

**TRANSFORMASI POLA BERDAGANG DI PASAR  
GROSIR AUR KUNING DI ERA *E-COMMERCE***

**(Studi Kasus : 3 Toko di Pasar Grosir Aur Kuning di Kota  
Bukittinggi)**



**SKRIPSI**

**Oleh :**

**PEBI HANDAYANI**

**BP 2010821008**

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2025**

# **TRANSFORMASI POLA BERDAGANG DI PASAR GROSIR AUR KUNING DI ERA *E-COMMERCE***

**(Studi Kasus : 3 Toko di Pasar Grosir Aur Kuning di Kota  
Bukittinggi)**

**UNIVERSITAS ANDALAS**  
**SKRIPSI**

**Tugas untuk Mencapai Gelar Sarjana Antropologi pada Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas**

**Oleh:**

**PEBI HANDAYANI**

**BP 2010821008**



**Pembimbing I : Prof. Dr. Nursyirwan Efendi**

**Pembimbing II : Drs. Edi Indrizal, M.Si**

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2025**

## ABSTRAK

**Pebi Handayani. 201081008. Departemen Antropologi Sosial. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Andalas. Padang. 2025. Judul “Transformasi Pola Berdagang Pasar Grosir Aur Kuning di Era *E-Commerce* (Studi Kasus : 3 Toko Grosir Aur Kuning di Kota Bukittinggi)”, Pembimbing I Prof. Dr. rer. soz. Nursyirwan Efendi dan Pembimbing II Drs. Edi Indrizal, M.Si.**

Penelitian ini di latarbelakangi oleh kemajuan dunia digital yang menghadirkan *E-Commerce* sebagai sebuah jaringan belanja *online*. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh pada dunia perdagangan apalagi bagi pasar yang memiliki sistem konvensional atau melayani secara tatap muka. Kemunculan platform *e-commerce* mulai mengubah cara pandang dan tingkah laku seseorang dalam berbelanja dan memasarkan dagangannya. Khususnya para pedagang yang mulai beradaptasi dengan penggunaan platform *e-commerce* dan memunculkan inovasi serta strategi baru agar tetap eksis dan tidak ketinggalan zaman.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan bentuk transformasi pola berdagang di pasar Grosir Aur Kuning Bukittinggi semenjak kehadiran *e-commerce* dan mengidentifikasi apa saja hal yang menjadi tantangan serta peluang yang didapatkan dalam adaptasi penggunaan platform *e-commerce*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus pada informan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*.

Temuan penelitian ini adalah kehadiran *e-commerce* sebagai jaringan belanja *online* membawa perubahan yang signifikan dalam sistem perdagangan, yang dahulu antara pedagang dan konsumen melakukan transaksi jual beli secara langsung namun saat ini mulai beralih menggunakan aplikasi *e-commerce* dalam perdagangan. Dalam hal ini aplikasi yang umumnya digunakan oleh pedagang untuk memasarkan produknya adalah *TikTokshop* dan *Shopee* selain itu pedagang juga memanfaatkan *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsApp*. *E-Commerce* tidak hanya mengubah metode berdagang di Pasar Aur Kuning namun juga metode pembayaran yang di mana dilakukan pada aplikasi dengan cara menggunakan *m-banking* atau saldo yang disimpan pada aplikasi belanja *online* tersebut. Perdagangan dengan menggunakan *e-commerce* mempunyai tantangan tersendiri bagi pedagang grosir aur kuning yaitu kesulitan beradaptasi, bahkan mendapat pembeli dari aplikasi tersebut. Para pedagang yang menggunakan fitur *live streaming* juga kesulitan untuk mendapatkn *viewer*, namun dibalik itu pedagang Aur Kuning yakin dengan peluang yang muncul jika pintar melakukan perdagangan *online*.

**Kata Kunci : Transformasi, *E-commerce*, Pola Berdagang**

## ABSTRACT

**Pebi Handayani. 201081008. Department of Social Anthropology. Faculty of Social and Political Sciences. Andalas University. Padang. 2025. Title “*The Transformation of Wholesale Trading Patterns at Aur Kuning Market in the E-Commerce Era (Case Study : Three Wholesale Stores in Aur Kuning, Bukittinggi)*”, Supervisor I Prof. Dr. rer. soz. Nursyirwan Efendi and Supervisor II Drs. Edi Indrizal, M.Si.**

This research is motivated by the advancement of the digital world, which has introduced e-commerce as an online shopping network. This development has indirectly impacted the trade sector, particularly for markets that operate conventionally through face-to-face transactions. The emergence of e-commerce platforms has begun to change people's perspectives and behaviors in both shopping and marketing their products. In particular, traders are adapting to the use of e-commerce platforms, leading to the emergence of new innovations and strategies to remain competitive and relevant.

The purpose of this study is to describe the transformation of trading patterns in the Aur Kuning Wholesale Market in Bukittinggi since the introduction of e-commerce and to identify the challenges and opportunities that arise in adapting to e-commerce platforms. This research employs a qualitative case study approach, with data collected through observation, interviews, and documentation. Informants were selected using purposive sampling.

The findings of this study reveal that the presence of e-commerce as an online shopping network has significantly changed the trading system. Previously, transactions between traders and consumers were conducted directly, but now they are increasingly shifting to e-commerce applications. The most commonly used platforms by traders to market their products are TikTok Shop and Shopee, in addition to Instagram, Facebook, and WhatsApp. E-commerce has not only transformed trading methods at Aur Kuning Market but also payment methods, as transactions are now conducted via mobile banking or digital wallets within online shopping applications. However, trading through e-commerce presents its own challenges for Aur Kuning wholesalers, such as difficulties in adaptation and attracting buyers through these platforms. Traders who use live streaming features also struggle to gain viewers. Despite these challenges, Aur Kuning traders remain optimistic about the opportunities that arise for those who can effectively navigate online commerce.

**Keywords : Transformation, E-commerce, Trading Patters**

