



DAMPAK *E-COMMERCE* TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG SANDANG DI PASAR BATUSANGKAR

Megi Saputra¹, Anggelin Rahmadani², Annisa Elvina³, Rizal Fahlefi⁵

Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batangkar

Korespondensi: Jl. Sudirman No.137 Kuburajo, Limakaum, Batangkar, Sumatera Barat

Email : Megisaputraa69@gmail.com, anggelirahmadani513@gmail.com, annisaelvina01@gmail.com, rizalfahlefi@iainbatangkar.ac.id

Abstrak: Artikel ini mengkaji dampak kehadiran *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang Pasar Batangkar. Permasalahannya ialah kehadiran *e-commerce* menjadi penyebab utama menurunnya pendapatan usaha. Metode penelitian yang digunakan merupakan lapangan dengan pendekatan kualitatif. Analisis data menggunakan analisis Miles And Huberman yang meliputi, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan data. Hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini ialah menurunnya pendapatan usaha pedagang sandang Pasar Batangkar. Dimana menurunnya pendapatan usaha, masih ada yang termasuk dalam kategori lampu hijau, dan kebanyakan telah masuk dalam kategori lampu kuning. *E-commerce* akan membawa dampak yang merugikan bagi pedagang sandang konvensional dalam jangka panjang karena *e-commerce* akan mendoktrin otak pembeli menjadi kecanduan berbelanja *online*, khususnya pada generasi Z dan generasi Alfa. Oleh karena itu, pedagang sandang Pasar Batangkar harus mengikuti tren zaman dengan beralih menggunakan *e-commerce*. Namun bila tidak menggunakan *e-commerce* maka diprediksi dalam jangka panjang pendapatan usaha pedagang sandang Pasar Batangkar akan lebih turun drastis

Kata Kunci: *E-commerce, Pendapatan, Pedagang*

Abstract: This article examines the impact of the presence of *e-commerce* on the income of Batangkar Market clothing traders. The problem is that the presence of *e-commerce* is the main cause of declining business income. The research method used is a field study with a qualitative approach. Data analysis uses Miles and Huberman analysis which includes data reduction, data presentation and data conclusion. The research results found in this research were a decrease in the business income of Batangkar Market clothing traders. Where business income decreases, some are still in the green light category, and most are in the yellow light category. *E-commerce* will have a detrimental impact on conventional clothing traders in the long term because *e-commerce* will indoctrinate buyers' brains to become addicted to online shopping, especially generation Z and generation Alpha. Therefore, Batangkar Market clothing traders must follow current trends by switching to using *e-commerce*. However, if you don't use *e-commerce*, it is predicted that in the long term the business income of Batangkar Market clothing traders will drop more drastically

Keywords : *E-commerce, Revenue, and Merchants*

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini, kehadiran *e-commerce* telah menjadi momok yang menakutkan bagi banyak pedagang konvensional di Indonesia. Alasannya *e-commerce* mampu menjual produk dibawah harga yang ditawarkan pedagang konvensional (Sakti, 2014). Dimana hal ini sangat merugikan pedagang konvensional. Salah satu contoh pedagang konvensional yang dirugikan, akibat kehadiran *e-commerce* ialah pedagang sandang konvensional Pasar Tanah Abang. Oleh karena itu, mereka menuntut agar pemerintah Indonesia agar menghapuskan *e-commerce* di Indonesia. Karena pendapatan mereka telah menurun drastis akibat kehadiran *e-commerce*. Akhirnya, tuntutan para pedagang tersebut dipenuhi oleh Menteri Perdagangan dengan melarang beroperasinya salah satu *e-commerce*, yaitu Tik-Tok Shop.

Dimana Tik-Tok Shop mencampurkan penggunaan sosial media dengan *e-commerce*. Akibatnya Menteri Perdagangan memiliki kekuatan hukum melarang Tik-Tok Shop melakukan perdagangan online di Indonesia. Karena Tik-Tok hanya memiliki izin untuk sosial media saja, bukan dilengkapi dengan izin perdagangan online. Ini baru Tik-Tok Shop yang dilarang beroperasi di Indonesia. Masih banyak *e-commerce* lain yang menjadi kompetitor para pedagang sandang konvensional di Indonesia. *E-commerce* merupakan sebuah aplikasi perdagangan online dengan menggunakan internet, dimana di dalamnya telah terjadi mekanisme pasar, dan telah banyak digunakan oleh pelaku usaha dalam memasarkan barang, serta telah digunakan oleh konsumen dalam membeli barang. Sebagaimana yang disampaikan oleh (Barkatullah, 2019) bahwa *e-commerce* menekankan penggunaan jaringan internet sebagai ajang perdagangan online dengan dilengkapi fitur yang menarik dan mudah digunakan dalam memasarkan, dan memesan produk, disertai dengan pengiriman yang cepat dan harga yang lebih murah.

Contoh *e-commerce* yang terkenal di Indonesia yang meliputi, Tik Tok Shop, shopee, blibli, lazada dan sejenisnya. Kebanyakan pelaku usaha sudah banyak menggunakan aplikasi *e-commerce* dalam rangka memperluas lingkup pasar. Namun ada juga pelaku usaha yang sama sekali tidak menggunakan aplikasi *e-commerce* dengan berbagai alasan. Alasan pelaku usaha yang tidak menggunakan *e-commerce* menjadi penyebab utama menurunnya pendapatan usaha. Oleh karena itu, fenomena menurunnya pendapatan usaha akibat kehadiran *e-commerce* sangat menarik untuk dikaji.

Studi mengenai *e-commerce* telah banyak dikaji oleh orang. Sejauh ini penelitian mengenai *e-commerce* telah diteliti sebanyak delapan belas artikel. Dari studi yang telah dilakukan ini dapat dikategorikan menjadi lima perspektif. Pertama, perspektif hukum (Hayati, 2021), (Matompo, 2020), (Saragih, Bagaskarah, & Mulyadi, 2023). Kedua, perspektif ekonomi (Hernikawati, 2021), (Fema, Rakhmad, Bonda, Ramli, & Maulana, 2022), (Rodiaminollah, Ismail, & Qamariyah, 2022), (Suyanto & Purwati, 2021). Ketiga, perspektif bisnis (Christoper & Kristianti, 2020), (Atmaja & Verawati, 2021), (Purwanti & Pujawati, 2021), (Nurdiansyah, Pratiwi, & Kaunaini, 2022), (Annisa & Fauzi, 2022), (Mahbubah & Putri, 2021). Keempat, perspektif sistem informasi (Musthofa & Adiguna, 2022), (Tirtana, Zulkarnain, Kristanto, Suhendra, & Hamzah, 2020), (Armanda & Putra, 2020), (Ramadhan & Fajarita, 2020). Kelima, perspektif manajemen keuangan (Suryani & Nasri, 2020). Sedangkan kajian penelitian perspektif ekonomi, dilihat dari dampak kehadiran *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang belum ada dikaji.

Studi ini fokus mengkaji dampak kehadiran *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang Pasar Batusangkar. Oleh karena itu,

penelitian ini hendak mengkaji dampak kehadiran *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang Pasar Batusangkar. Pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini ialah bagaimana dampak kehadiran *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang Pasar Batusangkar.

Studi ini penting dilakukan untuk menganalisis dampak kehadiran *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang Pasar Batusangkar. Kemudian, akan dibahas menggunakan teori *e-commerce*. Oleh karena itu, penulis akan menulis artikel dengan judul Dampak Kehadiran *E-Commerce* Terhadap Pendapatan Pedagang Sandang Pasar Batusangkar.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini ialah sumber data primer, dengan 4 pedagang sandang di pasar Batusangkar. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara saja. Sedangkan analisis data digunakanlah analisis Miles And Huberman berupa reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan. Reduksi data disini ialah dampak kehadiran *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang Pasar Batusangkar. Kemudian, disajikan data yang penting saja, dan dibahas menggunakan teori *e-commerce*.

HASIL

Dampak Kehadiran *E-Commerce* Terhadap Pendapatan Pedagang Sandang Pasar Batusangkar

Dampak kehadiran *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang Pasar Batusangkar diperoleh melalui wawancara. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pedagang Indah yang menyampaikan informasi sebagai berikut.

Selama kami berjualan baju dan celana, belum ada sama sekali terpikirkan menggunakan e-

commerce, baik itu *shopee*, *blibli* dan segala jenisnya. Tapi kami lebih suka secara langsung melayani konsumen yang datang ke usaha kami. Untuk total pendapatan saat ini, usaha kami mengalami penurunan pendapatan sebesar 30% per bulan. Penurunan pendapatan ini disebabkan oleh persaingan dengan pedagang online, dan pedagang konvensional, serta ditambah dengan sulitnya hidup orang hari ini. Walaupun begitu kami lebih memilih bertahan sebagai pedagang baju dan celana. Terbitung lebih kurang selama 10 tahun kami berdagang ini. (Wawancara indah, 23 Juni 2023).

Dari wawancara diatas dijelaskan bahwa selama sepuluh tahun usaha Indah berdagang tidak pernah menggunakan *e-commerce*. Namun, usaha Indah lebih senang melayani konsumen yang datang ke usaha mereka. Inilah penyebab menurunnya pendapatan usaha Indah sebesar 30% per bulan. Menurunnya pendapatan usaha ini disebabkan karena bersaing dengan pedagang online yang menggunakan *e-commerce*. Selain itu, juga disebabkan, karena bersaing dengan toko lain, dan bersaing dengan usaha lain yang berada di dalam pasar, serta ditambah dengan sulitnya ekonomi orang hari ini. Dari persaingan tersebut yang paling berat, tentunya pedagang online yang menggunakan *e-commerce*. Alasannya pedagang online mampu memperluas lingkup pasar se Indonesia, harga yang lebih murah, dan pengiriman barang yang cepat.

Disamping itu, tentunya pedagang online juga melayani konsumen yang datang ke tempat usaha mereka. Akibatnya lingkup pasar mereka menjadi lebih luas. Sedangkan usaha Indah sebagai pedagang konvensional lingkup pasarnya hanya terbatas di sekitar wilayah Batusangkar. Walaupun, usaha Indah pendapatannya turun. Pemiliknya tetap ingin bertahan sebagai pedagang baju dan celana di Pasar Batusangkar.

Artinya memang *e-commerce* berdampak terhadap pendapatan usaha Indah yang menjual baju dan celana. Dimana pendapatannya telah menurun sebesar 30%

per bulan, dan ini sudah di lampu kuning, serta harus lebih berhati-hati untuk masa yang akan datang. Jika tidak berhati-hati dapat menyebabkan bangkrut dimasa yang akan datang. Selain itu, usaha Indah tidak ada berkeinginan untuk beralih menggunakan *e-commerce* dalam menjual dan mempromosikan baju dan celana, baik Shopee, Lazada, Blibli, dan yang lainnya. Tetapi, tetap ingin bertahan menjadi pedagang baju dan celana. Walaupun begitu, usaha Indah harus lebih berhati-hati dengan dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce*. Karena dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* untuk jangka panjang dapat mematikan usaha.

Contohnya saja di Pasar Tanah Abang Jakarta, yang dijuluki dengan pusat grosir sandang yang terbesar di Asia Tenggara. Dimana para pedagang sandang di Tanah Abang menuntut pemerintah agar menghapuskan Tik-Tok Shop, dan kalau bisa diikuti dengan penghapusan lazada, shopee dan yang lainnya. Karena eksistensi beberapa *e-commerce* tersebut, mampu menurunkan pendapatan usaha mereka dengan drastis. Untuk itu, usaha Indah harus belajar dari para pedagang Tanah Abang yang terdesak melawan *e-commerce*. Walaupun saat ini, usaha Indah telah terdampak cukup drastis dengan menurun pendapatannya. Namun, dalam jangka panjang *e-commerce* akan menjadi primadona oleh masyarakat yang ada di sekitar Batusangkar, khususnya generasi Z dan generasi Alfa. Akibatnya pendapatan usaha Indah akan menurun lebih drastis lagi, serta dampak yang paling fatal ialah bangkrut.

Selanjutnya, penulis juga melakukan wawancara dengan pedagang Ayu yang menyampaikan informasi sebagai berikut.

Kami berdagang di pasar Batusangkar sudah puluhan tahun. Yang dimulai dari nenek kami dan sampai kepada kami sekarang. Untuk saat ini pendapatan usaha kami telah menurun sebesar 10%. Penurunan pendapatan ini disebabkan oleh

persaingan dengan pedagang online, dan pedagang konvensional, serta ditambah dengan kondisi ekonomi masyarakat yang sulit. Usaha kami belum pernah sama sekali menggunakan shopee, blibli dan segala jenisnya. Tapi kami lebih suka secara langsung melayani konsumen yang datang ke usaha kami. Kami belum paham mengoperasikan aplikasi apa pun yang ada di e-commerce. Kami bertekad akan tetap bertahan sebagai pedagang tas dan sepatu. (Wawancara Ayu, 23 Juni 2023).

Berdasarkan wawancara diatas dijelaskan bahwa selama puluhan tahun usaha Ayu telah berdagang. Dimana usaha ini ialah warisan dari neneknya, dan sekarang dilanjutkan oleh Ayu sebagai cucunya. Oleh sebab itu, usaha ini bernama usaha Ayu yang menjual tas, dan sepatu bagi semua kalangan. Usaha Ayu telah menurun pendapatannya sebesar 10% sampai hari ini. Menurunnya pendapatan usaha ini disebabkan karena persaingan dagang yang semakin ketat dengan pedagang *online* yang menggunakan *e-commerce*. Selain itu, juga disebabkan karena bersaing dengan toko lain, dan bersaing dengan usaha lain yang berada di dalam pasar, serta ditambah dengan sulitnya ekonomi orang hari ini. Dari persaingan tersebut yang paling berat, tentunya pedagang *online* yang menggunakan *e-commerce*. Alasannya pedagang *online* mampu memperluas lingkup pasar se Indonesia, harga yang lebih murah, dan pengiriman barang yang cepat.

Disamping itu, tentunya pedagang *online* juga melayani konsumen yang datang ke tempat usaha mereka. Akibatnya lingkup pasar mereka menjadi lebih luas. Sedangkan usaha Ayu sebagai pedagang konvensional lingkup pasarnya hanya terbatas di sekitar wilayah Batusangkar. Karena usaha Ayu berdagang belum pernah sama sekali menggunakan *e-commerce* untuk berjualan, dan mempromosikan barang, baik itu Shopee, Blibli, Lazada, Toko Pedia, dan yang lainnya. Alasannya Ayu tidak paham menggunakan satu aplikasi pun yang ada di *e-commerce*. Namun, usaha Ayu lebih

senang melayani konsumen yang datang ke tempat usaha mereka. Selain itu, walaupun, usaha Ayu pendapatannya turun. Pemiliknya tetap ingin bertahan sebagai pedagang tas dan sepatu di Pasar Batusangkar.

Artinya memang *e-commerce* berdampak terhadap usaha Ayu yang menjual tas dan sepatu. Dimana pendapatan usahanya telah menurun sebesar 10% per bulan, dan ini masih di lampu hijau, serta harus tetap berhati-hati untuk masa yang akan datang. Jika tidak berhati-hati dapat menyebabkan bangkrut dimasa yang akan datang. Selain itu, usaha Ayu belum pernah menggunakan *e-commerce* dalam menjual dan mempromosikan tas dan sepatu, baik menggunakan Shopee, Lazada, Blibli, dan yang lainnya. Tetapi, tetap ingin bertahan menjadi pedagang tas dan sepatu. Walaupun begitu, usaha Ayu harus tetap berhati-hati dengan dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce*. Karena dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* untuk jangka panjang dapat mematikan usaha.

Contohnya saja di Pasar Tanah Abang Jakarta, yang dijuluki dengan pusat grosir sandang yang terbesar di Asia Tenggara. Dimana para pedagang sandang di Tanah Abang menuntut pemerintah agar menghapuskan Tik-Tok Shop, dan kalau bisa diikuti dengan Lazada, Shopee dan yang lainnya. Karena eksistensi beberapa *e-commerce* tersebut mampu menurunkan pendapatan usaha mereka dengan drastis. Oleh sebab itu, usaha Ayu harus belajar dari para pedagang Tanah Abang yang terdesak melawan *e-commerce*. Walaupun saat ini, usaha Ayu belum terdampak drastis dengan menurunnya pendapatan usaha. Karena, dalam jangka panjang *e-commerce* akan menjadi primadona oleh masyarakat yang ada di sekitar Batusangkar, khususnya generasi Z dan generasi Alfa. Akibatnya pendapatan usaha Ayu akan menurun lebih drastis lagi, serta dampak yang paling fatal ialah bangkrut.

Selanjutnya, penulis juga melakukan wawancara dengan pedagang Adi yang menyampaikan informasi sebagai berikut.

Kami berdagang di Pasar Batusangkar lebih kurang selama lima tahun. Sebelumnya kami berdagang di Jawa, tapi karena ingin dekat dengan orang tua yang tinggal di Ombilin. Makanya kami pindah berdagang di Pasar Batusangkar, dan kami juga bisa pulang hari. Kami dalam berdagang sandal dan sepatu sama sekali tidak menggunakan Shopee dan segala sejenisnya. Kami berdagang langsung melayani konsumen yang datang ke tempat kami. Saat ini saja, total pendapatan usaha kami telah menurun lebih kurang 50% per bulan. Hal ini diakibatkan karena persaingan yang ketat dengan pedagang online dan pedagang konvensional, serta ditambah dengan ekonomi orang sulit hari ini. Oleh sebab itu, kami sedang berupaya mempertimbangkan untuk beralih profesi, sembari juga berusaha mengembangkan usaha. (Wawancara Adi, 23 Juni 2023).

Berdasarkan wawancara diatas dijelaskan bahwa usaha Adi telah berjalan selama lima di Pasar Batusangkar. Dimana sebelumnya, Adi telah pernah juga berdagang sandal dan sepatu di pulau Jawa. Karena ingin dekat bersama orang tua yang tinggal di Ombilin. Maka pulanglah Adi dari Jawa, sekaligus juga memindahkan tempat usahanya ke dalam Pasar Batusangkar. Disamping itu, Adi dapat juga pulang pergi dari rumah ke tempat usahanya. Selama berdagang sandal dan sepatu, Adi tidak pernah sama sekali menggunakan *e-commerce*, baik itu Shopee, Blibli, Lazada, Toko Pedia, dan segala jenisnya. Namun, Adi berdagang langsung melayani konsumen yang datang ke tempat usahanya.

Usaha Adi telah menurun pendapatannya sebesar 50% sampai hari ini. Penyebab menurunnya pendapatan usaha Adi ialah persaingan yang ketat dengan pedagang *online* dan pedagang konvensional, serta ditambah dengan ekonomi orang yang sulit hari ini. Dari persaingan tersebut yang paling berat, tentunya

pedagang *online* yang menggunakan *e-commerce*. Alasannya pedagang *online* mampu memperluas lingkup pasar se Indonesia, harga yang lebih murah, dan pengiriman barang yang cepat.

Disamping itu, tentunya pedagang *online* juga melayani konsumen yang datang ke tempat usaha mereka. Akibatnya lingkup pasar mereka menjadi lebih luas. Sedangkan usaha Adi sebagai pedagang konvensional lingkup pasarnya hanya terbatas di sekitar wilayah Batusangkar. Karena usaha Adi belum pernah menggunakan *e-commerce* untuk berjualan, dan mempromosikan sandal dan sepatu, baik itu menggunakan Shopee, Blibli, Lazada, Toko Pedia, dan yang lainnya. Alasannya usaha Adi lebih senang melayani konsumen yang datang ke tempat usaha mereka. Selain itu, walaupun, usaha Adi pendapatannya turun. Pemiliknya lagi mempertimbangkan untuk beralih ke profesi lain. Disamping itu, Adi juga berusaha mengembangkan usahanya agar tetap bertahan.

Artinya ialah memang *e-commerce* berdampak terhadap usaha Adi yang menjual sandal dan sepatu. Dimana pendapatan usahanya telah menurun sebesar 50% per bulan. Namun dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* masih di lampu kuning. Jika tidak berhati-hati dapat menyebabkan bangkrut dimasa yang akan datang. Selain itu, usaha Adi belum pernah menggunakan *e-commerce* dalam menjual, dan mempromosikan sandal dan sepatu, baik menggunakan Shopee, Lazada, Blibli, dan yang lainnya. Tetapi, Adi lagi mempertimbangkan untuk beralih ke profesi lain. Disamping itu, Adi juga berusaha mengembangkan usahanya agar tetap bertahan. Walaupun begitu, usaha Adi harus sangat berhati-hati dengan dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce*. Karena dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* untuk jangka panjang dapat mematikan usaha.

Contohnya saja di Pasar Tanah Abang Jakarta, yang dijuluki dengan pusat grosir

sandang yang terbesar di Asia Tenggara. Dimana para pedagang sandang di Tanah Abang menuntut pemerintah agar menghapuskan Tik-Tok Shop, dan kalau bisa diikuti dengan penghapusan Lazada, Shopee dan yang lainnya. Karena eksistensi beberapa *e-commerce* tersebut mampu menurunkan pendapatan usaha mereka dengan drastis. Oleh sebab itu, usaha Adi harus belajar dari para pedagang Tanah Abang yang terdesak melawan *e-commerce*. Walaupun saat ini, usaha Adi telah terdampak sangat drastis dengan menurunnya pendapatan usaha. Karena, dalam jangka panjang *e-commerce* akan menjadi primadona oleh masyarakat yang ada di sekitar Batusangkar, khususnya generasi Z dan generasi Alfa. Akibatnya pendapatan usaha Adi akan menurun lebih drastis lagi, serta dampak yang paling fatal ialah bangkrut.

Selanjutnya, penulis juga melakukan wawancara dengan pedagang Rio yang menyampaikan informasi sebagai berikut.

Kami berdagang di Pasar Batusangkar ini telah tujuh tahun. Selama berdagang tas dan sepatu, belum pernah menggunakan Shopee dan segala sejenisnya. Namun, kami hanya berdagang melayani langsung konsumen yang datang ke tempat usaha kami. Saat ini, pendapatan usaha kami telah sangat menurun drastis sebesar 65 % per bulan sampai hari ini. Hal ini disebabkan dengan beralibnya konsume menyenangi berbelanja online, ditambah lagi kehidupan masyarakat disekitar sini juga sulit. Saat ini, kami mulai berusaha mempelajari bagaimana menggunakan e-commerce dengan sempurna melalui internet. Karena kami tidak ingin usaha kami ini bangkrut. Saat ini, kami lebih berfokus mempertahankan dan mengembangkan usaha ini saja. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari ditopang dari hasil padi yang kami miliki (Wawancara Rio , 23 Juni 2023).

Berdasarkan wawancara diatas dijelaskan bahwa usaha Rio telah berjalan selama tujuh tahun di Pasar Batusangkar. Selama berdagang tas dan sepatu, usaha Rio belum pernah

menggunakan *e-commerce*, baik itu, Shopee, Blibli, Lazada, Tokopedia, dan segala jenisnya. Namun, Rio berdagang langsung melayani konsumen yang datang ke tempat usahanya. Usaha Rio telah menurun pendapatan usahanya sebesar 65% per bulan sampai hari ini. Penyebab menurunnya omzet usaha Rio ini ialah beralihnya konsumen menyenangi berbelanja online, ditambah lagi ekonomi orang sulit disekitar Batusangkar. Disamping itu, usaha Rio juga bersaing dengan toko lain dan usaha lain yang berada di dalam pasar.

Diantara banyak pesaing yang paling berat ialah para pedagang *online* yang menggunakan *e-commerce*. Alasannya pedagang *online* mampu memperluas lingkup pasar se Indonesia, harga yang lebih murah, dan pengiriman barang yang cepat. Disamping itu, tentunya pedagang *online* juga melayani konsumen yang datang ke tempat usaha mereka. Akibatnya lingkup pasar mereka menjadi lebih luas. Sedangkan usaha Rio sebagai pedagang konvensional lingkup pasarnya hanya terbatas di sekitar wilayah Batusangkar. Karena usaha Rio belum pernah menggunakan *e-commerce* untuk berjualan, dan mempromosikan tas dan sepatu, baik menggunakan Shopee, Blibli, Lazada, Tokopedia, dan yang lainnya.

Walaupun begitu, Rio mulai sadar dan berusaha mempelajari cara penggunaan *e-commerce* melalui internet. Karena Rio tidak ingin usahanya ini bangkrut. Makanya, mulailah Rio mempelajari dan memahami penggunaan *e-commerce* melalui Youtube. Tujuannya agar dapat memperluas lingkup pasar se Indonesia, serta mengikuti tren konsumen yang sangat menggemari belanja *online*. Walaupun saat ini, usaha Rio belum menggunakan *e-commerce*. Setidaknya Rio telah bersikukuh untuk mempelajari, dan memahami penggunaan *e-commerce* melalui Youtube agar dapat mempertahankan usahanya. Alasannya, Rio masih ingin usahanya tetap berjalan dan

berkembang lagi dalam rangka menghadapi persaingan yang semakin ketat di era digital. Saat ini, Rio lebih berfokus untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha tas dan sepatu. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari ditopang dari hasil padi yang Rio miliki.

Artinya ialah memang *e-commerce* berdampak terhadap usaha Rio yang menjual tas dan sepatu. Dimana pendapatan usahanya telah menurun sebesar 65% per bulan. Namun, dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* telah di lampu kuning. Walaupun begitu, usaha Rio harus lebih sangat berhati-hati lagi. Jika tidak berhati-hati dapat menyebabkan bangkrut dimasa yang akan datang. Selain itu, usaha Rio belum pernah menggunakan *e-commerce* dalam menjual, dan mempromosikan tas dan sepatu, baik menggunakan Shopee, Lazada, Blibli, dan yang lainnya. Saat ini, Rio lebih berfokus untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha tas dan sepatu. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari ditopang dari hasil padi yang Rio miliki. Saat ini, Rio mulai sadar dan berusaha mempelajari tentang cara penggunaan *e-commerce* melalui internet. Karena Rio tidak ingin usahanya ini bangkrut. Makanya, mulailah Rio mempelajari dan memahami penggunaan *e-commerce* melalui Youtube. Karena Rio tahu dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* untuk jangka panjang dapat mematikan usaha.

Contohnya saja di Pasar Tanah Abang Jakarta, yang dijuluki dengan pusat grosir sandang yang terbesar di Asia Tenggara. Dimana para pedagang sandang di Tanah Abang menuntut pemerintah agar menghapuskan Tik-Tok Shop, dan kalau bisa diikuti dengan penghapusan Lazada, Shopee dan yang lainnya. Karena eksistensi beberapa *e-commerce* tersebut mampu menurunkan pendapatan usaha mereka dengan drastis. Sedangkan saat ini, usaha Rio telah belajar dari

para pedagang Tanah Abang yang terdesak melawan *e-commerce*. Pilihan usaha Rio mempelajari dan memahami penggunaan *e-commerce* merupakan pilihan yang tepat dan benar. Walaupun, Rio belum dapat merealisasikan penggunaan *e-commerce* dalam waktu dekat. Namun, Rio tahu dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* untuk jangka panjang dapat mematikan usaha. Karena dalam jangka panjang *e-commerce* akan menjadi primadona oleh masyarakat yang ada di sekitar Batusangkar, khususnya generasi Z dan generasi Alfa. Akibatnya pendapatan usaha Rio akan menurun lebih drastis lagi, serta dampak yang paling fatal ialah bangkrut.

PEMBAHASAN

Kehadiran *e-commerce* memang berdampak terhadap pendapatan usaha Indah yang menjual baju dan celana secara konvensional. Dimana pendapatannya telah menurun sebesar 30% per bulan, dan ini sudah di lampu kuning, serta harus lebih berhati-hati untuk masa yang akan datang. Apalagi usaha Indah tidak ada berkeinginan untuk beralih menggunakan *e-commerce*. Karena dalam jangka panjang *e-commerce* akan menjadi primadona oleh masyarakat yang ada di sekitar Batusangkar, khususnya generasi Z dan generasi Alfa. Akibatnya pendapatan usaha Indah akan menurun lebih drastis lagi, serta dampak yang paling fatal ialah bangkrut. Saat ini, pemiliknya masih tetap ingin bertahan sebagai pedagang baju dan celana di Pasar Batusangkar.

Kehadiran *e-commerce* memang berdampak terhadap usaha Ayu yang menjual tas dan sepatu secara konvensional. Dimana pendapatan usahanya telah menurun sebesar 10% per bulan. Namun dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* masih di lampu hijau. Walaupun begitu, usaha Ayu harus tetap berhati-hati dengan dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce*. Karena, dalam jangka panjang *e-commerce* akan menjadi primadona

oleh masyarakat yang ada di sekitar Batusangkar, khususnya generasi Z dan generasi Alfa. Akibatnya pendapatan usaha Ayu akan menurun lebih drastis lagi, serta dampak yang paling fatal ialah bangkrut. Saat ini, pemiliknya tetap ingin bertahan sebagai pedagang tas dan sepatu di Pasar Batusangkar..

Kehadiran *e-commerce* memang berdampak terhadap usaha Adi yang menjual sendal dan sepatu secara konvensional. Dimana pendapatan usahanya telah menurun sebesar 50% per bulan. Namun dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* masih di lampu kuning. Walaupun begitu, usaha Adi harus sangat berhati-hati lagi dengan dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce*. Karena, dalam jangka panjang *e-commerce* akan menjadi primadona oleh masyarakat yang ada di sekitar Batusangkar, khususnya generasi Z dan generasi Alfa. Akibatnya pendapatan usaha Adi akan menurun lebih drastis lagi, serta dampak yang paling fatal ialah bangkrut. Saat ini, pemiliknya lagi mempertimbangkan untuk beralih profesi lain. Disamping itu juga tetap berusaha untuk mengembangkan usahanya agar tetap bertahan.

Kehadiran *e-commerce* memang berdampak terhadap usaha Rio yang menjual tas dan sepatu secara konvensional. Dimana pendapatan usahanya telah menurun sebesar 65% per bulan. Namun dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* telah sangat di lampu kuning. Walaupun begitu, usaha Rio harus lebih sangat berhati-hati lagi, dengan dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce*. Karena dalam jangka panjang *e-commerce* akan menjadi primadona oleh masyarakat yang ada di sekitar Batusangkar, khususnya generasi Z dan generasi Alfa. Akibatnya pendapatan usaha Rio akan menurun lebih drastis lagi, serta dampak yang paling fatal ialah bangkrut. Saat ini, Rio mulai sadar dan berusaha mempelajari cara penggunaan *e-commerce* melalui Youtube. Rio juga fokus untuk

mempertahankan dan mengembangkan usaha tas dan sepatu. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari ditopang dari hasil padi yang Rio miliki.

Dampak kehadiran *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang Pasar Batusangkar, terlihat dari menurunnya pendapatan usaha mereka. Dimana menurunnya pendapatan ini masih ada yang termasuk dalam kategori lampu hijau, dan kebanyakan telah masuk dalam kategori lampu kuning. Lampu hijau disini menerangkan bahwa pendapatan usaha yang diperoleh masih aman dan cukup untuk membeli persediaan barang, membayar bea pasar, serta memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Sedangkan lampu kuning disini menjelaskan bahwa pendapatan usaha yang diperoleh telah defisit, dan hanya cukup untuk membeli persediaan barang, serta membayar bea pasar. Sedangkan keuntungan pendapatan usaha yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok masih kurang, bahkan ada yang tidak mampu memenuhinya sama sekali. Akhirnya, untuk memenuhi kebutuhan pokok harus dibantu dari hasil padi yang mereka miliki. Itulah dampak kehadiran *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang pasar Batusangkar.

Berprofesi sebagai pedagang sandang, rezeki yang diperoleh dari pendapatan usaha, diibaratkan seperti rezeki harimau. Artinya rezeki harimau ini kadang banyak sekali, kadang sedikit sekali, dan kadang sama sekali tidak ada. Tentunya, pedagang sandang selalu berharap agar memperoleh pendapatan usaha yang besar setiap bulan. Agar pendapatan usaha yang diperoleh dapat kembali digunakan untuk membeli barang dagangan. Dimana barang dagangan ini akan kembali dijual seperti semula dengan keuntungan sekian persen. Selain itu, keuntungan pendapatan usaha yang diperoleh akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Namun, yang

menjadi masalah ialah pendapatan usaha yang cenderung turun, bahkan turunnya drastis lagi. Apalagi penyebab menurunnya pendapatan usaha akibat hadirnya *e-commerce*. Sebagaimana yang terjadi pada pedagang sandang Pasar Batusangkar.

Dimana kebanyakan pedagang sandang Pasar Batusangkar masih berdagang secara konvensional dengan lingkup pasar hanya disekitar wilayah Batusangkar saja. Berdagang secara konvensional disini ialah melayani langsung konsumen yang datang ke tempat usaha mereka. Artinya masih menggunakan metode berdagang lama. Ini tentu amat disayangkan sekali. Apalagi di era yang serbah canggih hari ini. Apapun mudah di akses dengan hanya menggunakan internet saja, dan akan memperoleh segala informasi yang kita butuhkan. Dimana dalam hal ini juga termasuk dunia perdagangan, khususnya perdagangan elektronik yang lebih dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* akan mempermudah dan mempercepat proses jual beli, harga sudah ditentukan, pembayaran dengan sistem transfer atau sistem bayar ditempat, cakupan nasional, dan pengiriman pesananan barang cepat, serta penggunaan hanya dengan mengoperasikan aplikasi melalui bantuan paket data internet (Haetami, 2022).

Dimana *e-commerce* dapat digunakan oleh penjual *online* dan pembeli *online*, ketika mengakses salah satu aplikasi *e-commerce*. Namun, disamping kemudahan dan kecepatan yang diperoleh dengan menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* juga membawa dampak yang merugikan bagi pedagang sandang konvensional dalam jangka panjang. Karena *e-commerce* akan mendoktrin otak pembeli menjadi kecanduan berbelanja *online*. Walaupun, hari ini masih ada pembeli yang berbelanja langsung di pasar. Namun, hal ini diprediksi akan hilang di masa yang akan datang. Hilangnya kebiasaan berbelanja langsung di pasar disebabkan oleh majunya *e-*

commerce dan kesenangan masyarakat berbelanja *online*, khususnya generasi Z dan generasi Alfa. Akibatnya kehadiran *e-commerce* akan menurunkan pendapatan usaha para pedagang sandang konvensional. Dimana hari ini *e-commerce* telah terbukti menjadi ancaman terhadap pendapatan pedagang sandang Pasar Batusangkar. Buktinya ialah kebanyakan pedagang sandang telah mengakui bahwa pedagang sandang *online* yang menggunakan *e-commerce*, menjadi salah satu penyebab utama yang mengakibatkan pendapatan usaha mereka turun drastis.

Ini tidak dapat dibiarkan terus terjadi oleh pedagang sandang pasar Batusangkar. Karena pendapatan usaha dari penjualan sandang telah menjadi penopang perekonomian keluarga mereka. Dari pendapatan usaha sandang inilah, pedagang sandang pasar Batusangkar dapat membeli kembali persediaan barang, membayar bea pasar, serta yang paling penting untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Namun, faktanya masih ada ditemui pedagang sandang yang tidak dapat memenuhi kebutuhan pokok mereka. Hal ini karena, kehadiran *e-commerce* yang mengakibatkan pendapatan usaha menjadi sangat drastis turunnya. Oleh karena itu, suka atau tidak suka pedagang sandang Pasar Batusangkar harus mengikuti tren zaman. Tren zaman yang dimaksud ialah pedagang sandang Pasar Batusangkar harus beralih menggunakan *e-*

commerce Jika masih bertahan usahanya. Jika tidak mau menggunakan *e-commerce*, diprediksi dalam jangka panjang pendapatan usaha pedagang sandang Pasar Batusangkar akan lebih drastis turunnya, serta dampak yang paling fatal ialah bangkrut.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini ialah menurunnya pendapatan usaha pendapatan usaha pedagang sandang Pasar Batusangkar. Dimana menurunnya pendapatan ini masih ada yang termasuk dalam kategori lampu hijau, dan kebanyakan telah masuk dalam kategori lampu kuning. Setelah dibahas, *e-commerce* akan membawa dampak yang merugikan bagi pedagang sandang konvensional dalam jangka panjang. Karena *e-commerce* akan mendoktrin otak pembeli menjadi kecanduan berbelanja *online*, khususnya pada generasi Z dan generasi Alfa. Oleh karena itu, suka atau tidak suka pedagang sandang Pasar Batusangkar harus mengikuti tren zaman dengan beralih menggunakan *e-commerce*. Jika masih mau usahanya bertahan. Jika tidak mau menggunakan *e-commerce*, diprediksi dalam jangka panjang pendapatan usaha pedagang sandang Pasar Batusangkar akan lebih drastis turunnya, serta dampak yang paling fatal ialah bangkrut.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Y., & Fauzi, A. (2022). Analisis Perilaku Perubahan Pelaku Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Guna Meningkatkan Perekonomian Dengan Pemanfaatan E-Commerce Di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 31–35. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.339>
- Armanda, T., & Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 17–24. <https://doi.org/10.33365/jatika.v1i1.145>
- Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2021). Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E-Commerce. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya*, 6(1), 57–66. <https://doi.org/10.35968/jbau.v6i1.626>
- Barkatullah, A. H. (2019). *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce Di Indonesia*. Bandung: Nusa Media.
- Christoper, S. W. H., & Kristianti, I. (2020). Hubungan E-Commerce Dan Literasi Keuangan Terhadap Kelangsungan Usaha Di Boyolali. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.1-12>
- Fema, C. A., Rakhmad, N., Bonda, P. Y. E. E., Ramli, D., & Maulana, A. (2022). Studi Komparasi Tingkat Konsumsi Masyarakat Melalui E-Commerce Sebelum dan Sesudah Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(1), 53–66. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i1.951>
- Haetami, E. (2022). Membangun Kepercayaan Dalam Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam. *Jurnal Education and Development*, 10(1), 571–576. Retrieved from <http://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/3602%0Ahttp://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/download/3602/2281>
- Hayati, A. N. (2021). Analisis Tantangan Dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 109–122. <https://doi.org/10.30641/dejure.2021.v21.109-122>
- Hernikawati, D. (2021). Analisis Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Jumlah Kunjungan pada Situs E-Commerce Di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 191–102. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4389>
- Mahbubah, I., & Putri, S. Y. (2021). Dampak Perubahan Perilaku Konsumen Saat Pandemi Covid-19 Pada Peningkatan Penjualan Bisnis E-Commerce Di Kabupaten Sumenep. *Behavioral Accounting Journal*, 4(1), 239–248. <https://doi.org/10.33005/baj.v4i1.119>
- Matompo, O. S. (2020). Legal Protection Of Online Business Transaction (E-Commerce) During the Covid-19 Pandemic in Indonesia. *Legal Standing : Jurnal Ilmu Hukum*, 4(1), 146–154. <https://doi.org/10.24269/lv.v4i1.2660>
- Musthofa, N., & Adiguna, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi E-Commerce Spare-Part Komputer Berbasis Web Menggunakan CodeIgniter Pada Dhamar Putra Computer Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Science*, 1(3), 199–207. Retrieved from <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/oktal>
- Nurdiansyah, A., Pratiwi, A., & Kaunaini, B. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 297–303.
- Purwanti, N., & Pujawati, A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Commerce. *Al-Mujaddid | Jurnal Ilmu-Ulmu Agama*, 3(1), 62–78. Retrieved from <https://jurnal.staisebelasapril.ac.id/index.php/almujaddid>
- Ramadhan, F., & Fajarita, L. (2020). Implementasi Rancangan E-Commerce Pada Surya Timur Collection Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc)

Berbasis Content Management System (Cms). *Jurnal Idealis*, 3(1), 251–259.
<https://doi.org/10.36080/idealis.v3i1.1508>

- Rodiaminollah, M., Ismail, & Qamariyah, L. N. (2022). Peran E-Commerce Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) (Studi Di Toko Emha Sablon Desa Ketapang Barat). *Jurnal Iqtisodina: Ekonomi Islam & Hukum Ilam*, 5(2), 51–59.
- Sakti, N. W. (2014). *Pajak E-Commerce Mendaftar Dari Mendaftar Sampai Membayar Pajak*. Jakarta Selatan: Visi Media Pustaka.
- Saragih, A. E., Bagaskarah, M. F., & Mulyadi. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *Civilla*, 2(2).
- Suryani, S. E., & Nasri, R. (2020). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah Penerapan E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(2), 109–118.
<https://doi.org/10.24853/jmmb.1.2.109-118>
- Suyanto, U. Y., & Purwati, I. (2021). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis E-Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan). *Jurnal Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 189–198.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.299>
- Tirtana, A., Zulkarnain, A., Kristanto, B. K., Suhendra, S., & Hamzah, M. A. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 14(2), 101–108.
<https://doi.org/10.32815/jitika.v14i2.473>