

**Analisis Persaingan Bisnis Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya  
Dengan Pasar Online Platform Shopee: Perspektif Mekanisme Pasar  
dalam Islam**

**Aslikhah, Sukamto, Silfi Qotrun Nahda**

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Syariah, Universitas Yudharta Pasuruan  
aslikhah@yudharta.ac.id, sukamto@yudharta.ac.id, silvianada@gmail.com

**ABSTRACT**

*The Impact of Technology on Shopping Behavior and the Competition between Traditional Markets and Shopee Technological advancements, particularly in the current digital age, have significantly impacted people's lifestyles, including their shopping habits. The emergence of e-commerce and online platforms like Shopee has transformed the way consumers purchase goods and has also affected the existence of traditional markets. In this context, the competition between traditional markets and Shopee has become increasingly fierce, with diverse consequences for businesses in both markets. Business competition involves sellers vying for profit, market share, and sales volume. Typically, sellers strive to outperform competitors by differentiating their prices, products, distribution channels, and promotional strategies. In Islam, competition is permissible, but it should be conducted ethically and fairly. This research employs a descriptive qualitative method to analyze the dynamics of competition between Wonokusumo Traditional Market in Surabaya and the online platform Shopee. It further investigates the impact of Shopee's presence on the traditional market and its vendors and aims to identify solutions that can enhance the sustainability of traditional markets amidst the competition with e-commerce.*

**Keywords:** *Bussines competition, Traditional market, Online Marketplace, Shopee Platform*

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi, terutama dalam era digital saat ini, telah memberikan dampak signifikan pada gaya hidup masyarakat, termasuk dalam hal berbelanja. Kemunculan *e-commerce* dan platform *online* seperti Shopee telah mengubah cara konsumen membeli barang dan juga mempengaruhi eksistensi pasar tradisional. Dalam konteks ini, persaingan antara pasar tradisional dan platform Shopee menjadi semakin ketat, dengan konsekuensi yang beragam bagi para pelaku usaha di kedua pasar. Persaingan bisnis adalah bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar dan jumlah penjualan. Biasanya, para penjual berusaha mengungguli persaingan dengan membedakan harga, produk, distribusi dan promosi. Dalam Islam persaingan diperbolehkan akan tetapi, persaingan yang diperbolehkan dengan kriteria bersaing dengan baik. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang sifatnya deskriptif, bertujuan untuk menganalisis dinamika persaingan antara Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya dengan Pasar *Online* Platform Shopee, Juga mengkaji lebih lanjut dampak keberadaan Shopee terhadap pasar tradisional dan pelaku usahanya, serta untuk menemukan solusi yang dapat meningkatkan keberlangsungan pasar tradisional di tengah persaingan dengan *e-commerce*.

**Kata kunci:** Persaingan bisnis, Pasar tradisional, Pasar *online*, Platform Shopee.

## PENDAHULUAN

Salah satu negara yang berperan dalam persaingan ekonomi global adalah Indonesia. Perkembangan teknologi semakin pesat, di era digital saat ini manusia memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa lepas dari elektronik banyak kemudahan dalam era digital saat ini. Teknologi membantu separuh kehidupan masyarakat terutama dalam aspek ekonomi jual beli tidak perlu secara langsung antara pembeli dan pedagang dengan melalui internet transaksi lebih efisien (Yudha et al., 2021). Pemanfaatan teknologi informasi diandalkan untuk memberikan keuntungan luar biasa bagi dunia bisnis dengan memanfaatkan perdagangan elektronik (bisnis *online*) khususnya untuk mengiklankan berbagai produk dengan bisnis berbasis web (*e-commerce*) ini dicirikan sebagai cara yang paling umum dari pembelian dan penjualan antara dua pertemuan dalam suatu organisasi dengan perdagangan barang dagangan melalui web (Farah Indah Azhari et al., 2022).

Teknologi yang semakin berkembang mengakibatkan teknologi tidak hanya pada bidang informasi dan komunikasi namun saat ini telah memasuki bidang bisnis. Kemajuan teknologi telah menciptakan sistem jual beli baru dalam dunia perdagangan yang juga meningkatkan daya beli masyarakat. Sebelumnya jika seseorang ini berbelanja maka harus datang langsung ke toko, namun dengan munculnya sistem jual beli yang baru tersebut, masyarakat tidak lagi berbelanja secara langsung, namun juga memiliki lebih banyak kesempatan dan pilihan untuk berbelanja yang dilakukan secara *online* atau melalui internet, pengguna media sosial begitu banyak sehingga sebagian orang menggunakan media sosial sebagai tempat bisnis. Tempat bisnis yang dimaksud yaitu dunia perdagangan dengan sistem jual beli secara *online* yang dinamakan jual beli *online* (*Online Shop*). *Online Shop* yaitu cara seseorang dalam memasarkan dan mempromosikan suatu barang/produk dalam dagangan kepada pembeli secara *online*. Fenomena belanja *online* menjadi jenis aktivitas belanja baru dan kini digemari banyak orang Media sosial kini lebih banyak digunakan seseorang sebagai tempat untuk berbisnis dan mulai diminati oleh berbagai kalangan karena lebih meluangkan banyak waktu dibandingkan membuka sebuah toko dan hal ini pun menarik konsumen untuk memilih berbelanja *online* karena berbagai kemudahan yang ditawarkan (Farhanah, 2022).

Kemajuan sektor dunia bisnis para pelaku usaha dalam meningkatkan tingkat penjualan produk yang dipasarkan menggunakan *e-commerce*, seperti Facebook, Instagram, Shopee, Tik Tok dan lain sebagainya. Dengan menggunakan media internet pembeli akan lebih mudah dalam mendapatkan informasi terkait produk yang akan dibeli. Perusahaan Platform Shopee dijalankan oleh SEA Group yang berbasis di Singapura sebelumnya dikenal sebagai Garena Group, sebuah perusahaan *online* di Asia Tenggara. Platform Shopee adalah aplikasi ponsel cerdas untuk pasar *online* yang membuat pembelian dan penjualan barang saat bepergian menjadi mudah dan cepat. Shopee menyediakan banyak pilihan barang, termasuk pakaian, aksesoris, kosmetik, dan kebutuhan sehari-hari. Platform Shopee hadir di Indonesia untuk menawarkan pengalaman berbelanja yang unik dengan memberikan pengguna metode pembayaran yang aman dan terintegrasi serta dengan menyederhanakan

proses penjualan bagi penjual. Lebih dari 100 juta orang telah mengunduh aplikasi Shopee (Barsa et al., 2023).

Keberadaan adanya Platform Shopee tentu sangat mempengaruhi eksistensi pasar tradisional, pasar tradisional dikhawatirkan terancam akan keberadaan pasar modern, tetapi ternyata pasar *online* juga bisa mengancam keberlangsungan pasar tradisional. Banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat berpindah belanja *online*. Dalam dunia bisnis, persaingan adalah dinamika tersendiri yang tidak dapat dihindari. Bagi beberapa pebisnis, persaingan berkonotasi negatif karena bisa mengancam bisnis karena takut akan berkurangnya profit atau konsumen lebih memilih harga rendah dari pesaing. Melihat gambaran persaingan yang begitu ketat antara pasar tradisional terhadap pasar modern dan *e-commerce*, maka pasar tradisional harus mencari jalan alternatif supaya bertahan dan mampu bersaing menghadapi persaingan bisnis ini. Alternatif yang dapat diterapkan adalah penerapan strategi bersaing. Terdapat tiga pendekatan strategi bersaing yang dapat diterapkan dalam sebuah industri yaitu keunggulan biaya menyeluruh, diferensiasi, dan fokus. Saat ini. Adapun strategi yang sudah diterapkan oleh Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya adalah dengan memberikan harga yang terjangkau serta diskon untuk pelanggannya (Rahmania, 2023).

Keadaan Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya saat ini sangat memprihatinkan setelah adanya Platform Shopee, fenomena banyaknya pedagang yang sepi pembeli akibat pergeseran perilaku konsumen yang lebih memilih belanja *online* daripada datang langsung ke pasar. Banyak pedagang pasar tradisional yang mengeluhkan turunnya omset penjualan hingga 50% akibat sepi pembeli. Bahkan ada juga pedagang yang terpaksa gulung tikar atau beralih profesi karena tidak mampu bertahan. Hal ini merupakan sebuah masalah yang serius dan membutuhkan solusi segera.

Bagi masyarakat khususnya masyarakat Jawa pasar tradisional bukan sekedar sebagai tempat jual beli semata, namun lebih dari itu pasar terkait dengan konsepsi hidup dan sosial budaya. Pasar tidak semata-mata mewartakan kegiatan ekonomi, akan tetapi pelaku juga dapat mencapai tujuan-tujuan lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pasar tradisional dapat menjadi wadah kegiatan ekonomi, interaksi sosial, dan sarana rekreasi baik suasana pasar maupun produk dagangan yang khas. (Ariyani & Nurcahyono, 2018) Pasar tradisional tidak boleh dibiarkan terpinggirkan dan terancam punah karena pasar tradisional memiliki nilai ekonomi, sosial, dan budaya yang penting bagi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat bersama-sama berupaya untuk menyelamatkan pasar tradisional dengan cara-cara berikut ini, Pemerintah harus memberikan bantuan dan insentif kepada para pedagang pasar tradisional, misalnya dengan memberikan subsidi sewa kios, fasilitas internet gratis, bantuan modal usaha, pelatihan digitalisasi usaha. Pelaku usaha harus menjalin kerja sama dan sinergi antara pasar tradisional dan sosial *E-commerce*, misalnya dengan membuat platform *online* khusus untuk pasar tradisional, memberikan diskon atau promo bagi pembeli yang datang langsung ke pasar, mengadakan program loyalitas

atau *cashback* bagi pembeli setia pasar tradisional. Masyarakat harus meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap pasar tradisional, misalnya dengan lebih sering berbelanja di pasar tradisional, memberikan apresiasi dan dukungan kepada pedagang pasar tradisional, menyebarkan informasi positif tentang pasar tradisional di media sosial.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin meneliti bagaimana keberadaan Pasar Tradisional setelah adanya Platform Shopee, dampak sosial dan ekonomi dari persaingan antara Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya dan Platform Shopee terhadap para pedagang dan pelaku usaha di kedua pasar.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sifatnya deskriptif. Jenis penelitian ini menggambarkan dan menjelaskan situasi dan kondisi persaingan pasar, yang menjadi fokus penelitian yaitu persaingan bisnis Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya dengan Pasar Online Platform Shopee, dalam penelitian ini peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati dan mengumpulkan data yang dibutuhkan.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar tradisional Wonokusumo Surabaya. Peneliti memilih tempat ini karena didasarkan pada sampel Pasar tradisional yang kurang efektif dalam menghadapi persaingan bisnis dengan pasar *online* atau Platform Shopee. Selain itu peneliti juga mempertimbangkan kemampuan peneliti melanjutkan penelitian waktu yang sesuai dengan target yang telah ditentukan, sarana dan prasarana, fasilitas dan lain sebagainya.

## **Fokus Penelitian**

Fokus penelitian mencakup pokok masalah, terdapat tiga fokus penelitian, yaitu : 1) Bagaimana dinamika persaingan bisnis antara Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya dan Platform Shopee dalam menarik minat konsumen untuk berbelanja. 2) Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih berbelanja di Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya dan di Platform Shopee. 3) Bagaimana pengaruh keberadaan Platform Shopee terhadap pendapatan dan keberlangsungan bisnis pedagang di Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, memproses pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu: 1. wawancara, wawancara bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan perspektif individu terkait fenomena yang diteliti. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan beberapa pedagang Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya, proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan yang dilakukan antar dua pedagang atau lebih, tentang bagaimana pendapatan Pasar tradisional Wonokusumo Surabaya setelah adanya

Platform Shopee. 2. Observasi, Peneliti menggunakan observasi karena dianggap lebih mudah untuk melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan dengan mendatangi pedagang di pasar tradisional Wonokusumo Surabaya. 3. Dokumentasi, Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari dokumen, arsip, atau bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan fenomena penelitian. Dokumen yang digunakan dapat berupa catatan, laporan, surat, buku, atau dokumen resmi lainnya (Murdiyanto, 2020).

**Analisis Data**

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis hasil observasi, wawancara dan hasil lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya dalam temuan bagi orang lain. Adapun langkah-langkah analisis data deskriptif kualitatif melihatkan tiga tahapan yaitu :1) reduksi data. 2) penyajian data. 3) penarikan kesimpulan. Langkah ke tiga dalam analisis data deskriptif kualitatif yaitu penarikan kesimpulan dan kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Baba, 2017).

NO	METODE PENELITIAN	KETERANGAN
1.	Observasi	Teknik observasi dilakukan kepada beberapa pedagang di Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya.
2.	Wawancara	Proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti ini dilakukan langsung dengan informan yaitu ibu siti yang menjual toko pakaian anak, bapak ansori penjual hijab dan Ibu Alika penjual tas dan sandal wanita.
3.	Dokumentasi	Berikut salah satu dokumentasi penelitian: <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Dinamika Persaingan Bisnis Pasar Tradisional Surabaya Dengan Pasar Online Platfrom Shopee

Maraknya fenomena belanja *online* yang terjadi selama beberapa tahun belakangan ini, dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pasar tradisional. Hal ini dikarenakan konsumen yang semula berbelanja di pasar tradisional sebagian besar telah beralih berbelanja melalui pasar *online*.

Dampak aplikasi bisnis *online* Shopee terhadap gaya hidup masyarakat, adanya dampak positif dan negatif. Hal tersebut menjadi faktor bahwa aplikasi Shopee telah berdampak pada bidang ekonomi di Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya yang semakin hari semakin sepi pembeli. Adapun dampak positifnya adalah memudahkan konsumen untuk melakukan kegiatan berbelanja dengan mengurangi waktu dan tenaga dalam pembelian tanpa harus pergi ke toko untuk mencari barang-barang yang dibutuhkan. Namun untuk dampak negatif adalah barang yang dibeli membutuhkan waktu untuk pengiriman, barang yang dijual di aplikasi tidak sesuai dengan barang yang diterima, barang rusak dan konsumen hanya membeli barang bukan karna kebutuhan utama melainkan karna untuk kesenangan (Istiarohmi & Airlangga, 2024).

Beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen berpindah berbelanja di platfrom Shopee yaitu:

1. Faktor harga

Persepsi harga produk yang banyak diminati oleh konsumen adalah harga produk rasional, terjangkau oleh konsumen, mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis, maka dari itu persaingan bisnis antara pasar tradisional dan platfrom Shopee diantaranya faktor harga, harga yang diperjual belikan di platfrom Shopee jauh lebih murah dari pada harga produk di pasar tradisional

2. Faktor produk

Kriteria yang dilihat konsumen dalam pembelian barang selain harga yaitu produk atau kualitas produk, platfrom Shopee menyediakan fitur ulasan pelanggan sehingga apabila konsumen hendak membeli barang tersebut bias dilihat dari ulasan pelanggan, baik kualitas produk maupun kelegkapan produk, sedangkan Di pasar tradisional, konsumen harus bergantung pada pengalaman pribadi atau rekomendasi dari orang lain.

3. Faktor lokasi

Konsumen dapat berbelanja di Shopee dari rumah, kantor, atau bahkan saat bepergian. Ini memberikan fleksibilitas yang besar dalam menyesuaikan waktu dan lokasi belanja sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pribadi. Belanja di Shopee dapat dianggap lebih nyaman karena tidak perlu beranjak dari tempat. Konsumen dapat mencari, membandingkan,

dan membeli produk dengan beberapa klik, tanpa harus melakukan perjalanan ke tempat fisik

4. Faktor pelayanan

kualitas pelayanan yang baik diperlukan untuk keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai keunggulan berbisnis, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online. Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan pelayanan di pasar tradisional dilakukan secara langsung di tempat fisik dengan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Di Shopee, pelayanan dilakukan secara virtual melalui platform digital tanpa adanya kontak langsung antara penjual dan pembeli (Jalil & Safrianto, 2023).

Dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing berusaha mendapatkan pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan usaha tersebut bisa berupa pemotongan harga, iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar. Dalam ekonomi, persaingan atau kompetisi adalah bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar dan jumlah penjualan. Biasanya, para penjual berusaha mengungguli persaingan dengan membedakan harga, produk, distribusi dan promosi (Uddin, 2022).

Hasil wawancara peneliti terhadap beberapa pedagang di Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya, terdapat penurunan penjualan. Semakin berkembangnya sistem jual beli *online* telah menyebabkan penurunan penjualan secara signifikan bagi pedagang di Pasar Tradisional Wonokusumo, hal ini terjadi karena banyak konsumen yang beralih untuk berbelanja secara *online*. Adapun Persaingan harga dengan platform *online* seperti Shopee menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi penjualan di toko *offline*. Harga yang lebih murah di platform *online* membuat konsumen lebih memilih untuk berbelanja secara *online*. Selain itu keterbatasan modal menjadi kendala bagi pedagang untuk bersaing dengan toko *online* dalam hal promosi, inovasi produk, dan penawaran harga yang lebih kompetitif. Beberapa pedagang di Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya tidak terlalu khawatir dengan adanya pasar *online*, mengingat penurunan omset yang tidak terlalu banyak. Namun ada beberapa pedagang seperti pedagang pakaian, selain berjualan di pasar tradisional pedagang pakaian juga sudah mulai berjualan secara *online*. Beberapa pedagang pakaian menyadari terhadap pesatnya perkembangan pasar online sehingga harus mengikuti perkembangan tersebut agar tetap dapat bertahan di era sekarang.

Mekanisme pasar dalam konsep Islam akan tercermin prinsip syariah dalam bentuk nilai-nilai yang secara umum dapat dibagi dalam dua perspektif yaitu makro dan mikro. Nilai syariah dalam perspektif mikro menekankan aspek kompetensi/profesionalisme dan sikap amanah, sedangkan dalam perspektif makro nilai-nilai

syariah menekankan aspek distribusi, pelarangan riba dan kegiatan ekonomi yang tidak memberikan manfaat secara nyata kepada sistem perekonomian.

Persaingan bisnis antara Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya dengan Platform Shopee menurut syari'at Islam bahwasanya bersaing haruslah secara sehat, adil dan jujur serta menjalin silaturahmi agar dapat memperlambat ikatan persaudaraan. Jadi, kebebasan individu dalam hal persaingan dibatasi oleh kaidah-kaidah Islam dan akhlaq, atau dengan kata lain masih dikendalikan oleh aqidah, karena dengan Aqidahlah seseorang. bahwa dalam melakukan sesuatu hal kepada manusia haruslah dengan cara yang baik dan jangan berbuat yang tidak baik atau kerusakan, agar Allah memberikan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dalam dunia perdagangan (persaingan bisnis), Islam sebagai salah satu aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang jelas dan rinci tentang hukum dan etika persaingan, serta telah disesuaikan dengan ajaran-ajaran Islam sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 148 :

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: "Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Mahakuasa atas segala sesuatu."

Berdasarkan ayat dan hadits di atas dengan jelas bahwa sebagai pengusaha untuk bersegera dan bergegas dalam melakukan kebaikan mendorong manusia untuk saling bersaing dan berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan. Sikap ini akan melahirkan persaingan dalam kebaikan. Persaingan ini sering disebut persaingan positif (*fastabiqul khairat*).

Persaingan Bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam adalah :

1. Kejujuran

Kejujuran adalah satu kualitas yang paling sulit dari karakter untuk dicapai didalam bisnis, keluarga, atau dimana pun gelanggang tempat orang-orang berminat untuk melakukan persaingan dengan pihak-pihak lain. Bisnis yang berhasil dalam masa yang panjang akan cenderung untuk membangun semua hubungan atas mutu, kejujuran dan berinteraksi dengan orang-orang yang jujur dalam melaksanakan strategi bisnis, dan inilah yang menjadi salah satu kunci sukses Rasulullah dalam berbisnis. Dalam dunia bisnis kepercayaan sangat penting.

2. Melakukan Persaingan yang sehat

dalam ajaran Islam siapa pun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual atau pembeli, asalkan dia tidak melakukan ikhtiar, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi atau dalam istilah ekonominya *monopoly's rent*.

3. Berperilaku Baik dan Simpatik

4. Keterbukaan

5. Keadilan(Latif, 2017).

## **Pengaruh keberadaan Platform Shopee terhadap pendapatan dan keberlangsungan bisnis pedagang di Pasar Tradisional Wonokusumo Surabaya**

Pandemi Covid-19 pada sekitar awal tahun 2020 menjadikan aktivitas di Pasar Wonokusumo Surabaya serba terbatas, sehingga penjualan sedikit dan berimbas pada menurunnya pendapatan pedagang. Kondisi ini terus berlanjut bahkan kian memburuk setelah pandemi berakhir, faktor yang mengakitkannya adalah maraknya penggunaan *online shop* yang saat ini kian digemari oleh masyarakat umum. Hal tersebut mengakibatkan adanya berbagai perubahan kondisi Pasar Wonokromo Surabaya, termasuk pendapatan pedagang yang menurun drastis. Sepinya kondisi Pasar Wonokusumo Surabaya juga terlihat dari barang-barang yang tersedia sudah sedikit, sebelum maraknya *online shop* barang-barang yang dijual sering kali tertumpuk tinggi hingga sesak. Namun saat ini barang-barang yang dijual tidak terlalu banyak dan tidak ada variasinya.

Pendapatan pedagang menurun jauh dari yang pernah didapat sebelumnya, jika dulu dalam sehari mereka bisa menghasilkan 1–3 juta dan dapat menyisihkan sebagian uangnya untuk ditabung, maka saat ini hal tersebut susah untuk dilakukan karena rata-rata mereka hanya menerima uang sekitar Rp200.000 – Rp300.000 saja, bahkan menurut pedagang kondisi pasar saat ini lebih buruk jika dibandingkan dengan kondisi saat pandemi. Berdasarkan penuturan pedagang Pasar Wonokusumo Surabaya telah terdapat permainan pasar yang ada di penjualan *online shop* sehingga mematikan usaha-usaha konvensional, Hal ini tampak jelas bahwa maraknya *online shop* telah mempengaruhi struktur sosial yang ada di Pasar Wonokusumo Surabaya. Kehadiran *online shop* juga membuat para pedagang tradisional mengalami berbagai kendala seperti adanya penurunan penjualan, penurunan keuntungan dan tantangan yang lebih besar untuk menjaga ketersediaan stok barang. Atas konsekuensi yang diterima tersebut, maka para pedagang tradisional harus mampu menciptakan taktiknya sendiri untuk meningkatkan penjualannya. Adanya dominasi ekonomi yang saat ini dipegang oleh toko *online* menjadikan para pedagang Pasar Wonokromo harus mampu bertahan hidup. kemampuan dalam bertahan hidup tersebut dapat mengandalkan kapital ekonomi, kapital budaya dan sosial (Istiarohmi & Airlangga, 2024).

Kondisi Pasar Wonokusumo yang sepi pembeli tidak menjadikan beberapa pedagang menyerah begitu saja atas kondisinya. Beberapa pedagang yang bertahan merupakan pedagang yang masih konsisten dalam menjalankan usahanya. Konsistensi ini terwujud dari adanya usaha yang terus mereka lakukan untuk menjadikan usahanya tetap bertahan dengan membuka toko setiap harinya selama 7-8 jam. Dengan berbagai kondisi yang sulit tersebut, untuk tetap konsisten dan bertahan merupakan sebuah hal yang tidak mudah untuk dilakukan. Namun beberapa pedagang yang masih berjualan di Pasar Wonokusumo mencoba untuk tetap bertahan hidup melalui berbagai sumber modal yang masih tersisa. Meskipun penghasilan pedagang terbilang sangat sedikit bahkan kurang, namun mereka masih memiliki modal ekonomi yakni berupa barang dagangan yang masih ada. Terbatasnya pemasukan membuat mereka lebih terpacu dalam menjual barang-barang yang

masih tersisa. Dalam menjual barang yang masih tersisa pedagang berusaha semaksimal mungkin, hal tersebut dilakukan karena melalui barang-barang tersebutlah usaha mereka masih dapat bertahan, karena setidaknya masih ada sedikit perputaran modal.

## **KESIMPULAN**

Dalam konteks persaingan bisnis antara pasar tradisional dan platform Shopee, prinsip-prinsip syariah dalam Islam menekankan persaingan yang sehat, adil, dan jujur. Meskipun pedagang tradisional menghadapi tantangan besar dari platform *online*, mereka diharapkan untuk tetap menjalankan bisnis dengan integritas dan sikap yang baik. Fenomena maraknya belanja *online* telah mengubah minat belanja konsumen dari pasar tradisional ke platform *online* seperti Shopee. Hal ini menyebabkan penurunan kunjungan dan penjualan di pasar tradisional. Faktor-faktor utama yang memengaruhi konsumen untuk berbelanja di Shopee yaitu harga, produk, lokasi, dan pelayanan, Keberadaan Shopee dan *e-commerce* lainnya menyebabkan penurunan signifikan dalam penjualan di pasar tradisional, terutama karena persaingan harga dan keterbatasan modal pedagang. Beberapa pedagang tradisional mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan tren belanja *online*, namun ada juga yang tetap bertahan dengan konsistensi dan upaya keras dalam menjaga usaha.

## **SARAN**

Peneliti menyarankan agar pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat bersama-sama berupaya untuk menyelamatkan pasar tradisional dengan cara-cara berikut ini: Pemerintah harus memberikan bantuan dan insentif kepada para pedagang pasar tradisional, misalnya dengan memberikan subsidi sewa kios, fasilitas internet gratis, bantuan modal usaha, pelatihan digitalisasi usaha. Pelaku usaha harus menjalin kerja sama dan sinergi antara pasar tradisional dan sosial *E-commerce*, misalnya dengan membuat platform *online* khusus untuk pasar tradisional, memberikan diskon atau promo bagi *pembeli* yang datang langsung ke pasar, mengadakan program loyalitas atau *cashback* bagi pembeli setia pasar tradisional. Masyarakat harus meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap pasar tradisional, misalnya dengan lebih sering berbelanja di pasar tradisional, memberikan apresiasi dan dukungan kepada pedagang pasar tradisional, menyebarkan informasi positif tentang pasar tradisional di media sosial.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Ariyani, N. I., & Nurcahyono, O. (2018). Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.20961/jas.v3i1.17442>

Baba, M. A. (2017). Analisis Data Penelitian Kualitatif. <http://repository.iain->

manado.ac.id/415/

- Barsa, M. M., Kusmayati, N. K., & Kurniawan, T. (2023). Analisis Perkembangan Marketplace/Penjualan Online Shopee Pasca Pandemi Toko Omah Alas Adventure. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1), 50–61. <https://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk/article/view/4642>
- Farah Indah Azhari, Ifti Ayuni, Irham Lutfiansyah, & Nurbaiti. (2022). Analisis Peranan Teknologi Informasi Terhadap Persaingan Bisnis Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 349–356. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.756>
- Farhanah, D. (2022). Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional. *Skripsi UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR*, 97.
- Istiarohmi, L., & Airlangga, U. (2024). Bertahan dan Bersaing di Tengah Disrupsi : Mekanisme Survival Pedagang Pasar Tradisional Wonokromo Menghadapi Pasar Retail Online. *Jurnal Pendidikan, Sejarah Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(1), 121–132.
- Jalil, A., & Safrianto, A. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 24(2), 756–766. <https://doi.org/10.35137/jei.v24i2.1099>
- Latif, A. (2017). Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam. *Islamic Economics Journal*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.21111/iej.v3i2.2717>
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*. [http://www.academia.edu/download/35360663/METODE\\_PENELITIAN\\_KUALITAIF.docx](http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx)
- Rahmania, L. N. (2023). Strategi Bersaing Pasar Tradisional Di Era Digital (Studi pada Pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk). *Electronic Theses Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, september*, 15–20.
- Uddin, S. (2022). *Persaingan usaha. March*.
- Yudha, E. P., Deviawati, Maulani, N. F., & Shidiq, M. J. (2021). Perilaku Konsumen Pasar Tradisional dan Ritel Modern Selama Pandemi di Kabupaten Garut. *Jurnal Ekobisstek*, 11(4), 7–14. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i2.1>