

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah menyebabkan terjadinya perubahan kehidupan dalam berbagai aspek, khususnya dalam bidang ekonomi dan bisnis. Pesatnya inovasi teknologi informasi dan komunikasi menimbulkan masyarakat yang berupaya mengalihkan preferensi dari sistem manual. Kemajuan itu tidak hanya merubah cara pandang, namun juga membawa tantangan baru dan peluang tak terbatas salah satu di antaranya adalah pada aspek usaha dan perekonomian. Digitalisasi tersebut mempengaruhi semua tahapan proses ekonomi, mulai dari produksi, distribusi, pemasaran, hingga konsumsi barang dan jasa.¹

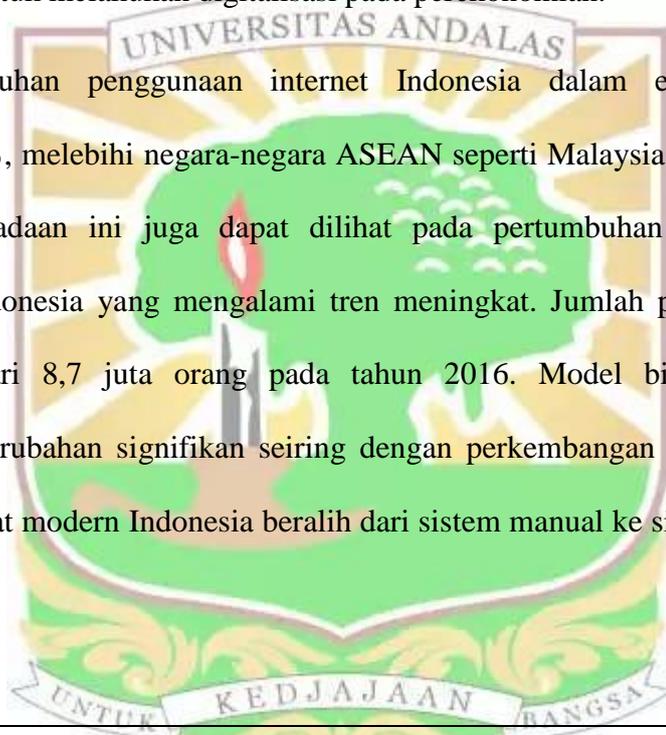
Berdasarkan *IMD World Competitiveness*,² Indonesia masih tertinggal dalam hal daya saing digital sehingga berada pada peringkat 59 dari 63 negara

¹ Nabillah Purba, Mhd Yahya, dan Nurbaiti Nurbaiti, “Revolusi Industri 4.0: Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis dan Implementasinya”, *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, Vol. 9 No. 2, 2021, hlm. 91-98. Lihat juga Rina Anggraini dan Sri Suci Muliati, “Pertumbuhan Ekonomi dan Strategi Bisnis di Era Digital: Tinjauan Terkini”, *AsbaK: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, 2024, hlm. 46-48

² *International Institute for Management Development (IMD) World Competitiveness Ranking (WCR)* menyediakan laporan tahunan terkemuka sejak tahun 1989 tentang daya saing Negara. Lembaga ini berupaya untuk menangkap perkembangan dan mengukur kinerja negara-negara yang dianalisisnya, untuk memberi para pengambil keputusan kemampuan mengidentifikasi kekuatan ekonomi dan memperbaiki kelemahan mereka. Setiap edisi *IMD World Competitiveness Ranking* menyertakan indikator-indikator baru untuk lebih mencerminkan daya saing negara-negara. *IMD World Competitiveness Center* memelopori penelitian tentang bagaimana negara dan perusahaan bersaing untuk meletakkan dasar bagi kemakmuran di masa depan. Adapun Indonesia menjadi salah satu Negara yang di nilai sejak tahun 1977. Lihat Arturo Bris, José Caballero dan Christos Cabolis, “The IMD World Digital Competitiveness Ranking: How Does Your Country Rank?” diakses melalui <https://imd.widen.net/view/pdf/vldyri8qcm/tc050-17.pdf> pada Minggu 19 Januari 2025 pkl. 12.34 WIB. Lihat juga IMD, “Our

hingga awal tahun 2017.³ Penggunaan internet mengalami peningkatan, dengan persentase penduduk yang mengakses internet meningkat dari 21,98% pada tahun 2015, menjadi 47,69% pada tahun 2019. Perkembangan pengguna internet Indonesia terutama melesat pada tahun 2021, di tengah pandemi COVID-19 mencapai 73.7%. Pandemi, pada satu sisi mengakibatkan melemahnya ekonomi. Pada sisi lainnya, kondisi pandemi ini semakin mendorong pemerintah dan masyarakat untuk melakukan digitalisasi pada perekonomian.⁴

Pertumbuhan penggunaan internet Indonesia dalam ekonomi digital mencapai 37%, melebihi negara-negara ASEAN seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand. Keadaan ini juga dapat dilihat pada pertumbuhan bisnis ritel *e-commerce* Indonesia yang mengalami tren meningkat. Jumlah pengguna *online* meningkat dari 8,7 juta orang pada tahun 2016. Model bisnis tradisional mengalami perubahan signifikan seiring dengan perkembangan ekonomi digital ini. Masyarakat modern Indonesia beralih dari sistem manual ke sistem yang lebih



origins” diakses melalui <https://www.imd.org/about/our-story/> pada Minggu 19 Januari 2025 pkl. 12.34 WIB.

³ Daya saing digital adalah kapasitas suatu negara untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital dalam rangka melakukan transformasi di sektor pemerintahan. Rendahnya daya saing Indonesia disebabkan oleh kurangnya pengembangan sumber daya manusia di bidang teknologi digital. Lihat Sri Adiningsih, Lokollo, Erna Maria, Setiaji, Strin Nariswari, Ardiansyah, Sofyan Rendi, Islam, Muhammad, dan Rahmawati, *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, dan Kebijakan di Indonesia* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2019), hlm. 11

⁴ Nila Dwi Aprilia, Surryanto Djoko Waluyo, dan Herlina JR. Saragih, “Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia”, *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, Vol. 7, No. 2, 2021, hlm. 245-259; Lihat juga Simon Kemp, “Digital 2021: Indonesia” diakses melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> pada 11 Juli 2024 pkl 12.37 WIB.

fleksibel, terutama dengan adopsi *platform-platform* digital untuk berbagai aktivitas.⁵

Pada tahun 2017, ekonomi berbasis teknologi digital memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, yakni mencapai 7,3%. Mengingat disisi lainnya, pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan hanya tercatat sebesar 5,1% pada tahun tersebut.⁶ Perkembangan ekonomi digital di Indonesia mengalami peningkatan yang lebih pesat antara tahun 2020 dan 2021, dengan kenaikan sebesar 49%. Salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan luar biasa adalah *e-commerce*, yang mencatat peningkatan sebesar 54% dari tahun 2019 ke tahun 2020. Pada periode 2021-2022 juga tercatat sebanyak 21,26% akses internet di Indonesia digunakan untuk belanja *online*. Persentase ini menempatkan belanja *online* sebagai aktivitas akses internet terbanyak ketiga setelah penggunaan media sosial dan *chatting online*.⁷

Pertumbuhan ekonomi digital, terutama melalui pasar *online*, memunculkan dampak yang signifikan bagi pelaku ekonomi. Pembeli atau konsumen mendapatkan keuntungan dalam berbagai aspek seperti mempersingkat pencarian produk dan meringkas biaya perjalanan. Sikap ini, memberikan peluang bagi pedagang untuk memperluas jangkauan pembeli dan memfasilitasi individu yang

⁵ Nila Dwi Aprilia, dkk, *op. cit.*

⁶ Ahmad Albar Tanjung, M Syafii, Sufhia Br Tarigan, dan Widya Gustriani Harahap, “Analisis Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Model Data Panel”, *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, Vol 4, No 2, 2022, hlm. 567–575

⁷ Hamzah Ritchi dan Wina Aprilianisa, “Meneropong Ekonomi Digital Indonesia dalam “Penguatan Ketahanan Ekonomi”, *Center for Digital Innovation Studies (Digits)*, diakses melalui https://digits.feb.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2023/04/PB-Ekonomi_Digital_v1.1.pdf pada 15 Juni 2024 pukul 14.23 WIB.

ingin berbisnis tanpa modal besar. Pada sisi lain, keuntungan ini tidak sejalan dengan dampak negatif yang dirasakan, terutama oleh pedagang pasar tradisional yang bergantung pada transaksi tatap muka dan etalase fisik.⁸ Transformasi ini mengubah cara pasar beroperasi, dengan konsumen beralih ke pembelian *online*, memaksa pedagang tradisional untuk beradaptasi.⁹

Adaptasi Pasar Aur Kuning terhadap digitalisasi berjalan seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi di lingkungan masyarakat. Penggunaan telepon kabel sebagai alat komunikasi menjadi awal dari jejak digitalisasi. Ketika era ponsel genggam, beberapa pedagang juga beradaptasi untuk berkomunikasi jarak jauh tanpa kabel serta berkirim pesan. Pada saat telepon genggam mulai terhubung ke internet dan muncul aplikasi yang lebih ringkas untuk berkomunikasi seperti *WhatsApp* pada tahun 2009, pedagang pasar turut serta

⁸ Pada Oktober 2023, sebuah demonstrasi terjadi di salah satu pasar besar di Indonesia yang dipicu oleh protes terhadap kerugian yang dialami akibat pasar *online*. Pedagang di Pasar Tanah Abang mengeluhkan kehadiran *TikTok Shop* yang menawarkan harga yang sangat rendah dibandingkan dengan harga di Pasar Tanah Abang. Penawaran yang rendah tersebut mengakibatkan kerugian bagi para pedagang tradisional, pemerintah Indonesia melarang operasi *TikTok Shop* untuk mengatasi masalah perdagangan melalui *platform* tersebut. Pada 3 Oktober 2023, Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan merevisi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 mengenai perizinan usaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan elektronik. Lihat CNN Indonesia, “Jerit Pedagang Tanah Abang Hingga TikTok Shop Dilarang” diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230929134912-92-1005159/jerit-pedagang-tanah-abang-hingga-tiktok-shop-dilarang> pada 1 Mei 2024 pkl 20.21, lihat juga Mela syaharani, “Sejarah *TikTok Shop*, Kini Dilarang Jualan dan Transaksi di Indonesia” diakses melalui <https://katadata.co.id/amp/sortatobing/ekonopedia/6513cd1a715f4/sejarah-tiktok-shop-kini-dilarang-jualan-dan-transaksi-di-indonesia> pada 1 Mei 2024 pkl 19.03 WIB

⁹ Yongmin Chen, “Improving Market Performance in The Digital Economy”, *China Economic Review*, No .62, 2020, hlm. 1-8.

mengadopsi perkembangan tersebut. Pada tahun 2009, beberapa pedagang mulai memanfaatkan *platform* seperti *Facebook*, *WhatsApp*, serta *BBM*.¹⁰

Digitalisasi dalam sistem pembayaran dapat dilihat, melalui nomor rekening yang dicantumkan sebagai alternatif alat bayar selain transaksi langsung. Sejak adanya fitur QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) pada tahun 2019, pembeli dapat melakukan pembayaran dengan cukup memindai *barcode*.¹¹ Jejak perkembangan digitalisasi di Pasar Aur Kuning Bukittinggi menunjukkan adaptasi pasar tradisional dalam perkembangan era digital, khususnya dalam bidang perekonomian dan perdagangan.

Pasar Aur Kuning di Kota Bukittinggi selesai dibangun pada tahun 1980 dengan kios-kios kecil. Pada tahun 1982 dilakukan pembangunan Terminal Aur Kuning. Pembangunan infrastruktur pasar dilakukan sebanyak beberapa tahap, yaitu tahun 1996, dan tahun 1998. Pembangunan toko tahap kedua dilaksanakan untuk menampung lebih banyak pedagang, terutama pedagang kain. Sejak tahun 1996 Pasar Aur Kuning berkembang menjadi pusat pasar grosir dan konfeksi. Terminal Aur Kuning turut mengalami perkembangan dengan bertambahnya loket dari jurusan daerah baru seperti Jambi, Pekanbaru, dan wilayah antar provinsi

¹⁰ Lihat Foto 5, hlm. 96

¹¹ Valora, "Pasar Atas, Pasar Bawah, Pasar Aur Kuning Bukittinggi dan Pasar Serikat C Batusangkar Siap QRIS" diakses melalui <https://valoranews.com/berita/20315/pasar-atas-pasar-bawah-pasar-aur-kuning-bukittinggi-dan-pasar-serikat-c-batusangkar-siap-qr.html/halaman/2/> pada 19 Juli 2024 pukul 17.15 WIB.

lainnya, menarik pembeli dari berbagai daerah. Karena harga tekstil dan konfeksi yang terjangkau, pasar ini mendapat julukan sebagai "Tanah Abang kedua".¹²

Pada tahun 2015, aktivitas perdagangan di Pasar Aur Kuning meliputi 1.497 petak toko atau kios serta menampung pedagang kaki lima dan pedagang yang menggunakan payung. Pada hari pekan, terdapat 350 petak untuk pedagang kaki lima dan 94 petak penyewaan payung, sementara pada hari biasa jumlahnya berkurang menjadi masing-masing 50 dan 19 petak.¹³ Pada tanggal 17 November 2017, sekitar pukul 04.45, kebakaran melanda Pasar Aur Kuning, menghancurkan blok D dan E serta puluhan petak pertokoan.¹⁴ Kejadian ini mengakibatkan berkurangnya toko dan kios yang ada di Pasar Aur Kuning dan kerugian pada pedagang. Pasar Aur Kuning beroperasi setiap hari, dengan hari puncak aktivitas perdagangan pada Rabu dan Sabtu.¹⁵

Pasar Aur Kuning menjadi tempat jualan bagi berbagai pedagang yang menjajakan beragam produk. Mayoritas objek perdagangan di Pasar Aur Kuning adalah pakaian jadi dan tekstil, selain itu juga terdapat aksesoris buatan lokal hingga bahan makanan segar seperti lauk-pauk, makanan, dan buah-buahan.¹⁶ Cakupan penelitian difokuskan pada pedagang pakaian jadi, pedagang kain, dan aksesoris. Kategori fashion atau pakaian mendominasi aktivitas perdagangan

¹² Sigit Prasetyo, "Perkembangan Pasar Aur Kuning Kota Bukittinggi Tahun 1981-2017", *Skripsi*, (Padang: Universitas Negeri Padang, 2023), hlm. 3

¹³ Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bukittinggi, *Profil Pasar Atas, Pasar Bawah dan Pasar Simpang Aur Kota Bukittinggi*, (Bukittinggi: Dinas Pengolahan Pasar Bukittinggi, 2015), hlm. 10

¹⁴ Supriadi, "Pelajaran Berharga dari Beberapa Kebakaran di Bukittinggi", *Harian Singgalang*, 20 November 2017.

¹⁵ Sigit Prasetyo, *op. Cit.* hlm. 3

¹⁶ Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bukittinggi, *op. cit.* hlm. 7

digital. Hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa kategori produk yang paling banyak dibeli melalui *platform* media sosial adalah kategori pakaian menunjukkan tingginya permintaan masyarakat terhadap produk fashion melalui teknologi digital.¹⁷

Pasar Aur Kuning sebagai pasar induk, memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Kota Bukittinggi, terutama melalui kontribusinya terhadap pendapatan daerah. Perkembangan perdagangan daring di pasar ini juga menjadi bagian dari pertumbuhan sektor Informasi dan Komunikasi, yang menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha lokal untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

Sejak tahun 2015, sektor Informasi dan Komunikasi di Kota Bukittinggi telah menunjukkan peningkatan signifikan dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).¹⁸ Pada awalnya, sektor ini tidak termasuk dalam empat kontribusi terbesar, dengan kontribusi sebesar 5,92 persen dan laju pertumbuhan 7,74 persen. Pada tahun 2017, sektor Informasi dan Komunikasi mulai mendominasi struktur perekonomian kota, berkontribusi sebesar 6,18

¹⁷ Lislindawati, Yusminar Wahyuningsih, dan Muhammad Saputra, “Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi *Online Live Streaming*, *Free Gift* dan *Diskon* Pada Media Social Tiktok” *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat 2023*, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, 2023, hlm. 2

¹⁸ Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), merupakan nilai tambah bruto seluruh barang dan jasa yang tercipta atau dihasilkan di wilayah domestik suatu negara yang timbul akibat berbagai aktivitas ekonomi dalam suatu periode tertentu tanpa memperhatikan apakah faktor produksi yang dimiliki residen atau non-residen. Lihat Badan Pusat Statistik, *Produk Domestik Regional Bruto Kota Bukittinggi Menurut Lapangan Usaha 2018-2022* (Bukittinggi: Badan Pusat Statistik Kota Bukittinggi. 2022), hlm. 4

persen dengan laju pertumbuhan 8,97 persen, didorong oleh peningkatan fasilitas dan kecepatan layanan internet melalui pengembangan jaringan *fiber optic*.¹⁹

Tren peningkatan ini berlanjut hingga tahun 2019, di mana kontribusi sektor tersebut mencapai 6,53 persen dan laju pertumbuhannya menjadi 8,27 persen. Pada tahun 2020, dampak pandemi COVID-19 memaksa banyak aktivitas dilakukan secara daring, termasuk pendidikan, perdagangan, dan pemerintahan, mendorong lonjakan penggunaan internet dan layanan telekomunikasi, sehingga kontribusi sektor Informasi dan Komunikasi meningkat tajam menjadi 7,21 persen dengan laju pertumbuhan 10,21 persen.²⁰ Sektor ini, yang pada awalnya bukan bagian dari kontributor terbesar, telah menjadi pendorong utama ekonomi kota sejak tahun 2020.²¹

Pada penghujung tahun 2021, Bukittinggi menjadi salah satu pemenang dalam tujuh kategori penerapan kota cerdas dan digital terbaik se-Indonesia menurut Pusat Inovasi Kota dan Komunitas Cerdas (PIKCC) ITB.²² Pada tahun 2023, kota ini kembali mencatat prestasi dengan menerima *Top Digital Awards* 2023, termasuk penghargaan untuk Wali Kota saat itu sebagai *Top Leader on*

¹⁹ Badan Pusat Statistik, *Produk Domestik Regional Bruto Kota Bukittinggi Menurut Lapangan Usaha 2017-2021* (Bukittinggi: Badan Pusat Statistik Bukittinggi. 2021), hlm. 104-105

²⁰ Badan Pusat Statistik, *Produk Domestik Regional Bruto Kota Bukittinggi Menurut Lapangan Usaha 2016-2020*.(Bukittinggi: Badan Pusat Statistik Bukittinggi. 2020), hlm. 104-105

²¹ Badan Pusat Statistik, "*Produk Domestik Regional Bruto Kota Bukittinggi Menurut Lapangan Usaha 2019-2023*."(Bukittinggi: Badan Pusat Statistik, 2023), hlm. 86. Lihat juga Kominfo Indonesia Terkoneksi, "*Konstan Menjaga Pertumbuhan Sektor Informasi dan Komunikasi*" diakses melalui <https://www.kominfo.go.id/content/detail/33003/konstan-menjaga-pertumbuhan-sektor-informasi-dan-komunikasi/0/artikel> pada 11 Mei 2024 pukul 11.00 WIB

²² FNN, "Bukittinggi Raih Penghargaan Kota Cerdas-Digital Terbaik Nasional" di akses melalui <https://fnn.co.id/post/bukittinggi-raih-penghargaan-kota-cerdas-digital-terbaik-nasional> pada 27 Agustus 2024 pukul 11.20 WIB

Digital Implementation 2023 dan *Top Digital Implementation 2023* untuk pemerintah kota.²³ Pergeseran ekonomi Kota Bukittinggi dari sektor-sektor tradisional menuju sektor Informasi dan Komunikasi dapat memperlihatkan perkembangan pengaruh teknologi digital pada perdagangan, salah satunya dapat dilihat pada perdagangan di Pasar Aur Kuning Bukittinggi.

Pada mulanya, para pedagang di Pasar Aur Kuning berusaha mendapatkan pelanggan dengan cara-cara tradisional seperti membagikan kartu nama atau saling bertukar nomor telepon. Transaksi dilakukan melalui telepon, terutama dengan kontak yang diperoleh melalui kartu nama. Pembeli yang menghubungi lewat telepon umumnya adalah pembelian grosir yang dalam jumlah besar untuk keperluan kantor atau bisnis.²⁴

Beberapa pedagang di Pasar Aur Kuning berusaha mengikuti perkembangan era digital sembari mempertahankan pelanggan tetap. Mereka melakukan promosi melalui aplikasi *Facebook*, *WhatsApp*, *TikTok*, dan *Instagram*. Hal ini terlihat dari berbagai postingan *Facebook*, seperti yang dilakukan oleh Toko Karunia dan Toko Lis Bordir, yang mulai membuat postingan seputar tokonya pada tahun 2010. Toko Raya Gorden di Pasar Aur Kuning Bukittinggi turut membuat postingan dan menghimbau pembeli untuk datang.²⁵ Pedagang turut beralih

²³ Yudi Prama Agustino, "Pemko Bukittinggi Terima Penghargaan Top Digital Awards 2023" diakses melalui <https://www.rri.co.id/daerah/473740/pemko-bukittinggi-terima-penghargaan-top-digital-awards-2023> pada 27 Agustus 2024 pukul 11.20 WIB

²⁴ Lihat Foto 9, hlm. 104

²⁵ Lihat Foto 6, hlm. 98

menggunakan *platform marketplace online* untuk berdagang dalam skala eceran.²⁶ Pada satu sisi terdapat pedagang yang mengadopsi teknologi digital, dan pada sisi lainnya terdapat pedagang yang tetap bertahan dengan cara tradisional.

Pedagang yang tetap pada cara tradisional mengandalkan pelanggan tetap yang menghubungi melalui telepon dan mungkin merasa cukup dengan keadaan saat ini atau ingin menghindari kompleksitas teknologi baru. Contohnya adalah pemilik toko tekstil dan bordir Anas yang merasa cukup dengan pelanggan tetapnya dan tidak menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan cukup memberikan kartu nama pada pelanggan yang berminat terhadap dagangannya.²⁷

Berdasarkan laporan Republika pada Rabu, 27 September 2023, terdapat banyak toko eceran di Pasar Aur Kuning mengalami kemerosotan. Hal ini, terutama dikarenakan semakin meluasnya perkembangan pasar digital.²⁸ Beberapa pedagang Pasar Aur Kuning, seperti Syafrimal yang telah berdagang di Pasar Aur Kuning sejak tahun 1998, tetap menggunakan cara tradisional seperti kartu nama dan telepon, meskipun menggunakan *WhatsApp* untuk komunikasi. Mereka tetap mengandalkan pelanggan dan berharap adanya regulasi yang mendukung pedagang tradisional, yang tidak memanfaatkan teknologi untuk promosi yang lebih luas.

²⁶ Lihat Foto 11, hlm. 118

²⁷ Lihat Foto 9, hlm. 104

²⁸ Febrian Fachri dan Muhammad Hafil, "Pedagang Pasar Aur Kuning Juga Alami Kemerosotan Efek TikTok Shop" diakses melalui <https://news.republika.co.id/berita/s1n1q2430/pedagang-pasar-aur-kuning-juga-alami-kemerosotan-efek-tiktok-shop-part1> pada 16 Juli 2024 pukul 09.20 WIB

Kehadiran teknologi telah menciptakan era digital yang menyebabkan pergeseran signifikan dalam cara pedagang menjalankan usaha mereka. Peneliti tertarik untuk menelusuri bagaimana digitalisasi telah mempengaruhi cara pedagang menjalankan usaha mereka di pasar ini. Meskipun banyak pedagang mulai beralih menggunakan *platform* digital untuk mengelola dan mengembangkan usaha mereka, terdapat juga pedagang yang tetap bertahan dengan metode tradisional. Keberadaan pedagang yang bertahan dengan cara-cara konvensional ini di tengah maraknya penggunaan teknologi digital membuat dinamika perdagangan di Pasar Aur Kuning Bukittinggi menjadi topik yang menarik untuk diteliti secara historis. Berdasarkan hal tersebut, usulan penelitian ini diberi judul **“Dinamika Pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi Dalam Digitalisasi Perdagangan 2009-2023”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, diketahui bahwa transformasi digital telah melahirkan sebetulnya disrupsi pada pasar tradisional. Salah satu pasar tradisional yang mengalami disrupsi tersebut adalah pasar tradisional Aur Kuning Bukittinggi yang memiliki status sebagai pasar grosir dan konfeksi terbesar di Sumatra Barat. Disrupsi menjadikan pedagang tradisional di Pasar Aur Kuning harus mencari cara agar tetap eksis ditengah pertumbuhan bentuk perdagangan baru yang mengambil alih bentuk perdagangan konvensional. Digitalisasi perdagangan memberikan dampak pada pedagang di pasar tradisional. Berdasarkan masalah tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji dinamika

pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi terhadap era digital Tahun 2009-2023.

Adapun rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan Pasar Aur Kuning Bukittinggi yang memberi peluang pedagang menggunakan teknologi informasi?
2. Mengapa pedagang di Pasar Aur Kuning menggunakan media digital dalam perdagangannya?
3. Bagaimana pedagang tradisional di Pasar Aur Kuning Bukittinggi bertahan di tengah arus digitalisasi pada perdagangan?
4. Bagaimana dampak digitalisasi terhadap perdagangan di Pasar Aur Kuning Bukittinggi?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berusaha menyoroti perkembangan bentuk perdagangan, terutama setelah masuknya era perdagangan digital. Oleh karena itu dibutuhkan batasan spasial dan temporal. Adapun batasan penelitian ini secara spasial atau geografis berfokus pada Pasar Aur Kuning Bukittinggi. Pasar Aur Kuning Bukittinggi merupakan salah satu pasar tekstil dan konfeksi terbesar di Sumatra Barat. Pada pasar ini terdapat beberapa bentuk barang konfeksi yang diperjualbelikan yaitu busana, bordir, dan aksesoris. Pada sisi lain terdapat juga pedagang yang menjual bahan pangan baik itu basah maupun kering. Berdasarkan lingkup pedagang yang bervariasi, penelitian ini difokuskan pada pedagang yang menjual konfeksi busana, bordir, dan aksesoris di Pasar Aur Kuning Bukittinggi.

Secara temporal, batasan penelitian ini adalah dari tahun 2009 hingga tahun 2023. Tahun 2009 dipilih karena merupakan tahun dimulainya indikasi penggunaan teknologi digital informasi pada perdagangan di Pasar Aur Kuning Kota Bukittinggi. Tahun 2023 dijadikan sebagai batasan akhir penelitian dikarenakan adanya perkembangan berupa pemanfaatan pasar virtual dan media sosial yang semakin meluas sebagai sarana untuk berinteraksi dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Lonjakan penggunaan pasar *online* memicu protes di beberapa pasar tradisional di Indonesia, sehingga pada tahun ini, terjadi perubahan regulasi terkait perdagangan *online*.

1.4. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, didapati tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan perubahan dan perkembangan yang terjadi di Pasar Aur Kuning Bukittinggi dari 2009 hingga 2023.
2. Menjelaskan adopsi teknologi digital serta perkembangan jaringan pedagang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi dalam era digitalisasi.
3. Menganalisis bagaimana pedagang tradisional di Pasar Aur Kuning Bukittinggi bertahan dan beradaptasi di tengah arus digitalisasi.
4. Menganalisis dampak positif dan negatif transformasi digital pada perdagangan di Pasar Aur Kuning Bukittinggi.

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademik, praktis, maupun sosial sebagaimana yang telah dirincikan di bawah ini:

1. Meningkatkan khazanah literatur ilmiah dalam analisis sejarah ekonomi, khususnya mengenai digitalisasi perdagangan di pasar tradisional, sekaligus menyajikan data empiris yang dapat menjadi acuan bagi studi sejenis.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran strategis kepada pedagang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi agar dapat memanfaatkan teknologi digital tanpa mengubur ciri khas pasar tradisional.
3. Menjadi bantuan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung perkembangan pasar tradisional secara umum, serta Pasar Aur Kuning secara khususnya.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mendukung keberadaan pasar tradisional, serta mendorong pedagang tradisional agar terbuka terhadap inovasi teknologi.

1.5. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu telah mengeksplorasi pasar dan perdagangan dari berbagai perspektif disiplin ilmu. Untuk memperkuat argumen dalam penulisan tesis ini, diperlukan identifikasi sumber-sumber penelitian yang dapat digunakan sebagai studi tinjauan dan perbandingan.

Buku berjudul “Eksistensi Pasar Tradisional Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional Di Kota Semarang-Jawa Tengah” membahas mengenai dinamika serta corak perdagangan di pasar tradisional termasuk bagaimana pasar tradisional mendukung perekonomian dan menyuburkan jaringan perdagangan pasar tradisional desa-kota. Pasar yang diungkap pada penelitian ini adalah Pasar Johar

yang tetap menjadi pasar dominan meski berada di tengah suburnya pasar-pasar moderen di Semarang, sehingga keberadaannya masih sangat krusial di kota tersebut.²⁹

Selanjutnya, literatur yang dijadikan tinjauan pada penelitian ini adalah artikel “Sejarah Perekonomian Masyarakat Minangkabau” yang ditulis oleh Nurfitri Dew. Sejarah ekonomi masyarakat Minangkabau telah meliputi jangka waktu yang lama. Dalam mengkaji sejarah ini, fokusnya adalah pada proses ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat, termasuk produksi, distribusi, dan konsumsi.³⁰ Artikel ini memiliki pembahasan dengan pendekatan yang sama dengan penelitian ini, disisi lain pola bahasan dalam ekonomi minang dapat menjadi bahan yang relevan untuk penelitian ini. Literatur ini dapat melengkapi kajian sebelumnya dengan menyoroiti dinamika ekonomi dalam konteks budaya

Sejalan dengan literatur sebelumnya, artikel berjudul “Konstruksi Sosial Budaya Minangkabau Atas Pasar” yang ditulis oleh Damsar dan Indrayani menjelaskan bagaimana posisi pasar pada kebudayaan Minangkabau. Pasar dalam struktur sosial budaya Minangkabau, dinyatakan sebagai salah satu prasyarat dari keberadaan sebuah nagari, dan merupakan cermin dari kompleksitas sosial. Pasar tidak hanya mencakup tempat transaksi ekonomi antara penjual dan pembeli, tetapi juga meliputi persoalan kehidupan masyarakat nagari seperti tempat mencari jodoh, wisata, silaturahmi, dan gudang informasi sosial budaya dan

²⁹ Emiliana Sadilah, Christriyati Ariani, Isni Herawati, Moertjipto, dan Sukari, *Eksistensi Pasar Tradisional Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Semarang-Jawa Tengah* (Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta. 2011),

³⁰ Nurfitri Dew, “Sejarah Perekonomian Masyarakat Minangkabau”, *Khazanah: Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam*, Vol. 11, No. 2, 2021

politik.³¹ Oleh karena itu selanjutnya akan di jabarkan literatur ilmiah yang berkaitan dengan pasar tradisional, khususnya pasar tradisional yang berada pada daerah penelitian ini yaitu Kota Bukittinggi.

Literatur tersebut berupa tugas akhir skripsi berjudul “Pedagang Konveksi Pasar Simpang Aur Bukittinggi Tahun 1980-2004” yang ditulis oleh Rahmi Wirada yang menjelaskan mengenai perkembangan pasar aur semenjak pembebasan lahan yang akan menjadi pasar hingga menjabarkan bagaimana bentuk kehidupan social ekonomi para pedagang di Pasar Aur Kuning bukittinggi, pada penelitian ini juga dibahas mengenai organisasi-organisasi yang cenderung bersifat kekeluargaan dalam bentuk kepemilikan toko yang berasal dari satu keluarga saja. Tidak hanya organisasi yang bersifat kekeluargaan namun juga terdapat beberapa koperasi pedagang.³²

Penelitian oleh Rahmi Wirada dapat menjadi acuan pada penelitian yang sedang penulis lakukan dikarenakan rentang tahun dari penelitian ini dengan periode pembentukan Pasar Aur Kuning adalah yang terdekat sehingga data-data yang ada pada penelitian ini dapat melengkapi data-data dari penelitian yang penulis lakukan. Tidak hanya penelitian yang dilakukan oleh Wirada, terdapat juga penelitian mengenai sejarah Pasar Aur Kuning yang dilakukan oleh peneliti lainnya yaitu penelitian yang berjudul “Perkembangan Pasar Aur Kuning Kota Bukittinggi Tahun 1981-2017” yang ditulis oleh Sigit Prasetyo.

³¹ Damsar dan Indrayani, “Konstruksi Sosial Budaya Minangkabau Atas Pasar oleh”, *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, Vol. 18 No. 1, 2016, hlm. 29-38

³² Rahmi Wirada, “Pedagang Konveksi Pasar Simpang Aur Bukittinggi Tahun 1980-2004” *Skripsi*, (Padang: Fakultas Sastra Universitas Andalas. 2005)

Pada penelitian ini, digambarkan sejarah terbentuknya Pasar Aur Kuning Bukittinggi, beserta dinamika yang mengikutinya. Berbeda dengan skripsi sebelumnya yang juga membahas kegiatan sosial yang terjadi di Pasar Aur Kuning, pada skripsi ini berfokus pada penjelasan mengenai perkembangan dan latar belakang munculnya Pasar Aur Kuning di Kota Bukittinggi pada rentang waktu 1981-2017.³³ Melalui tulisan ini dapat dipahami bahwa Pasar Aur Kuning muncul sebagai respons terhadap kepadatan pedagang di Pasar Atas, sehingga mendorong terbentuknya Pasar Aur Kuning. Pasar Aur Kuning menjadi pusat grosir tekstil di Sumatra Barat dan bahkan di Pulau Sumatra secara keseluruhan, sehingga keberadaannya menjadi bagian dari pusat ekonomi Kota Bukittinggi.

Tidak hanya literatur mengenai Pasar Aur Kuning, terdapat juga literatur berupa artikel yang berjudul “Perkembangan Pasar Atas (Pasar Atas) Bukittinggi Hingga Menjadi Plaza Tahun 2017-2023”. Artikel ini membahas perkembangan dan revitalisasi Pasar Atas Bukittinggi setelah kebakaran pada tahun 2017, dengan fokus pada dampak sosial dan ekonominya. Pada artikel ini juga dijelaskan bagaimana situasi pandemi mempengaruhi pasar.³⁴ Penelitian ini juga membahas tentang pasar sehingga dapat menjadi perbandingan dengan penulisan yang penulis lakukan. Tidak hanya itu, artikel ini juga menyinggung mengenai pandemi yang mana pandemi merupakan salah satu faktor percepatan digitalisasi.

³³ Sigit Prasetyo, *op. cit.*, hlm. 3

³⁴ Mutiara Yulia Ramadhan dan Zul Asri, “Perkembangan Pasar Atas (Pasar Atas), Bukittinggi Hingga Menjadi Plaza Tahun 2017-2023”, *Kronologi*, Vol. 5, No. 4, 2023, hlm. 134-144

Oleh karena itu sejalan dengan literatur selanjutnya yang mengkaji mengenai digitalisasi secara lebih mendalam

Buku "Teknologi Digital di Era Modern" membahas berbagai topik terkait teknologi digital, termasuk sejarah perkembangan teknologi digital. Buku ini menjelaskan bagaimana transisi dari teknologi analog ke digital dimulai sejak akhir abad ke-19 dan terus berkembang dengan munculnya semikonduktor dan komputer pribadi pada abad ke-20. Melalui buku ini dapat dipahami dampak luas digitalisasi, termasuk bagaimana adopsi teknologi digital telah mengubah praktik perdagangan tradisional di berbagai pasar, seperti Pasar Aur Kuning.³⁵ Perkembangan teknologi digital terjadi sedemikian rupa sehingga merambah pada bidang perdagangan. Pernyataan tersebut sesuai dengan buku berjudul "UMKM Goes Online Regulasi E-commerce".

Buku ini menjabarkan mengenai perkembangan teknologi yang membawa dampak positif pada perekonomian mikro. Perkembangan tersebut pada kenyataannya juga menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya *culture shock* di kalangan pelaku ekonomi. Kendati demikian, Kehadiran teknologi membuka peluang untuk pelanggaran terhadap regulasi perdagangan, mengingat dunia digital tidak mengenal batas. Setiap individu yang terlibat di dalamnya perlu siap dengan pengetahuan yang memadai, terutama terkait regulasi *e-commerce* karena

³⁵ Sastya Hendri Wibowo, Wahyuddin S, Angga Aditya Permana, Sintaria Sembiring, Ahmad Jurnaidi Wahidin, Jatmiko Wahyu Nugroho, Elsy Rahajeng, Didi Kurnaedi, Rahmat Taufik R.L Bau, Iwan Adhicandra, Yuniansyah, dan Tubagus Riko Rivanthio. *Teknologi Digital di Era Modern* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022),

informasi yang tersebar belum tentu akurat.³⁶ Buku ini menjadi acuan dalam penulisan mengenai peraturan yang tercipta dalam dunia *digital marketing*, serta dampak buruk dari digital tersebut sehubungan dengan penulisan yang berusaha melihat bagaimana pasar digital atau *e-commerce* menjadi solusi dalam menghadapi era digital.

Pada buku “Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, dan Kebijakan Di Indonesia” kemudian dijabarkan mengenai pertumbuhan ekonomi berbasis digital yang telah menjadi fenomena tidak terbantahkan, baik secara global maupun di Indonesia. Perkembangan ini membawa berbagai isu penting, termasuk persaingan di antara pasar digital. Melalui buku ini, dapat dipahami mengenai perkembangan ekonomi berbasis digital serta strategi yang harus dipersiapkan.³⁷ Buku ini secara konseptual memiliki persamaan yaitu perkembangan bidang ekonomi ke arah digital. Oleh karena itu buku ini dapat menjadi acuan dalam penelitian yang berfokus pada perkembangan pasar tradisional yang bercampur dengan ekonomi berbasis digital.

Ekonomi berbasis digital atau ekonomi digital merupakan konsepsi yang tercipta akibat adanya disrupsi oleh inovasi digital, hal ini diterangkan oleh buku sebelumnya dan relevan dengan penelitian tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Usaha Perdagangan Konveksi di

³⁶ Ni Putu Suci Meinarni, Ida Bagus Ary Indra Iswara, I Nyoman Saputra Wahyu Wijaya, dan Ayu Gede Willdahlia. *UMKM Goes Online Regulasi E-Commerce* (Yogyakarta: Deepublish. 2020),

³⁷ Sri Adiningsih, Lokollo, Erna Maria, Setiaji, Strin Nariswari, Ardiansyah, Sofyan Rendi, Islam, Muhammad, dan Rahmawati, *op. cit.* hlm. 11

Pasar Simpang Aur Kuning Bukittinggi”. Skripsi ini membahas mengenai ekonomi digital yang dapat ditemukan pada pedagang pasar tradisional.³⁸ Adapun penelitian terdahulu ini memiliki kesamaan lokasi dan konsep dengan penelitian yang sedang dilakukan, yaitu mengenai digitalisasi dalam bidang ekonomi di Pasar Aur Kuning. Perbedaan mendasar antara kedua penelitian terletak pada fokus dan pendekatannya. Penelitian yang sedang dilakukan menitikberatkan pada penjabaran alur pemanfaatan digital di Pasar Aur Kuning secara kronologis, mencakup faktor-faktor yang menyertainya serta dampak yang dirasakan oleh pedagang. Pendekatan ini tidak terbatas penggunaan internet dalam berdagang, tetapi juga menyoroti proses adaptasi dan dampak positif maupun negatif dari digitalisasi.

Penelitian terdahulu ini telah mengidentifikasi penggunaan digital oleh pedagang dan pengaruhnya terhadap perdagangan, tetapi belum spesifik menguraikan dampak positif dan negatifnya. Meskipun demikian, data dari penelitian terdahulu ini sangat membantu dalam memberikan gambaran awal mengenai tingkat pemanfaatan internet oleh pedagang Pasar Aur Kuning pada tahun 2020, termasuk sejauh mana internet digunakan untuk berdagang.

Artikel selanjutnya masih membahas mengenai perkembangan digitalisasi pada perdagangan, akan tetapi pada literatur ini terdapat contoh kasusnya pada pasar tradisional yang berada di Kota Manado. Artikel tersebut berjudul “Strategi Pedagang Tradisional di Era Pemasaran *Online* di Pasar 45 Kota Manado” yang

³⁸ Harlan Setia Rahendra, “Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Usaha Perdagangan Konfeksi di Pasar Simpang Aur Kuning Bukittinggi” *Skripsi*, (Padang: Fakultas Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Andalas, 2020)

membahas mengenai strategi pedagang dalam menghadapi era digital yang didominasi oleh pemasaran *online*. Strategi yang ada meliputi penerapan modal sosial.³⁹ Kajian ini menyoroti bagaimana modal sosial membantu pedagang mempertahankan daya saing mereka di tengah perubahan pola pemasaran. Aspek ini menjadi perhatian penting dalam penelitian pasar, karena dapat memberikan pemahaman mendalam tentang pola perkembangan pasar, terutama dalam konteks perubahan yang dipengaruhi oleh digitalisasi.

Pada akhirnya, perkembangan dalam sektor ekonomi dan perdagangan menuju digitalisasi merupakan fenomena baru sebagaimana yang dijelaskan pada artikel berjudul “Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital”. Artikel ini menjelaskan bahwa era digital telah mendorong para pedagang untuk merubah strategi mereka dalam berdagang. Keadaan dimana era digital telah berkembang demikian pesat memaksa pedagang untuk memodifikasi strategi agar tetap kompetitif. Artikel ini memberikan penegasan bahwa keadaan di era digital mengharuskan adanya perubahan atau perkembangan strategi oleh pedagang agar tetap mendapatkan hasil atau keuntungan yang diharapkan.⁴⁰ Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan karena membahas mengenai perkembangan bentuk pedagang akibat pesatnya digitalisasi.

³⁹ Agusniat Telaumbanua, Selvie Tumengkol, dan Jouke J. Lasut, “Strategi Pedagang Tradisional di Era Pemasaran *Online* di Pasar 45 Kota Manado”, *Jurnal Ilmiah Society*, Vol. 3 No.2, 2023

⁴⁰ Tarisa Aulia Ananda, Nabilla Kusuma Dewi dan Mohamad Zein Saleh, “Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital”, *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, Vol.2, No.4, 2023, hlm. 98-107

Berdasarkan penelitian terdahulu ditemukan bahwa kajian tentang pasar tradisional di Indonesia telah menunjukkan berbagai aspek penting dari dinamika perdagangan, ekonomi masyarakat, hingga transformasi digital. Beberapa penelitian menyoroti keberlanjutan pasar tradisional meski di tengah tekanan pasar modern, serta transformasi yang terjadi dalam menghadapi era digital. Kajian terdahulu mengenai pasar seperti pasar di minangkabau dapat memberikan perspektif mendalam mengenai hubungan pasar dengan budaya dan kehidupan sosial masyarakat. Penelitian terdahulu, belum secara spesifik membahas perkembangan dan juga pengaruh digitalisasi terhadap dinamika pedagang di pasar tradisional tertentu dalam kurun waktu tertentu, seperti yang diusulkan dalam penelitian ini. Penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan fokus pada digitalisasi dalam perdagangan di Pasar Aur Kuning Bukittinggi dari tahun 2009 hingga tahun 2023.

1.6. Kerangka Analisis

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam melakukan kegiatan jual beli barang dan jasa. Clifford Geertz mendefinisikan pasar sebagai institusi ekonomi dan cara hidup komunitas. Pasar berfungsi sebagai mekanisme ekonomi yang bertujuan untuk mempertahankan dan mengatur aliran barang dan jasa. Mekanisme ini mencakup berbagai aturan dan praktik yang membantu mengatur aktivitas ekonomi di pasar.⁴¹ Menurut cara transaksinya, pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

⁴¹ Clifford Geertz, *Penjaja dan raja* (Jakarta: Gramedia. 1977), hlm. 30-32.

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan model kecil, dengan proses jual beli melalui tawar menawar.⁴² Pasar tradisional di Indonesia memiliki ciri utama yaitu, menggunakan metode tawar menawar dalam pembelian barang. Prosesi tawar menawar dilakukan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Tawar-menawar bertujuan untuk mencapai keseimbangan ekonomi dan psikologis antara penjual dan pembeli, di mana nilai uang sebagai alat pertukaran sejajar dengan nilai barang yang ditukar.⁴³

Pada bukunya, Purnawan Basundoro menjelaskan bahwa sisi historisitas pasar, lahir bersamaan dengan kebutuhan manusia yang semakin beragam. Secara tata letak, pasar tradisional mengincar posisi tanah lapang, dan ruang terbuka yang tidak jauh dari pemukiman persimpangan jalan dengan tujuan mudah akses bagi masyarakat desa dan bebas gangguan umum. Seiring berjalannya waktu, pada bagian utama didirikan los, kios, atau bangunan permanen, semi permanen, serta bagian terbuka yang digunakan pedagang sementara dengan luasan yang lebih kecil.⁴⁴ Ciri-ciri ini dapat ditemukan pada Pasar Aur Kuning Bukittinggi sehingga secara tata letak pasar tersebut dapat dikategorikan sebagai pasar tradisional

⁴² Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Pengelolaan Pasar

⁴³ Purnawan Basundoro. *Pengantar Kajian Sejarah Ekonomi Perkotaan Indonesia* (Jakarta: Kencana. 2023), hlm.8

⁴⁴ Istijabatul Aliyah, "Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan", *Cakra Wisata*. Vol 18, No. 2, 2017, hlm. 1-16

Pasar tradisional adalah tempat di mana transaksi ekonomi terjadi di antara anggota masyarakat lokal, yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat jual beli barang, tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial dan budaya. Pasar ini mencerminkan struktur sosial lokal dan merupakan bagian dari jaringan pertukaran pasar yang lebih luas. Pasar tradisional mencerminkan konsepsi hidup dan interaksi sosial budaya, serta menjadi wadah untuk membangun relasi sosial di antara masyarakat.⁴⁵ Tidak hanya fungsi ekonomi, pasar tradisional juga memiliki nilai-nilai kultural yang kuat dan berperan sebagai ruang publik yang memfasilitasi interaksi sosial dan kegiatan rekreasi, mencerminkan konsepsi hidup dan interaksi sosial budaya, serta menjadi wadah untuk membangun relasi sosial di antara masyarakat.⁴⁶

Pasar tradisional di Minangkabau berfungsi sebagai pusat interaksi sosial. Masyarakat berkumpul di pasar tidak hanya untuk bertransaksi tetapi juga untuk berinteraksi satu sama lain, bertukar informasi, dan memperkuat hubungan sosial. Pasar menjadi tempat di mana warga dapat memperbaharui hubungan mereka, membahas isu-isu komunitas, dan saling berbagi pengalaman.⁴⁷ Keadaan ini kemudian mengalami perubahan sejalan dengan adanya proses modernisasi yang juga menyasar pasar.

⁴⁵ Nursyirwan Effendi, "Minangkabau Rural Markets: Their Sistem, Roles and Functions in the Market Community of West Sumatra" *Disertasi*, (Jerman: Fakultät für Soziologie Universität Bielefeld, 1998-1999), hlm 29

⁴⁶ Istijabatul Aliyah, *op. cit.* hlm. 1-16

⁴⁷ Nursyirwan Effendi, *op. cit.* hlm. 19-20

Proses modernisasi membawa perubahan dalam struktur ekonomi dan pasar, termasuk dalam proses jual beli dan tukar-menukar barang. Menurut Geertz, modernisasi melibatkan pengenalan teknologi baru dan industrialisasi. Perubahan ini sangat mempengaruhi cara masyarakat mengelola dan berpartisipasi.⁴⁸ Pengenalan teknologi ini sejalan dengan penelitian ini oleh karena itu, diperlukan pendekatan teknologi informasi untuk memahami perkembangan bentuk perdagangan yang terjadi di pasar tradisional pada penelitian ini.

Pendekatan ini merujuk pada posisi teknologi informasi yang menjadi katalis perubahan fundamental dalam struktur, operasi, dan manajemen usaha. Kemampuannya mendukung tujuan bisnis meliputi meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya, memperbaiki pengambilan keputusan, meningkatkan hubungan dengan pelanggan, serta mengembangkan aplikasi strategi baru. Melalui pendekatan ini, diketahui bahwa teknologi informasi mendukung otomatisasi, sebagaimana munculnya bentuk perekonomian yang juga dikenal sebagai perekonomian internet, perekonomian baru, perekonomian *web*,⁴⁹ atau istilah yang lebih kompleks yaitu ekonomi digital.

Digitalisasi dalam perdagangan merupakan bagian dari konsep ekonomi digital yang diperkenalkan oleh ahli ekonomi dan teknologi informasi Don Tapscott. Don Tapscott mengatakan bahwa, pada ekonomi digital, semua aktivitas dihitung menggunakan teknologi digital seperti internet, komputer, dan alat digital

⁴⁸ Clifford Geertz, *Mojokuto Dinamika Sosial Sebuah Kota di Jawa* (Jakarta: PT. Pustaka Grafitipers, 1986), hlm. 114-117

⁴⁹ Efraim Turban, R Kelly Reiner, Richard E Potter, *Introduction To Information Technology: Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2006), hlm. 5

yang mendukungnya.⁵⁰ Aktivitas ini mencakup produksi barang, pelayanan dan pembelian, penghitungan, penyimpanan data, pengembangan produk, dan kegiatan lain yang berbasis digital.⁵¹ Di Pasar Aur Kuning, ekonomi digital dalam perdagangan belum sepenuhnya diterapkan, karena praktik ekonomi konvensional atau pasar tradisional masih dominan. Pada dasarnya, pasar tradisional berusaha untuk tetap mempertahankan daya tarik tradisional itu, sehingga pedagang di Pasar Aur Kuning lebih memilih beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dibandingkan menolak maupun sepenuhnya berada pada digitalisasi.⁵²

Digital juga ditandai dengan munculnya media baru, seperti pasar digital, pasar *online*, atau pasar virtual. Jenis pasar ini adalah evolusi yang memanfaatkan teknologi internet sebagai *platform* utama dalam kegiatan jual beli.⁵³ Keberadaan pasar virtual menandai globalisasi dalam bisnis dan transaksi perdagangan yang memanfaatkan media digital untuk komunikasi, kolaborasi, dan kegiatan ekonomi antara perusahaan atau individu, seperti *E-Business* dan *E-commerce*.⁵⁴

Pedagang, sebagai komponen yang mendukung dan mempengaruhi pasar, dapat didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang secara terus-menerus melakukan kegiatan perniagaan atau perdagangan dengan tujuan

⁵⁰ Don Tapscott, *The Digital Economy: Promise And Peril in The Age of Networked Intelligence*, (New York: McGraw-Hill. 1996), hlm. 6

⁵¹ *Ibid.*, Agus Sugiarto, *Mengenal Ekonomi Digital* (Jakarta: Kompas. 2022), hlm. 3-5

⁵² Sosial Nur Indah Ariyani dan Okta Hadi Nurcahyono “Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial” *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol. 3, No.1, 2014, hlm. 8

⁵³ Oktaria Ardika Putri dan Sri Hariyanti, “Review Artikel: Transformasi Digital Dalam Bisnis dan Manajemen”, *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, Vol. 1, No. 1, 2022, hlm. 135-166

⁵⁴ *Ibid.*

memperoleh laba.⁵⁵ Pedagang berperan sebagai penghubung antara konsumen dan produsen, dengan menggunakan metode tradisional, modern, dan digital, yang masing-masing mewakili jenis pasar tertentu.

Pedagang di Pasar Aur Kuning dapat dikategorikan kepada beberapa jenis. Pedagang grosir, atau *wholesaler*, adalah individu atau badan usaha yang membeli, menyimpan, dan menjual barang dalam jumlah besar, namun tidak langsung kepada konsumen akhir. Jenis selanjutnya adalah pedagang grosir yang juga sering merangkap sebagai pedagang eceran, atau peretail, yang menjual barang langsung kepada konsumen akhir dalam jumlah kecil. Pada pasar ini juga terdapat pedagang yang menggunakan sistem elektronik untuk melakukan perdagangan. Ketiga jenis perdagangan ini digunakan untuk memahami dinamika perdagangan yang berkembang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi.

Praktik digitalisasi dalam perdagangan telah mengakibatkan disrupsi dari metode konvensional menuju sistem perdagangan elektronik. Pedagang yang memanfaatkan *platform* digital membutuhkan alat khusus yang mendukung kegiatan *e-commerce*, karena proses penjualan secara *online* berbeda dengan penjualan melalui etalase fisik di pasar tradisional. Pedagang perlu menggunakan perangkat pendukung seperti kamera untuk menampilkan produk secara efektif. Peningkatan keterampilan teknologi juga menjadi kebutuhan penting bagi para

⁵⁵ Keputusan Menteri Industri dan Perdagangan RI No. 23/MPP/Kep/1/1998 Tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan.

pedagang agar mereka dapat beradaptasi dengan sistem perdagangan elektronik yang berbeda dari metode tradisional yang biasa dilakukan.⁵⁶

Perubahan pada konsepsi pasar dan usaha adaptasi yang terjadi sejalan dengan perkembangan era yang memasuki Era Revolusi Industri, Revolusi Teknologi, dan Globalisasi. Meningkatnya arti penting pasar yang tercermin oleh meningkatnya arus barang serta modal dan jasa internasional, telah didorong oleh menurunnya biaya transportasi dan komunikasi dan runtuhnya ekonomi terpusat.⁵⁷

Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Douglas Kellner bahwa globalisasi adalah proses yang melibatkan interaksi antara ekonomi, teknologi, politik, dan budaya di seluruh dunia. Ia menekankan bahwa perubahan besar dalam teknologi, terutama dalam komunikasi dan informasi, sangat penting untuk memahami globalisasi. Internet berperan sebagai alat utama yang memungkinkan pergerakan barang, informasi, dan orang secara cepat dan mudah di seluruh dunia. Globalisasi menciptakan proses standarisasi di mana budaya massal yang terglobal menyebar ke seluruh dunia, menghasilkan keseragaman dan homogenitas di berbagai tempat. Hal ini berarti bahwa budaya lokal sering kali terpengaruh atau bahkan hilang karena dominasi budaya global yang didorong oleh kekuatan kapitalis dan perusahaan besar.⁵⁸

⁵⁶ Heni Iswati dan Nina Maharani, "Perbedaan *Display Toko Offline dan Toko Online* Untuk Produk Pakaian Wanita" *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, Vol.16, No. 2, 2019, hlm. 102

⁵⁷ Robert Gilpin, *Tantangan Kapitalisme Global*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), hlm. 5

⁵⁸ Douglas Kellner, "Theorizing Globalization", *Sociological Theory*, Vol. 20, No. 3, 2002, hlm. 3

Kellner juga mengatakan bahwa meskipun terdapat proses homogenisasi, globalisasi memungkinkan munculnya variasi dan adaptasi lokal. Masyarakat dapat mengadaptasi dan mengubah produk global sesuai dengan konteks budaya mereka sendiri, sehingga menciptakan bentuk-bentuk baru yang unik.⁵⁹ Pendapat Kellner sejalan dengan fenomena yang terjadi pada perdagangan di pasar Aur Kuning, dimana pedagang tradisional terpengaruh oleh adanya perkembangan era revolusi yang mendisrupsi kegiatan perdagangan berciri tradisional menjadi beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Adaptasi ini, kemudian juga dapat mengantarkan produk-produk khas Bukittinggi diminati oleh masyarakat luas baik itu dalam cakupan nasional maupun internasional

Perkembangan jenis pasar, terutama dengan adanya digitalisasi, membawa perkembangan dan perubahan pada jaringan pedagang tradisional di Pasar Aur Kuning. Jaringan pedagang di pasar tradisional Minangkabau merupakan struktur kompleks yang mencakup berbagai tingkatan, dari pedagang besar yang memasok barang hingga pedagang kecil yang menjual langsung ke konsumen. Jaringan ini tidak hanya memastikan distribusi barang yang efisien, tetapi juga memainkan peran sosial dan budaya dengan membangun hubungan kepercayaan antara pedagang dan konsumen, yang membantu menjaga kelancaran transaksi dan mengurangi konflik.⁶⁰ Digitalisasi memungkinkan pedagang untuk mengakses informasi, berinteraksi dengan konsumen, dan bertransaksi secara global, melampaui batasan geografis yang sebelumnya ada. Sementara itu, bagi pedagang

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 9

⁶⁰ Nursyirwan Effendi, *op. cit.*, hlm. 119-120

yang tetap mempertahankan jaringan tradisional tanpa mengadopsi teknologi digital, adanya digitalisasi menciptakan dinamika tersendiri dalam perdagangan di Pasar Aur Kuning.

1.7. Metode Penelitian

Sebuah penelitian sejarah dalam penulisannya memiliki metode tersendiri, agar hasil dari penelitian sejarah tersebut dapat dipertanggungjawabkan. Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode sejarah dengan jenis deskriptif analisis. Metode ini bermaksud untuk mendeskripsikan dan menganalisis peristiwa-peristiwa yang terjadi pada masa lampau.⁶¹ Metode sejarah meliputi empat tahapan yaitu heuristik, verifikasi, interpretasi, dan historiografi. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), di mana penelitian dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan.

Heuristik merupakan tahap pertama dalam melakukan sebuah penelitian sejarah. Pada tahap ini, peneliti melakukan pengumpulan sumber dan data yang menunjang penelitian. Sumber-sumber yang telah didapat dikelompokkan ke dalam klasifikasi sumber menurut bahannya berupa sumber tertulis dan sumber tidak tertulis atau sejarah lisan. Klasifikasi sumber lainnya adalah menurut urutan penyampaiannya berupa sumber primer dan sumber sekunder.⁶²

Klasifikasi sumber penelitian sejarah secara garis besar terbagi menjadi sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer merupakan prinsip heuristik

⁶¹ Dudung Abdurrahman, *Metodologi Penelitian Sejarah Islam*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2011), hlm. 100

⁶² *Ibid.*, hlm.102

yang perlu diperhatikan dalam sebuah penelitian sejarah. Sumber primer adalah sumber yang didapatkan secara langsung melalui saksi mata atau pelaku sejarah, maupun dokumen-dokumen tangan pertama. Sumber primer dapat berupa sumber tertulis dan sumber lisan dengan menggunakan metode sejarah lisan.⁶³ Sumber primer tertulis meliputi dokumen, catatan arsip, laporan pemerintah, foto-foto, catatan rapat, daftar anggota organisasi, dan dokumen tertulis tangan pertama lainnya.⁶⁴

Adapun sumber lisan, merupakan sumber tidak tertulis yang berasal dari ingatan tangan pertama yang dituturkan secara lisan, serta pengalaman kolektif yang dituturkan secara lisan. Sumber ini berasal dari para pelaku maupun saksi sejarah. Sumber ini didapat menggunakan cara wawancara. Sumber ini dalam penulisan sejarah dapat memberikan ruang bagi data yang tidak ditemukan dalam dokumen atau sumber tertulis.⁶⁵

Sumber primer tertulis yang penulis gunakan meliputi catatan arsip dari Dinas Perdagangan Kota Bukittinggi, arsip dari Koordinator Pengelola Pasar Aur Kuning Bukittinggi, serta arsip dari Dinas Kearsipan Kota Bukittinggi, baik sumber digital maupun sumber fisik. Penelitian ini juga memanfaatkan peta pasar, baner toko, serta foto-foto yang mengindikasikan digitalisasi di Pasar Aur Kuning Bukittinggi.

⁶³ Nina Herlina, *Metode Sejarah* (Bandung: Satya Historika, 2020), hlm. 9

⁶⁴ *Ibid.*, hlm 105

⁶⁵ *Ibid.*, hlm. 42-43, Kuntowijoyo, *Metodologi Sejarah*, (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya. 2003.), hlm .36. Lihat juga Helius Sjamsuddin, *Metodologi Sejarah* (Yogyakarta: Penerbit Ombak. 2016.), hlm.66-67

Sumber lisan diperoleh melalui wawancara dengan pedagang-pedagang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi sebagai pelaku yang terlibat dalam perkembangan pasar. Wawancara dilakukan terhadap unsur-unsur dalam jaringan pasar tradisional dan jaringan pada masa digital, seperti jasa pengiriman barang dan buruh angkut yang menjadi bagian dari jaringan pasar tradisional. Pembeli dan pedagang, sebagai aktor utama dalam pasar serta saksi digitalisasi, juga menjadi narasumber utama.

Sebelum pengajuan proposal, peneliti melakukan survei awal terhadap kemungkinan adanya digitalisasi dan kemungkinan untuk melaksanakan penelitian mengenai digitalisasi di pasar aur kuning. Melalui survei ini diketahui bahwa telah adanya indikasi digitalisasi pada perdagangan di Pasar Aur Kuning, sehingga peneliti menetapkan kriteria pedagang yang akan menjadi fokus penelitian ini. Oleh karena itu peneliti menetapkan wawancara dibatasi pada pedagang yang menjual konfeksi busana, bordir, dan aksesoris di Pasar Aur Kuning Bukittinggi.

Peneliti kemudian mewawancarai masing-masing jenis pedagang, minimal lima belas orang yang memenuhi kriteria dan merupakan representatif dari jenis-jenis pedagang tersebut. Adapun kriteria yang peneliti gunakan adalah berdasarkan rentang usia untuk mempertegas pengaruh generasi pada perkembangan digitalisasi perdagangan, kriteria lain yang peneliti gunakan adalah dengan melihat indikasi toko pedagang telah menggunakan peralatan teknologi seperti adanya *cctv*, komputer, adanya alat berjualan *online* seperti *ringlight*, tripod, alat rekam maupun handphone yang berdiri di atas meja. Identifikasi juga

dapat terlihat dari bentuk paket yang akan dikirimkan yang memiliki perbedaan dengan paket grosir.

Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada 57 narasumber yang terdiri 48 pedagang, berupa 16 pedagang konfeksi busana, 16 pedagang tekstil dan bordir, kemudian 16 pedagang aksesoris. Penelitian juga dilengkapi dengan 1 pedagang kaki lima, 1 buruh angkut, 7 orang pembeli untuk memperkuat dan mempertegas hasil dari penelitian. Wawancara tidak hanya dilakukan kepada pedagang namun juga kepada pembeli dan buruh angkut yang berada di Pasar Aur Kuning untuk melihat dampak dari digitalisasi secara menyeluruh yang juga dirasakan oleh jaringan lainnya di Pasar Aur Kuning.

Kriteria pedagang yang digunakan adalah pedagang yang memiliki indikasi penggunaan digital, dan juga pedagang yang merupakan fokus penelitian yaitu pedagang konfeksi busana, pedagang tekstil dan bordir, dan pedagang aksesoris. Peneliti mempersiapkan daftar pertanyaan menggunakan metode sejarah lisan terkait dengan digitalisasi perdagangan, serta pertanyaan yang bersifat pilihan berupa ya atau tidak untuk melengkapi informasi dengan mengkonversikannya kedalam persentase.

Penelitian juga menggunakan sumber sekunder. Sumber sekunder merupakan sumber yang secara tidak langsung memberikan informasi terkait dengan penelitian, karena bukan merupakan sumber dari saksi mata atau dokumen tangan pertama.⁶⁶ Sumber sekunder yang digunakan adalah buku-buku, jurnal, laporan penelitian, majalah, koran, dan situs-situs *online* yang kredibel dan tepercaya.

⁶⁶ *Ibid.*

Langkah berikutnya, Setelah sumber terkumpul adalah melakukan klarifikasi keotentikan dan kredibilitas sumber data melalui penyelidikan kritis. Kritik yang digunakan pada langkah verifikasi ini terdiri dari kritik ekstern dan kritik intern. Kritik ekstern merupakan verifikasi data pada sumber yang diteliti, seperti arsip atau sumber dari sisi fisiknya, untuk mengetahui otentisitas arsip tersebut. Kritik intern, di sisi lain, ditujukan untuk meneliti keabsahan sumber (kredibilitas). Pernyataan mengenai kesahihannya didukung oleh wawancara.

Tahap verifikasi dilakukan dengan memastikan keotentikan dan kredibilitas sumber data. Untuk mencapai ini, terdapat beberapa langkah agar didapati sumber yang dapat digunakan dalam penelitian. Sumber tertulis yang diperoleh kemudian diperiksa baik dari segi fisik maupun isi. Adapun terhadap sumber lisan, dilakukan perbandingan antara satu pernyataan dengan pernyataan lainnya dan mempertimbangkan keterlibatan narasumber dengan peristiwa sejarah tersebut. Sumber-sumber yang telah diuji atau diklarifikasi menghasilkan fakta.⁶⁷

Pada tahapan berikutnya, fakta-fakta yang diperoleh kemudian diinterpretasikan. Proses interpretasi melibatkan upaya untuk menafsirkan atau memahami faktor-faktor penyebab terjadinya suatu peristiwa dengan cara menghubungkan dan memilah fakta-fakta yang ada, sehingga menghasilkan makna.⁶⁸

Pada tahapan ini dilakukan analisis dengan menguraikan fakta-fakta yang memiliki berbagai kemungkinan. Setelah proses analisis, dilakukan sintesis untuk menyatukan fakta-fakta tersebut sehingga menghasilkan kesimpulan yang logis

⁶⁷ Nina Herlina, *op. cit.*, hlm. 57

⁶⁸ *Ibid.*, hlm. 30

dan terpadu. Melalui interpretasi, fakta-fakta yang sebelumnya terpisah dapat dirangkai menjadi satu narasi yang koheren dan bermakna, sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap peristiwa masa lalu. Tahapan ini sangat penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian sejarah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga memiliki nilai keilmuan yang tinggi.⁶⁹ Dalam melengkapi informasi, peneliti menggunakan metode deskriptif dari hasil wawancara yang dikonversikan kedalam kuisisioner *google form*. Metode ini mengkaji satu atau lebih variabel secara mandiri tanpa membandingkan atau mencari keterkaitannya dengan variabel lain. Peneliti memasukkan jawaban narasumber ke dalam *form* untuk melihat persentase dari jawaban yang diberikan.

Tahapan akhir dalam prosedur penelitian sejarah yaitu pemaparan, atau pelaporan hasil penelitian dengan memperhatikan urutan peristiwa dan kronologi.⁷⁰ Menyampaikan hasil-hasil rekonstruksi imajinatif masa lampau itu sesuai dengan jejak-jejaknya. Tahapan historiografi ialah tahapan kegiatan penulisan. Hasil penafsiran atas fakta-fakta itu kita tuliskan menjadi suatu kisah sejarah yang selaras. Pada bagian ini, peneliti berusaha mengungkapkan bagaimana kehadiran teknologi telah menciptakan era digital yang menyebabkan pergeseran signifikan dalam cara pedagang menjalankan usaha mereka. Penelitian ini berusaha meneliti bagaimana pedagang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi beradaptasi dengan teknologi digital dari tahun 2009 hingga 2023, serta melihat dampak yang ditimbulkan oleh perubahan tersebut. Penelitian ini disusun secara deskriptif analisis sesuai dengan sistematika yang telah ditetapkan.

⁶⁹ *Ibid.*, hlm 58-60

⁷⁰ *Ibid.*, hlm. 115-120

1.8. Sistematika Penulisan

Guna memudahkan pembahasan dalam penelitian ini, disusun sistematika yang sistematis dan kronologis. Sistematika ini berguna untuk melihat keterkaitan antar bab dan memudahkan pembaca memahami urutan pembahasan. Sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang permasalahan untuk memberikan penjelasan mengapa penelitian ini dilakukan. Kemudian dilanjutkan dengan batasan dan rumusan masalah, untuk mengetahui batasan serta masalah yang menjadi acuan penelitian. Tujuan dan kegunaan penelitian untuk menjabarkan penelitian dan manfaat kegunaan penelitian kedepannya, selanjutnya tinjauan pustaka untuk membedakan penelitian ini dan penelitian sebelumnya. Landasan teori yang digunakan pada penelitian. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, serta sistematika pembahasan.

Bab II membahas secara mendalam Pasar Aur Kuning dan pasar-pasar lainnya di Kota Bukittinggi, dimulai dengan gambaran umum tentang kondisi geografis dan demografi penduduk, kondisi sosial ekonomi, serta kondisi Bukittinggi sebagai bagian dari pusat perdagangan di Sumatra Barat. Pada bagian selanjutnya, fokus diberikan pada pasar-pasar yang menegaskan keadaan kota Bukittinggi sebagai kota yang memiliki dominasi pada sektor perdagangan, terutama Pasar Aur Kuning, dengan penjelasan mengenai sarana dan prasarana, serta jaringan perdagangan tradisional yang ada di Pasar Aur Kuning .

Bab III menguraikan tentang ekonomi berbasis digital yang menjadi wadah bagi perkembangan digitalisasi perdagangan. Pembahasan pada bab ini menyinggung kemunculan digitalisasi pada perdagangan serta perkembangannya di Indonesia kemudian menyebutkan bentuk-bentuk layanan pada digitalisasi perdagangan serta aplikasi perdagangan elektronik yang menunjang perkembangannya penjabaran ini perlu untuk dapat memperlihatkan bagaimana proses digitalisasi secara global juga mempengaruhi perkembangan adaptasi dan teknologi bagi masyarakat luas. Selanjutnya, dijabarkan bentuk digitalisasi perdagangan pada Kota Bukittinggi. Bab ini juga menjabarkan perkembangan digitalisasi yang berlangsung di Pasar Aur Kuning Bukittinggi. Bagian ini juga mengidentifikasi pedagang di Pasar Aur Kuning yang belum dan sudah mengadopsi penggunaan digital. Pada bab ini juga dijelaskan mengenai pedagang-pedagang yang pasif dalam menggunakan aplikasi digital perdagangan dan pedagang yang mengadopsi aplikasi digital perdagangan.

Bab IV membahas dampak digitalisasi perdagangan terhadap pedagang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi. Bagian pertama mengkaji respon pedagang terhadap digitalisasi. Bab ini juga membahas dampak digitalisasi terhadap pedagang, dengan fokus pada dampak terhadap pendapatan, hubungan antar pedagang Pasar Aur Kuning, dan jangkauan konsumennya.

Bab V, merupakan bab terakhir yang merupakan bab penutup. Pada bagian ini akan dipaparkan rangkuman hasil dari penelitian untuk menjawab masalah-masalah yang terdapat dalam rumusan masalah.