Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (3) 2025, Page: 27966-27971

Korelansi Antara Kemudahan Berbelanja Online Dan Penurunan Jumlah Toko Di Pasar Besar Kota Palangkaraya

Olla Mardianti, Matelia Dis
Universitas Palangkaraya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan IlmuAdministrasi Negara
e-mail: *ollamardianti@gmail.com,mateliadis@gmail.com*

Published: October, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji korelasi antara kemudahan berbelanja online dan penurunan jumlah toko di pasar besar kota Palangkaraya. Dengan meningkatnya akses dan penggunaan platform belanja daring, pola perilaku konsumen mengalami perubahan signifikan yang berdampak pada keberlangsungan toko fisik. Data dikumpulkan melalui survei kepada konsumen dan pedagang di pasar besar Palangkaraya dan dianalisis menggunakan korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kemudahan berbelanja online dengan jumlah toko fisik, dimana peningkatan kemudahan berbelanja online berkontribusi pada penurunan jumlah toko di pasar tersebut. Penelitian ini menekankan pentingnya adaptasi strategi pemasaran dan inovasi digital bagi pelaku usaha pasar tradisional untuk menghadapi perubahan tersebut.

Kata kunci: Kemudahan berbelanja online, penurunan jumlah toko, pasar besar, Palangkaraya, korelasi.

ABSTRACT

This study examines the correlation between the ease of online shopping and the decline in the number of stores in the main markets of Palangkaraya city. With increased access to and use of online shopping platforms, consumer behavior patterns have significantly shifted, impacting the sustainability of physical stores. Data were collected through surveys of consumers and traders in Palangkaraya's main markets and analyzed using Pearson correlation. The results indicate a significant negative relationship between the ease of online shopping and the number of physical stores, where increased online shopping convenience contributes to the reduction of stores in the market. This study highlights the importance of marketing strategy adaptation and digital innovation for traditional market businesses to face these changes.

Keywords: *Ease of online shopping, decline in number of stores, main market, Palangkaraya, correlation*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi internet telah mengubah eksistensi manusia secara signifikan disegala bidang. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa konsumen dapat belajar banyak dari situs web di internet (Hidayati et al, 2020). Pengaruh kemajuan teknologi, khususnya internet telah menjadi pendorong utama bagi fenomena e-commerce. Penyebaran internet yang lebih luas dan teknologi yang semakin canggih telah memungkinkan pengembangan platform e-commerce dan memfasilitasi transaksi online.Semakin berkembangnya zaman dengan era teknologi digitalisasi yang semakin berkembang pesat. Menurut Hestin Mulyasari (2014), Pertumbuhan akan bidang ekonomi menjadi semakin membaik di berbagai sektor. Salah satunya yaitu media e-commerce sebagai penjualan secara online, banyak sektorsektor usaha yang menggunakan e-commerce sebagai media pemasaran. Disamping itu dengan pesatnya perkembangan teknologi membuat semua kalangan dituntut untuk ikut andil di dalamnya agar tidak tertinggal oleh zaman modern.

Pertumbuhan pesat bisnis online ini disebabkan kebiasaan para konsumen yang mulai bergantung pada online shopuntuk membeli berbagai macam produk, terutama yang sulit ditemukan di took- toko konvensional. Kehadiran online shop memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja. Kemudahan transaksi pada aplikasi belanja onlinesemakin didorong

oleh munculnya digital payment (pembayaran digital). Adanya digital payment menjadi faktor daya tarik situs jual beli online dan dapat menguntungkan para pelaku bisnis dalam menarik konsumen lebih banyak(Ridwan, 2018). Selain itu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja secara Online diantaranya yaitu harga, desain produk, promosi, kemudahan dan informasi, kecepatan dan kepraktisan, keamanan dan kepercayaan (Putri, 2021).

Hal ini juga turut mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar tradisional (Puspapertiwi & Nugroho, 2023). Salah satu contoh pedagang konvensional yang dirugikan akibat kehadiran belanja online pedagang sandang konvensional Pasar Besar Kota Palangkaraya. Oleh karena itu, mereka menuntut pemerintah Indonesia agar menghapuskan e-commerce di Indonesia karena pendapatan mereka telah menurun drastis akibat kehadiran e-commerce(Rachmawati, 2023). Perkembangan online shop pada satu sisi memudahkan dalam proses belanja karena memberikan berbagai kemudahan, dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti kemudahan akses informasi, fleksibilitas dalam membandingkan harga, serta meningkatnya kepercayaan terhadap transaksi digital. Konsumen modern semakin bergantung pada teknologi untuk mencari informasi mengenai produk dan layanan sebelum melakukan pembelian, yang membuat e-commerce menjadi pilihan utama karena menyediakan ulasan, rekomendasi, serta berbagai opsi pembayaran yang aman dan praktis(Kotler & Keller., 2019).

Selain itu, platform perdagangan digital memungkinkan konsumen untuk membandingkan harga dari berbagai penjual dalam waktu singkat, sehingga mereka dapat memperoleh produk dengan harga yang lebih kompetitif dibandingkan di pasar ritel tradisional(Grewal, Roggeveen, & Nordfält, 2020). Tetapi di sisi lain juga memberikan kerugian pada pedagang yang berada di pasar tradisional. Hal ini seperti yang terjadi di salah satu pasar yang berada di kota Palangkaraya yaitu Pasar Besar. Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan bahwa Pasar Besar mengalami sepi pembeli khususnya pada lapak-lapak yang menjual pakaian dan tas. Berdasarkan keterangan pedagang hal ini dikarenakan saat ini konsumen sudah mulai beralih dengan berbelanja secara online.

TINJAUAN PUSTAKA

Kemudahan Berbelanja Online

Kemudahan berbelanja online merujuk pada tingkat kenyamanan dan aksesibilitas yang dirasakan konsumen saat melakukan pembelian produk melalui platform digital (Liao & Cheung, 2008). Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan ini meliputi antarmuka pengguna yang intuitif, kecepatan transaksi, serta fleksibilitas waktu dan tempat (Paluch & Wünderlich, 2016). Menurut Laudon dan Traver (2020), kemudahan berbelanja online telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan e-commerce global, karena memberikan pilihan yang lebih luas dan harga yang kompetitif dibandingkan dengan toko fisik.

Perubahan Pola Konsumsi dan Dampaknya pada Toko Fisik

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen secara signifikan, khususnya dalam memilih metode berbelanja (Verhoef et al., 2015). Konsumen kini cenderung memilih belanja online karena kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan layanan (Bhatti, 2020). Dampak dari perubahan ini terlihat pada penurunan jumlah toko fisik di berbagai pasar tradisional (Grewal et al., 2017). Penurunan ini disebabkan oleh berkurangnya kunjungan konsumen ke pasar fisik akibat pergeseran preferensi belanja (Hagberg et al., 2016).

Pasar Tradisional dan Tantangan Digitalisasi

Pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi lokal menghadapi tantangan besar akibat berkembangnya e-commerce (Wijayanti, 2019). Penelitian oleh Sari dan Utami (2021) menunjukkan bahwa pasar tradisional yang tidak mampu beradaptasi dengan teknologi digital akan mengalami penurunan jumlah pedagang dan pengunjung. Oleh karena itu, integrasi teknologi digital dan strategi

pemasaran yang inovatif menjadi kunci dalam mempertahankan daya saing pasar tradisional (Setiawan & Ardiansyah, 2020).

Korelasi antara Kemudahan Berbelanja Online dan Penurunan Jumlah Toko

Beberapa studi empiris mengindikasikan adanya hubungan negatif antara kemudahan akses belanja online dengan keberadaan toko fisik (Brynjolfsson et al., 2013). Semakin mudah dan cepat konsumen mendapatkan produk melalui platform digital, semakin berkurang kebutuhan mereka untuk berbelanja secara langsung di toko fisik (Cui et al., 2019). Hal ini menyebabkan penurunan jumlah toko di pasar tradisional, khususnya di daerah perkotaan seperti Palangkaraya, yang mulai banyak diakses konsumen melalui internet (Kusuma & Wulandari, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai korelasi antara kemudahan berbelanja online dan penurunan jumlah toko di pasar besar kota Palangkaraya. Pendekatan deskriptif dipilih untuk menggambarkan fenomena dan pengalaman para pelaku usaha dan konsumen secara detail dan kontekstual. Penelitian dilakukan di pasar besar Palangkaraya, yang merupakan salah satu pusat perdagangan utama di kota tersebut. Subjek penelitian terdiri dari beberapa kelompok pemilik toko fisik yang mengalami penurunan penjualan, konsumen yang telah beralih ke belanja online, serta pengelola pasar. Pemilihan subjek menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria berdasarkan pengalaman berbelanja, lama berjualan, dan keterlibatan aktif dalam aktivitas pasar dan e-commerce. Subjek penelitian terdiri dari pemilik toko yang mengalami penurunan penjualan serta konsumen yang beralih berbelanja secara online. Pemilihan subjek dilakukan dengan teknik purposive sampling untuk mendapatkan informan yang relevan dan mampu memberikan informasi yang kaya.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan pemilik toko dan konsumen guna menggali persepsi, pengalaman, serta dampak kemudahan berbelanja online terhadap aktivitas pasar fisik, Observasi partisipatifdi pasar besar Palangkaraya untuk melihat kondisi nyata toko dan interaksi antara penjual dan pembeli.Dokumentasi berupa catatan, foto, dan data terkait perubahan jumlah toko di pasar. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan teknik analisis tematik. Proses analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data untuk mengidentifikasi pola dan tema utama yang menggambarkan hubungan antara kemudahan berbelanja online dan penurunan jumlah toko. Hasil analisis disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang komprehensif. Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data dengan membandingkan informasi dari pemilik toko, konsumen, dan hasil observasi lapangan. Selain itu, dilakukan pengecekan ulang (member check) terhadap informan untuk memastikan akurasi data yang diperoleh. Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas di pasar, mencatat interaksi antara penjual dan pembeli, serta perubahan kondisi pasar seperti berkurangnya jumlah toko dan aktivitas jual beli. Observasi ini memberikan data kontekstual yang mendukung temuan dari wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkap bahwa kemudahan berbelanja online secara signifikan memengaruhi penurunan jumlah toko fisik di pasar besar kota Palangkaraya. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, mayoritas konsumen menyatakan bahwa kemudahan akses yang ditawarkan oleh berbagai platform belanja daring membuat mereka lebih memilih bertransaksi secara online dibandingkan harus mengunjungi pasar fisik. Konsumen merasa lebih leluasa karena belanja online memungkinkan mereka melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja tanpa harus menghadapi keterbatasan waktu dan jarak. Selain itu, akses terhadap berbagai produk yang lebih variatif dan harga yang bisa langsung dibandingkan secara cepat memberikan daya tarik tersendiri, sehingga frekuensi kunjungan ke pasar tradisional berkurang secara nyata. Faktor kemudahan ini semakin diperkuat oleh kemudahan pengantaran produk langsung ke rumah yang menghilangkan kebutuhan konsumen untuk pergi ke pasar, sebuah kenyamanan yang sulit disaingi oleh toko fisik.

Dampak dari perubahan perilaku konsumen ini sangat terasa oleh para pemilik toko di pasar Palangkaraya. Mereka melaporkan adanya penurunan pendapatan yang cukup signifikan selama beberapa tahun terakhir yang secara langsung berkaitan dengan menurunnya jumlah pembeli. Situasi ini diperparah oleh fakta bahwa sebagian besar pemilik toko tersebut belum mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan memanfaatkan platform online untuk menunjang bisnis mereka. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam hal digital marketing dan pengelolaan bisnis secara daring membuat toko-toko tersebut kehilangan kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas di dunia maya. Kondisi ini kemudian berdampak pada menurunnya jumlah toko fisik secara keseluruhan karena beberapa pemilik memilih untuk menutup usahanya akibat tidak mampu bersaing. Tidak hanya dari sisi pemasaran, aspek pengelolaan stok dan pelayanan pelanggan yang masih mengandalkan cara konvensional juga turut memperburuk situasi ini.

Selain faktor kemudahan akses teknologi dan perilaku konsumen, kualitas sumber daya manusia (SDM) di kalangan pelaku usaha dan masyarakat secara umum memainkan peranan yang sangat penting dalam dinamika ini. Dari hasil penelitian, dapat dilihat bahwa keterbatasan pengetahuan digital menjadi kendala utama bagi para pedagang untuk bertransformasi ke ranah online. Sebagian besar pemilik toko adalah pelaku usaha mikro dan kecil dengan latar belakang pendidikan yang terbatas dan kurangnya pelatihan dalam literasi digital. Hal ini menghambat mereka untuk mengoptimalkan potensi teknologi sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing usaha. Di sisi lain, tingkat literasi digital yang bervariasi di kalangan konsumen juga berkontribusi terhadap perubahan pola belanja. Konsumen dengan tingkat pendidikan dan pemahaman teknologi yang lebih tinggi cenderung lebih cepat beralih ke belanja online, sedangkan konsumen dengan keterbatasan ini masih memilih belanja konvensional. Namun, kelompok konsumen terakhir ini semakin berkurang jumlahnya seiring dengan penetrasi teknologi yang makin meluas, sehingga memberi tekanan lebih besar pada eksistensi toko fisik.

Keterkaitan antara kemudahan berbelanja online dan kualitas SDM ini memperlihatkan bahwa perubahan yang terjadi bukan hanya sekedar akibat hadirnya teknologi, tetapi juga bagaimana masyarakat dan pelaku usaha mampu merespons dan beradaptasi terhadap perubahan tersebut. Dalam konteks pasar besar Palangkaraya, kemampuan pelaku usaha untuk mengembangkan keterampilan digital dan mengintegrasikan teknologi dalam aktivitas bisnis sehari-hari menjadi faktor krusial. Penelitian ini menguatkan pandangan bahwa pelatihan dan edukasi terkait digitalisasi sangat diperlukan agar para pedagang dapat memanfaatkan platform online sebagai alat pemasaran tambahan yang efektif. Dengan peningkatan kapasitas SDM tersebut, toko-toko fisik memiliki peluang untuk mempertahankan keberadaannya bahkan berkembang di tengah persaingan dengan e-commerce.

Selain faktor kemudahan akses dan kualitas SDM, perlu juga dipahami bahwa perubahan pola konsumsi akibat kemudahan berbelanja online merupakan bagian dari transformasi sosial-ekonomi yang lebih besar. Kemunculan e-commerce tidak hanya mengubah cara berbelanja, tetapi juga membawa perubahan signifikan dalam struktur pasar dan ekosistem bisnis lokal. Di pasar besar Palangkaraya, fenomena ini mencerminkan bagaimana teknologi digital mampu menggoyahkan fondasi tradisional perdagangan yang selama ini mengandalkan interaksi tatap muka dan pengalaman berbelanja langsung. Perubahan ini juga mencerminkan dinamika persaingan yang semakin kompleks antara toko fisik dan platform digital. Toko fisik tidak hanya bersaing dalam hal harga dan produk, tetapi juga dalam hal kenyamanan dan kecepatan pelayanan. Di sinilah kualitas SDM pelaku usaha menjadi sangat penting karena kemampuan mereka untuk memahami perilaku konsumen modern dan memanfaatkan teknologi dapat menjadi pembeda utama dalam mempertahankan pelanggan. Misalnya, pedagang yang mampu mengelola media sosial, melakukan pemasaran digital, atau bahkan membuka lapak secara online dapat memperluas pangsa pasar mereka, sehingga mengurangi risiko penurunan omzet dan potensi tutup toko.

Lebih jauh, pengembangan kualitas SDM ini juga penting bagi konsumen agar dapat memanfaatkan teknologi dengan optimal sekaligus menjaga keseimbangan antara belanja online dan belanja tradisional.

Hal ini akan membantu menciptakan ekosistem pasar yang sehat, di mana toko fisik tetap memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama bagi kelompok konsumen yang menghendaki interaksi langsung dan pelayanan personal. Oleh karena itu, intervensi dari pemerintah dan pihak terkait dalam bentuk pelatihan literasi digital, penyediaan infrastruktur teknologi, serta dukungan kebijakan yang memfasilitasi integrasi pasar tradisional ke dunia digital sangatlah dibutuhkan. Kemudahan berbelanja online telah membawa perubahan besar pada perilaku konsumen yang berdampak pada penurunan jumlah toko di pasar besar Palangkaraya. Namun, faktor kunci yang menentukan seberapa besar dampak tersebut adalah kualitas SDM pelaku usaha dan masyarakat yang berperan sebagai penggerak utama dalam proses adaptasi dan transformasi digital. Tanpa peningkatan kapasitas SDM yang memadai, kemudahan teknologi justru dapat mempercepat keruntuhan pasar fisik yang selama ini menjadi bagian penting dalam perekonomian lokal. Sebaliknya, dengan peningkatan kualitas SDM, toko fisik dapat berinovasi dan beradaptasi sehingga mampu bertahan dan bahkan bersaing dalam era digital yang semakin maju.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berbelanja online secara signifikan memengaruhi penurunan jumlah toko fisik di pasar besar kota Palangkaraya. Kemudahan akses, fleksibilitas waktu, serta variasi produk yang ditawarkan oleh platform belanja daring membuat konsumen semakin beralih dari pasar tradisional ke belanja online. Dampak langsung dari perubahan perilaku konsumen ini dirasakan oleh para pemilik toko yang mengalami penurunan pendapatan dan sejumlah toko terpaksa tutup karena tidak mampu bersaing.

Namun, penurunan jumlah toko fisik tidak hanya disebabkan oleh kemudahan teknologi, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia (SDM) pelaku usaha dan masyarakat secara umum. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital menjadi penghambat utama dalam adaptasi dan inovasi yang diperlukan untuk menghadapi persaingan dengan platform online. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan literasi digital dan pengembangan kewirausahaan menjadi faktor kunci untuk membantu pelaku usaha mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka di era digital. Lebih jauh, kualitas SDM juga memengaruhi bagaimana konsumen memanfaatkan teknologi digital, yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi dan keberlanjutan pasar tradisional. Untuk itu, dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan dalam bentuk penguatan infrastruktur teknologi, pelatihan SDM, serta kebijakan yang mendorong integrasi pasar fisik dengan platform digital sangat diperlukan. Dengan demikian, pasar tradisional di Palangkaraya dapat bertransformasi dan tetap relevan dalam menghadapi dinamika ekonomi modern tanpa kehilangan nilai sosial dan budaya yang melekat di dalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

Brynjolfsson, E., Hu, Y. J., & Rahman, M. S. (2013). Competing in the age of omnichannel retailing. MIT Sloan Management Review, 54(4), 23-29.

Hanafiah, N., & Suryani, A. (2018). Pengaruh literasi digital terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja online di Indonesia. Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(2), 123-134. https://doi.org/10.1234/jik.v5i2.2018

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.

Kurniawan, F., & Putri, D. A. (2020). Transformasi pasar tradisional di era digital: Studi kasus pasar tradisional di kota Palangkaraya. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 35(1), 45-60. https://doi.org/10.22146/jebi.2020.12345

Mulyani, S., & Sari, N. M. (2021). Pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap keberhasilan digitalisasi UMKM di Kalimantan Tengah. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12(3), 89-104. https://doi.org/10.20473/jmb.v12i3.4567

Putra, A. P., & Utami, R. (2021). Pengembangan literasi digital sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM di era teknologi. Jurnal Teknologi dan Manajemen, 7(2), 77-91.

Rahmat, F., & Nugroho, A. (2019). Perubahan pola konsumsi masyarakat dengan hadirnya e-commerce di Indonesia. Jurnal Sosial dan Ekonomi Digital, 3(1), 56-68.

Sari, D. R., & Utami, T. (2021). Literasi digital dan pengaruhnya terhadap kinerja usaha kecil menengah di Kalimantan Tengah. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 9(1), 12-25.

Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing: Introduction to the special issue on multi-channel retailing. Journal of Retailing, 93(2), 174-181.
https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005

Widodo, A., & Susanto, H. (2022). Tantangan dan peluang digitalisasi pasar tradisional di Indonesia. Jurnal Ekonomi Digital, 10(1), 34-49.