

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat berbelanja. Salah satu inovasi teknologi terbesar dalam bidang perdagangan adalah *e-commerce*, yang memungkinkan transaksi antara penjual dan pembeli dilakukan secara daring tanpa batasan geografis dan tanpa perlu tatap muka langsung. Kemajuan ini semakin relevan seiring dengan pesatnya perkembangan internet, yang kini menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari (Ardiansari, 2022). Di Indonesia, *e-commerce* telah membuka peluang bagi pelaku bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform daring.

Salah satu sektor yang paling terkena dampak oleh kemunculan *e-commerce* adalah sektor perdagangan, termasuk pasar tradisional. *E-commerce* memberikan akses mudah dan cepat bagi konsumen untuk membeli produk secara daring melalui perangkat mereka, tanpa perlu mengunjungi pasar fisik. Perkembangan ini tidak hanya memengaruhi pola belanja konsumen di kota-kota besar tetapi juga di kawasan-kawasan yang sebelumnya sangat bergantung pada pasar tradisional.

Perubahan pola belanja ini semakin diperparah oleh pandemi Covid-19, di mana banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) beralih dari transaksi *offline* ke *online* sebagai upaya bertahan dalam kondisi krisis. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, transaksi *e-commerce* di Indonesia meningkat tajam selama pandemi, dengan peningkatan jumlah transaksi hingga mencapai 140 juta pada tahun 2020. *E-commerce* menjadi solusi bagi konsumen yang ingin berbelanja tanpa harus keluar rumah dan menghadapi risiko penularan virus, memberikan kemudahan dan efisiensi yang tak tertandingi oleh pasar tradisional.

Namun, meski *e-commerce* menawarkan banyak keuntungan, beberapa masalah juga muncul, terutama terkait dengan kepercayaan konsumen. Beberapa konsumen merasa ragu untuk bertransaksi secara *online* karena risiko penipuan, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, atau bahkan barang yang tidak dikirim. Hal ini membuat tantangan bagi perusahaan dan penjual daring untuk membangun kepercayaan konsumen agar mereka merasa nyaman dan aman dalam berbelanja secara *online* (Wijaya & Teguh, 2012).

Pasar Beringharjo, sebagai salah satu pasar tradisional terbesar dan paling bersejarah di Yogyakarta, turut merasakan dampak dari perkembangan *e-commerce*. Banyak konsumen yang sebelumnya berbelanja di pasar ini kini beralih ke *platform* daring yang menawarkan kenyamanan dan kemudahan lebih. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran akan masa depan pasar tradisional yang semakin tergeser oleh kemajuan teknologi. Oleh karena itu, penting untuk memahami lebih lanjut bagaimana *e-commerce* memengaruhi pola belanja konsumen di pasar tradisional seperti Beringharjo, dan bagaimana pasar ini bisa beradaptasi di tengah perubahan besar tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap perubahan pola belanja konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo?
2. Apakah *e-commerce* berpotensi mengurangi jumlah penjualan di Pasar Tradisional Beringharjo?
3. Bagaimana *e-commerce* mempengaruhi keberlanjutan usaha para pedagang di Pasar Tradisional Beringharjo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis perubahan pola belanja konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo sebagai dampak dari penggunaan *e-commerce*.

2. Mengidentifikasi dampak *e-commerce* terhadap jumlah penjualan pedagang di Pasar Tradisional Beringharjo.
3. Mengkaji bagaimana keberlanjutan usaha pedagang di Pasar Beringharjo dipengaruhi oleh adopsi *e-commerce* di kalangan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mendalam tentang sejauh mana *e-commerce* telah merubah atau memengaruhi pola belanja masyarakat di Pasar Tradisional Beringharjo.
2. Melalui pemahaman dampak *e-commerce* terhadap pasar tradisional, penelitian ini dapat memberikan informasi tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan daya saing Pasar Beringharjo.
3. Hasil penelitian dapat memberikan masukan kepada pemerintah setempat dan pemangku kepentingan terkait untuk mengembangkan kebijakan yang mendukung integrasi *e-commerce* dalam konteks pasar tradisional.

1.5 Sistematika Penulisan

Rencana sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I - PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas latar belakang masalah terkait dampak *e-commerce* terhadap pasar tradisional Beringharjo di Yogyakarta.

BAB II - TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, akan menyajikan tinjauan literatur yang relevan dengan topik penelitian serta beberapa hal yang mencakup lingkup pembahasan *e-commerce* ditengah pasar tradisional.

BAB III - METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan metode penelitian yang akan digunakan dan menguraikan jenis penelitian yang dipilih, yaitu penelitian eksploratori dengan pendekatan kualitatif.

BAB IV - HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menyajikan hasil penelitian yang dilakukan dan akan menguraikan temuan-temuan terkait dampak *e-commerce*.

BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini akan menyajikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan.