotendiansari@gmail.com², ayuasary24@gmail.com³, yovita_87@untag-sby.ac.id⁴

ABSTRACT

Menganti Market, a traditional market in Gresik, East Java, is feeling the impact of economic digitalization through e-commerce platforms on MSMEs in the market. This causes a decrease in turnover and unbalanced MSME business competition. Financial literacy and adaptation to digital technology are key in facing this change. Traders experienced a decline in income due to changes in people's shopping styles to e-commerce. Online and offline trade should be supported by policies that do not harm other parties, according to traders. In conclusion, the development of the digital economy poses significant challenges to traditional markets, as does the requirement for regulations that ensure the long-term viability of traditional traders' businesses.

Keywords : *Menganti Market, Economic Digitalization, E-Commerce, Msmes, Traditional Traders*

ABSTRAK

Pasar Menganti, sebuah pasar tradisional di Gresik, Jawa Timur, mengalami dampak digitalisasi ekonomi melalui platform e-commerce terhadap UMKM di pasar tersebut. Hal ini menyebabkan penurunan omset dan persaingan yang tidak seimbang bagi UMKM. Literasi keuangan dan adaptasi terhadap teknologi digital menjadi kunci dalam menghadapi perubahan ini. Pedagang mengalami penurunan pendapatan akibat perubahan gaya belanja masyarakat ke e-commerce. Pedagang berharap diterapkan kebijakan yang melindungi pihak lain dan mendorong perdagangan online dan offline yang sehat. Kesimpulannya, pasar tradisional menghadapi tantangan besar dari perkembangan ekonomi digital dan perlu adanya regulasi yang mendukung keberlangsungan usaha pedagang tradisional.

Kata kunci : *Pasar Menganti, Digitalisasi ekonomi, e-commerce, UMKM, Pedagang Tradisional.*

PENDAHULUAN

Pasar Menganti, adalah sebuah pasar tradisional yang terletak di wilayah Gresik, Jawa Timur, Indonesia. Pasar ini telah menjadi saksi perubahan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan finansial di seluruh dunia yang dipicu oleh dorongan inovasi maju telah berdampak pada beberapa aspek kehidupan, termasuk dunia Usaha Miniatur, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Beberapa tahun belakangan ini, kemajuan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara dramatis, membuka peluang baru sekaligus menimbulkan tantangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pasar tradisional seperti Pasar Menganti, yang sebelumnya merupakan pusat aktivitas ekonomi lokal, kini merasakan dampak signifikan dari penetrasi digital. Meskipun digitalisasi memberikan berbagai manfaat, misalnya akses dan

penguasaan pasar yang lebih luas, terdapat pula dampak buruk yang mungkin merugikan UMKM yang bergerak di Pasar Menganti.

Seiring dengan pertumbuhan e-commerce dan platform perdagangan, oleh konsumen telah berubah secara drastis. Konsumen kini lebih memilih platform digital yang menawarkan kenyamanan, harga bersaing dan beraga pilihan produk. Hal ini mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan yang datang langsung ke pasar menganti untuk berbelanja barang barang kebutuhan sehari hari. Akibatnya, UMKM yang bergantung pada penjualan fisik di Pasar Menganti menghadapi penurunan omset yang signifikan.

Keberadaan platform e-commerce besar juga menghadirkan tantangan persaingan yang tidak seimbang bagi UMKM di Pasar Menganti. Perusahaan besar dengan sumber daya yang besar dapat dengan mudah mendominasi pasar online dengan strategi pemasaran yang agresif dan harga yang lebih rendah. Sementara itu, UMKM yang memiliki ketergantungan sumber daya dan akses teknologi sering kali kesulitan bersaing secara efektif dalam ranah digital, mengakibatkan mereka tersingkir dari pasar secara bertahap.

Ketidakstabilan sistem keuangan yang disebabkan oleh persaingan yang ketat dapat menyebabkan transmisi kebijakan moneter yang tidak berfungsi secara efektif, yang kemudian dapat mengurangi kemampuan mengelola keuangan, termasuk pengertian risiko dari produk yang di perdagangan. Hal ini dapat mempengaruhi stabilitas sistem keuangan, stabilitas sistem keuangan adalah ketika mekanisme ekonomi untuk menetapkan harga, mengalokasikan dana, dan mengelola risiko beroperasi dengan efektif, sehingga memperkuat pertumbuhan ekonomi.

Persaingan yang ketat juga dapat mempengaruhi ketahanan keuangan negara dengan pengaruh negatif melalui peningkatan risiko keuangan. Peningkatan risiko dapat meningkatkan biaya pengelolaan keuangan, yang kemudian dapat meningkatkan suku bunga kredit, yang dapat meningkatkan biaya pembiayaan dan menurunkan daya tahan rumah tangga.

Persaingan yang ketat juga dapat menyebabkan peningkatan biaya pengelolaan keuangan, yang kemudian dapat meningkatkan biaya pembiayaan dan menurunkan daya tahan rumah tangga. Ini bisa mengurangi kesenjangan pendapatan, menyempitkan kesenjangan antara mereka yang kurang mampu dan yang lebih mampu, serta meningkatkan risiko yang berkontribusi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih berkelanjutan.

Sebelum pandemi ini, pasar yang bertahan adalah tempat di mana dealer dan pembeli berkolaborasi secara langsung untuk mengatasi permasalahan mereka. Pasar ini terdiri dari berbagai perlambatan dan toko-toko yang menawarkan berbagai macam produk. Mereka melakukan transaksi langsung selama interaksi, di mana pembeli berkomunikasi dengan pedagang, menanyakan produk, menegosiasikan harga, dan bahkan menguji produk sebelum melakukan pembelian. Sebelum pandemi, pasar tunggu selalu ramai, sehingga pedagang dapat menentukan hari-hari sibuk. Beberapa pedagang juga menyatakan bahwa keuntungan mereka sebelum pandemi bisa dapat menghasilkan pendapatan perharinya dengan jumlah yang cukup besar.

Selama pandemi terjadi, pemilik toko di pasar Menganti menghadapi berbagai tantangan. Pemerintah memberlakukan aturan untuk membatasi aktivitas di luar ruangan

guna mencegah penularan virus Corona. Akibat pembatasan kegiatan tersebut, pengunjung pasar Menganti mengalami penurunan pendapatan, yang berdampak pada keuntungan para pedagang. Beberapa pedagang berhasil menyesuaikan diri dengan perubahan, namun masih ada beberapa pemilik toko di pasar menganti yang masih berusaha untuk tetap mempertahankan usahanya.

Perubahan gaya hidup adalah proses yang terjadi secara terus-menerus dari masa ke masa kepada semua kalangan. Mobilitas masyarakat terhadap berkurang seiring waktu, terutama karena pergeseran dari pembelian barang secara langsung (melalui akad atau serah terima) menuju e-commerce. Aspirasi masyarakat terhadap perubahan dan interaksi sosial menjadi penyebab perubahan tersebut tidak dapat dihindari. Namun, seringkali perubahan sosial juga menimbulkan konflik yang tak terhindarkan. Perubahan sosial ini sangat terkait dengan kemajuan teknologi, terutama dalam zaman modernisasi dan digitalisasi. Meskipun teknologi mempermudah banyak aktivitas dan kebutuhan manusia, ada kelompok yang merasa terpengaruh negatif oleh perkembangan tersebut. Sebagai contoh, kehadiran E-Commerce menyebabkan banyak pedagang di Pasar Menganti merasa terkena dampak yang disebabkan oleh alternatif teknologi baru. Dalam perspektif sosiologi, perubahan seperti ini dapat dianggap sebagai bentuk transformasi, yaitu transformasi manusia dari kehidupan sederhana menuju kehidupan yang lebih baik.

Masyarakat cenderung beralih ke belanja online karena pertimbangan kesehatan dan untuk menghindari penyebaran virus. Namun, perlu diingat bahwa ketidaksadaran dalam memanfaatkan aplikasi berbelanja daring dapat menyebabkan perilaku konsumtif. E-Commerce memiliki dampak pada perkembangan tren belanja. Selama sekitar tiga tahun sejak fenomena E-Commerce meroket, pedagang pasar menghadapi tantangan dalam bersaing karena perbedaan harga yang signifikan antara barang yang dijual di pasar dengan di E-Commerce.

Para penjual di pasar menganti menghadapi dampak negatif dari kehadiran E-Commerce. Mereka mengalami penurunan pendapatan drastis karena pembeli yang semakin sepi. Beberapa pedagang bahkan menghentikan operasi bisnis. Walaupun pedagang pasar tidak semua memiliki tempat berjualan yang mereka miliki sendiri, sebagian dari mereka menyewa tempat untuk menjalankan usahanya. Sebelum E-Commerce muncul, Karena pasar tetap menjadi lokasi utama orang-orang memenuhi kebutuhan sehari-hari, para pedagang pasar sedang menikmati masa keemasan.

Dampak harga bebas pada platform E-Commerce terhadap pasar tradisional memiliki konsekuensi yang signifikan. Tergantung pada strategi bisnis yang mereka pilih, penjual dapat bersaing dengan harga yang lebih rendah atau lebih tinggi ketika mereka menetapkan harga barang secara bebas. Kebijakan harga bebas dapat mempengaruhi harga barang secara keseluruhan di pasar. Ini berdampak terhadap harga pasaran. Selain persaingan e-commerce, mereka juga harus menghadapi faktor-faktor seperti harga sewa toko yang semakin tahun mengalami peningkatan.

Para penjual mengajukan permohonan kepada pemerintah agar ada kebijakan yang memperhatikan persaingan antara penjualan online dan offline. Beberapa di antaranya mengusulkan penutupan salah satu platform e-commerce agar perdagangan di pasar Menganti dapat berjalan normal. Meskipun pemerintah telah mengambil langkah tersebut,

situasi di pasar Menganti tetap sama seperti sebelumnya, yaitu masih mengalami penurunan atau sepi pembeli. Pasar tradisional menghadapi tantangan besar dari perkembangan ekonomi digital. Bisnis berbasis web dan platform online berdampak pada cara individu berbelanja dan berdagang.

Para pedagang pasar tradisional berharap Pemerintah dapat mengambil keputusan khusus untuk membantu mereka menghadapi situasi ini. Mereka menginginkan dukungan dalam upaya promosi untuk Menumbuhkan kesan yang positif pasar menganti, Kami berharap Pasar Menganti menjadi destinasi belanja yang unik berkat bantuan para pedagang yang menarik dan barang-barang lokal berkualitas tinggi. Selain itu, mereka juga berharap terdapat peraturan yang memperkuat perdagangan yang sehat baik secara daring maupun luring tanpa saling merugikan. Ketika keinginan keinginan tersebut terpenuhi, Para penjual tradisional berambisi untuk memberikan sumbangan pada perekonomian lokal, menjaga keberlangsungan warisan budaya, serta menanggapi dan menyesuaikan diri dengan perubahan zaman secara lebih efektif.

TINJAUAN LITERATUR

Digital Ekonomi

Perekonomian terkomputerisasi adalah bisnis yang dilakukan melalui media virtual, penciptaan dan perdagangan nilai yang signifikan, pertukaran dan hubungan antara penghibur moneter yang matang dengan web sebagai sarana perdagangan. 2018 (Hinning). Klien yang terkomputerisasi, misalnya masyarakat pada umumnya, pelaku bisnis dan bahkan organisasi pemerintah harus memiliki kerangka kerja, kemahiran dan kemampuan serta pandangan sosial yang maju. Dalam hal ini, kita harus dapat menggunakan semua aplikasi, jaringan komunikasi, dan bahkan data besar yang kita miliki dengan bijak, mengikuti hukum, dan dengan cerdas menyaring informasi yang kita miliki. Siklus produksi, konsumsi, dan distribusi informasi harus didukung oleh kekuatan ekonomi digital yang didukung oleh keamanan teknologi. Masyarakat harus terbuka terhadap teknologi baru dan komunikasi global. (Wuryanta, 2019)

Perekonomian yang bertumpu pada pemanfaatan dan pemberdayaan teknologi informasi dan komunikasi digital dikenal dengan istilah digitalitas. Asia Tenggara mengalami pertumbuhan pesat dalam ekonomi digital yang memiliki potensi pasar yang signifikan. Terdapat lima teknologi di kawasan Asia Tenggara yang memiliki potensi terbesar untuk mendorong pertumbuhan digital. *Big data*, *internet of things*, otomatisasi pengetahuan, dan teknologi cloud termasuk di antaranya.

E – Commerce

Menurut Konzine dkk. (2010), e-commerce adalah proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer dan internet. Jika diterapkan dengan benar, strategi bisnis dapat menghasilkan peningkatan pelanggan, kesadaran merek, dan pendapatan dengan mengadopsi proses bisnis tradisional dan memanfaatkan jejaring sosial online. Pemikiran, dorongan, pengetahuan, sikap, dan keyakinan pelanggan memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Hoofman dan Fodor (2010) menyatakan bahwa e-commerce dapat berfungsi secara efektif jika dikelola sesuai dengan empat prinsip C yaitu koneksi, kreasi, konsumsi, dan kontrol. Pengembalian investasi (ROI) perusahaan, yang diukur dengan partisipasi aktif seperti umpan balik atau ulasan pelanggan, dapat dipengaruhi oleh prinsip-prinsip ini.

Sesuai Schardi (2009), "ada dua metode untuk melakukan pemasaran berbasis web, yaitu tidak aktif dan dinamis." Melakukan promosi internet secara tidak aktif mencakup organisasi yang membangun situs yang memberikan data kepada klien tanpa melakukan upaya signifikan untuk menjangkau klien. Sebaliknya, pemasaran online aktif mencapai hal sebaliknya dengan mencoba menjangkau calon pelanggan secara online. "Perusahaan mempunyai kemudahan dalam mempromosikan dan menyampaikan informasi mengenai mereknya dengan memanfaatkan teknologi internet." (Kaplan & Haenlein, 2012).

Ketahanan Keuangan

"Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai pemahaman dan penggunaan dalam konteks keuangan pribadi," kata Huston (2009). Edukasi moneter mencakup informasi dan pemanfaatan SDM eksplisit untuk mengukur tingkat pemahaman dan kapasitas individu dalam memanfaatkan data yang terkait dengan anggaran individu. Lebih lanjut, "literasi keuangan juga mencakup dimensi penerapan, yang menunjukkan bahwa individu harus memiliki keterampilan dan kepercayaan diri untuk menggunakan pengetahuan keuangan untuk mengambil keputusan keuangan." (Huston, 2010).

"menerapkan pendekatan multidisiplin yang menggabungkan ilmu ekologi, ekonomi, dan sosial," menurut penelitian (Berkes et al., 2009). Mereka menekankan bahwa ketahanan mencakup kemampuan adaptif, penyerapan, dan transformatif, yang semuanya membantu dalam mengatasi berbagai guncangan atau tingkat perubahan. "Kemahiran moneter mencakup pemahaman informasi moneter dan kemampuan untuk menerapkan informasi tersebut dalam menentukan pilihan moneter individu" (Hogarth & Hilgert, 2002).

Dalam hal ini, pengambilan keputusan keuangan pribadi dan perencanaan keuangan yang efektif memerlukan kombinasi pengetahuan dan keahlian dalam menerapkan konsep keuangan. Dengan demikian, "memiliki kemampuan dan perolehan ini dapat diartikan sebagai memiliki tingkat kemampuan moneter dan perhatian yang memadai" (Remund, 2010).

Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM)

UMKM adalah usaha atau organisasi yang dilakukan oleh masyarakat, kelompok dan keluarga sebagai peran penting dalam perekonomian Indonesia, yang mempunyai komitmen besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan memperluas peluang usaha dalam upaya mengentaskan kemiskinan. Namun pemanfaatan sumber daya keuangan, pengembangan infrastruktur usaha, pengembangan fasilitas fisik, dan kolaborasi dengan seluruh pemangku kepentingan, termasuk kualitas sumber daya manusia, masih menjadi kendala yang signifikan bagi UMKM. Selain itu, tantangan utama lainnya adalah mulai masuknya organisasi-organisasi besar dan serius ke wilayah negara. Misalnya, longgarnya perizinan usaha menyebabkan berdirinya minimarket waralaba di daerah pedesaan. Dampaknya, minimarket tersebut mematikan kehidupan perekonomian UMKM. Menurut

Tambunan (2012), “konsumen cenderung memilih berbelanja di minimarket dibandingkan warung milik UMKM” karena “kenyamanan, fasilitas, dan kualitas tidak selalu berkaitan dengan produk tetapi juga dengan proses organisasi yang menghasilkan”. produk.” “UMKM Indonesia telah menjadi bagian penting dalam sistem perekonomian di Indonesia karena memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja secara maksimal,” ungkap Yuli Rahmini Suci (2008) (Zaelani, 2019).

METODE PENELITIAN

Analisis deskriptif dipadukan dengan pendekatan kualitatif pada jenis penelitian ini. Data primer dikumpulkan dari pemilik toko di Pasar Menganti melalui wawancara dan observasi. “Pertemuan top to bottom yang tujuannya tidak semata-mata untuk menyelidiki informasi, namun untuk mengungkap makna yang terkandung dalam setting pemeriksaan. Ada beberapa tahapan yang harus dilalui agar wawancara efektif, yaitu memperkenalkan diri, menjelaskan tujuan. kunjungan anda, menjelaskan materi wawancara, dan mengajukan pertanyaan” (Yunus, 2010: 358). Penelitian ini kami pilih di Pasar Tradisional Menganti Kabupaten Gresik.

“Dalam menentukan sumber, kami menggunakan prosedur pengujian purposif, yaitu pengujian menggunakan beberapa pertimbangan sesuai model yang tepat untuk menentukan jumlah pengujian yang akan dipertimbangkan” (Sugiyono, 2018: 138). Peneliti melakukan wawancara terhadap informan pedagang Pasar Menganti yang mempunyai pengalaman lebih dari lima tahun menjual berbagai macam barang, antara lain gerabah, alat tulis, dan pakaian. Motivasi di balik wawancara ini adalah untuk memperoleh data terperinci dan menyeluruh tentang pengalaman mereka dalam perdagangan, sehingga para spesialis dapat memahami kekhasan pasar dengan lebih baik.

“Agar suatu pertemuan menjadi menarik, ada beberapa tahapan yang harus dilalui, yaitu memperkenalkan diri, memahami alasan kunjungan, memahami materi pertemuan, dan mengklarifikasi beberapa permasalahan mendesak” (Yunus, 2010). : 358).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Informasi Informan

No.		Pertanyaan	Jawaban
1.	Informan 1	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Online shop benar-benar mengubah pola belanja konsumen di tempat kami. Banyak yang kini lebih memilih berbelanja secara daring, sehingga penjualan di toko fisik kami mengalami penurunan yang signifikan. Oleh karena itu, kami merasa ragu untuk menyimpan stok barang dalam jumlah besar.
2.	Informan 2	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Kita takut untuk menyetock banyak barang karena penghasilan kita mengalami penurunan yang

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 2 (2024) 1040 – 1052 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i2.324

			signifikan dari 2 juta turun menjadi 1 juta perhari. Jadi, kita lebih suka mengganti barang secara teratur atau mengganti baju mengikuti tren masa kini.
3.	Informan 3	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Pengaruhnya sangat signifikan, namun kami sedang berupaya untuk merumuskan strategi guna mengatasi situasi ini, serta memulihkan penjualan kami seperti pada masa sebelumnya.
4.	Informan 4	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	berpengaruh besar sangat turun sekali sehingga para penjual menunggu ketersediaan benar benar tinggal sedikit untuk menjaga agar tidak menimbun barang jualan supaya dapat memutar laba dan mengantisipasi kerugian yang besar.
5.	Informan 5	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Setelah datangnya online shop penjualan kami sangat menurun hampir 50%. Terus kita sempat ditawarkan ganti profesitapi gak mau karena kita kan tau kalau berbelanja online kadang tidak sesuai, Jadi kita berharap orang orang kembali berbelanja ke pasar karena kalau datang secara langsung jadi tahu dan bisa di coba.
6.	Informan 6	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Kehadiran online shop telah mengubah pola pembelian konsumen. Banyak konsumen sekarang lebih cenderung tergiur untuk mencari produk secara online karena diskon yang cukup besar tanpa mempertimbangkan resikonya.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 2 (2024) 1040 – 1052 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i2.324

7.	Informan 7	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Online shop benar-benar mengubah cara pembeli belanja, Banyak yang lebih milih belanja online sekarang, jadi penjualan di toko kita turun drastis. Untuk waktu belanja barang, para penjual menunggu ketersediaan benar benar tinggal sedikit untuk menjaga agar tidak menimbun barang jualan supaya dapat memutar laba dan mengantisipasi kerugian yang besar.
8.	Informan 8	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Sangat berpengaruh, penjualan di pasar menganti ini sangat menurun mungkin karena pada malas keluar dan lebih murah beli di online. Jadi kita takut juga untuk menyetok barang banyak-banyak.
9.	Informan 9	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Online shop telah memberikan tantangan baru bagi kami. Penurunan dalam penjualan di toko alat tulis kami hampir 50%.
10.	Informan 10	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Dengan adanya online shop toko kami benar benar mengalami penurunan dari yang awalnya 100% menjadi 50%. Kadang sampai harus memutar otak untuk modal penjualan selanjutnya. Kami juga berharap dukungan dari pemerintah buat kondisi pasar ini, mungkin kalo promosinya ditingkatkan situasinya bisa lebih menguntungkan.
11	Informan 11	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Meskipun orang orang berbondong bondong lebih memilih berbelanja online namun alhamdulillah di toko kami masih stabil, tidak ada penurunan mungkin ada sedikit penambahan.
12.	Informan 12	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Karna datengnya online shop kebanyakan orang menutup usahanya karena tidak bisa memutar labanya. jadi kalo dari saya tidak usah terlalu menyetock barang terlalu banyak asal laku dan nanti

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 2 (2024) 1040 – 1052 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i2.324

			kalau sudah menipis stoknya bisa kulaan lagi.
13.	Informan 13	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Setelah datangnya online shop jumlah pelanggan kami mengalami penurunan seiring dengan meningkatnya popularitas online shop tetapi tidak menjadi ketakutan bagi kami. Kami akan terus berusaha memberikan kualitas terbaik dan biaya yang wajar
14	Informan 14	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	Memang agak turun sedikit pelanggannya sejak orang-orang lebih suka belanja online. Tapi kita terus coba inovatif biar tetep bisa ngejaga pelanggan lama dan menarik pelanggan baru
15	Informan 15	Bagaimana online shop telah memengaruhi penjualan di toko anda?	dari kejadian online shop ini, kita para pedagang kecil kesusahan apabila terjadi persaingan ketat seperti ini. terutama permasalahan terhadap keuntungan yang semakin sedikit setiap harinya

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Tabel 2 Hasil Wawancara

No.	Hasil	Pembahasan
1.	Menurut penelitian kami UMKM di Pasar Menganti cenderung menggunakan ketahanan keuangan Adaptif.	Mereka mengacu pada kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan keuangan yang terjadi. Individu atau organisasi yang memiliki ketahanan adaptif mampu merespons dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kondisi ekonomi atau keuangan. Ini mungkin melibatkan penyesuaian anggaran, investasi, atau strategi keuangan lainnya untuk mengatasi situasi yang berubah. Selain itu, mereka juga menggunakan ketahanan keuangan Observatif dimana Pendekatan ini berfokus pada pengamatan dan pemantauan terhadap

		kondisi keuangan, baik secara internal maupun eksternal. Individu atau organisasi yang memiliki ketahanan observatif secara rutin memantau keadaan keuangan mereka, menganalisis tren, dan mengidentifikasi potensi risiko atau peluang. Ini memungkinkan mereka untuk mengambil tindakan yang tepat dalam menanggapi situasi keuangan yang berkembang.
2.	Terjadi perubahan besar dalam pola pembelian dan perilaku konsumen	Para pedagang di pasar mengganti merasakan dampaknya secara langsung, dengan penurunan yang signifikan dalam omset penjualan mereka. Mereka biasa memesan barang dalam jumlah besar dari produsen untuk dijual kembali di toko Pasar Menganti mereka. Namun, sekarang, dengan semakin banyaknya orang yang beralih ke belanja online, permintaan untuk produk-produk mereka menurun drastis. Dalam menghadapi tantangan ini, para pedagang telah mulai mengubah strategi mereka. Mereka mengurangi jumlah barang yang dipesan dari produsen dan berusaha lebih berhati-hati dalam menyusun inventaris mereka.
3.	Adanya Pergeseran besar dalam preferensi konsumen dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan era digital yang semakin dominan	Pergeseran besar dalam preferensi konsumen dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan era digital yang semakin dominan pada pasar mengalami perubahan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan ini dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan pergeseran perilaku konsumen yang semakin bergantung pada digital. Salah satu faktor yang mempengaruhi pergeseran preferensi konsumen adalah kemajuan teknologi, khususnya dalam bidang e-commerce dan media sosial. Dengan adanya platform-platform online, konsumen dapat dengan mudah mencari dan membandingkan produk, membaca review, serta melakukan transaksi secara online. Akibatnya, pelanggan menjadi lebih pilih-pilih, dan akibatnya

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 2 (2024) 1040 – 1052 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i2.324

		ekspektasi mereka terhadap barang dan jasa meningkat.
4.	Para pedagang yang memiliki toko sendiri dapat menghindari kesulitan biaya operasional, namun mereka tetap berusaha menjaga stabilitas usaha dengan dedikasi dan komitmen untuk menghadapi tantangan.	Karena sebagian dari mereka memiliki toko sendiri dan tidak menyewa tempat, mereka tidak perlu khawatir untuk membayar sewa, membayar gaji karyawan, atau menanggung biaya operasional lainnya seperti listrik. Para pedagang terus berusaha menjaga kestabilan usahanya, meski harus menanggung biaya yang harus ditanggung. Mereka sadar akan kesulitan-kesulitan yang mereka hadapi dalam menjaga usahanya tetap berkembang, namun mereka fokus menghadapi kesulitan-kesulitan tersebut tanpa meninggalkan pekerjaan yang sedang mereka jalani. Komitmen mereka terhadap pekerjaan ditunjukkan dengan keputusan mereka untuk tetap setia pada bidangnya.
5.	Mayoritas pedagang Pasar di Menganti berharap kejadian ini segera stabil kembali seperti dahulu yang ramai sehingga dapat memperbaiki pendapatan mereka dan kelangsungan usahanya.	Kestabilan situasi sangat penting bagi pedagang Pasar di Menganti. Kestabilan tersebut dapat mempengaruhi pendapatan mereka, karena dengan adanya kegiatan yang ramai, maka peluang untuk menjual produk mereka juga akan meningkat. Selain itu, kestabilan situasi juga dapat mempengaruhi kelangsungan usahanya, karena dengan adanya pendapatan yang stabil, maka mereka dapat mempertahankan usahanya dan bahkan dapat mengembangkannya. Namun, kejadian yang terjadi saat ini telah mengganggu kestabilan situasi tersebut. Mungkin saja terjadi penurunan jumlah pengunjung, penurunan penjualan, atau bahkan adanya gangguan keamanan yang membuat pedagang khawatir. Oleh karena itu, mayoritas pedagang Pasar di Menganti berharap agar kejadian ini segera stabil kembali seperti dahulu, sehingga mereka

		dapat kembali menjalankan usahanya dengan lancar dan memperbaiki pendapatan mereka. Dalam upaya mencapai kestabilan situasi, pemerintah setempat dan pihak terkait dapat melakukan beberapa langkah, seperti meningkatkan keamanan di pasar, memperbaiki infrastruktur, dan melakukan promosi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan pasar tersebut. Dengan demikian, pedagang Pasar di Menganti dapat kembali menjalankan usahanya dengan lancar dan memperbaiki pendapatan mereka.
--	--	---

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi rekomendasi dan kesimpulan di sini. Akhir dari jawaban spekulasi dan juga sektor usaha adat seperti Pasar Menganti di Gresik, Jawa Timur, menghadapi kesulitan yang signifikan akibat digitalisasi moneter dan kemajuan bisnis internet. Dampaknya mengingat penurunan omzet dan persaingan yang tidak konsisten antara UMKM yang diwaspadai. Pedagang memerlukan kemahiran finansial dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan inovasi terkomputerisasi agar dapat bertahan dan bersaing dalam iklim bisnis yang terus berubah. Selain itu, perkembangan ekonomi digital memerlukan regulasi yang menjamin kelangsungan bisnis ritel tradisional.

Saran yang dapat diberikan kepada para pemilik toko di pasar adalah perlunya adanya kebijakan yang mendukung perdagangan online dan offline yang sehat tanpa merugikan pihak lain. Regulasi yang mendukung keberlangsungan usaha pedagang tradisional juga diperlukan untuk mengatasi tantangan dari perkembangan ekonomi digital. Selain itu, pelatihan dan pendampingan dalam literasi keuangan dan teknologi digital perlu ditingkatkan untuk membantu UMKM dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat. Dengan memanfaatkan teknologi digital seperti e-commerce dan media online, serta memanfaatkan transformasi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, I. K., Yovita, M., Pandin, R. (2022). Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 7, 23-36.
- Febrianti, N. U., Zahrafani, S. A. W., & Afifah, W. (2023). Pengaruh Tiktok Shop terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Tanjung dan Ambulu Kabupaten Jember. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(4), 211-120.
- Kurnyasih, A., & Syahbudi, M. (2023). Pengaruh E-commerce dalam Memajukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Binjai Tahun 2022. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(1), 291-300.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 2 (2024) 1040 – 1052 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i2.324

- Trihastuti, A., Pandin, M. Y. R., Ruskito, T. M., & Mardiono, V. E. P. (2023). Pendampingan Akuntansi Dan Teknologi Tepat Guna (TTG) Untuk UMKM Krupuk Pati Dusun Miru Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(4), 713-720.
- WIDIYASTUTI, A., & Nashiruddin, M. (2023). *PRAKTIK JUAL BELI DI TIK TOK SHOP PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN FATWA DSN-MUI* (Doctoral dissertation, UIN RADEN MAS SAID).