

## Analisis Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Kegiatan Pasar Tradisional

Fauziah<sup>1</sup>, Rudi Hartono<sup>2</sup>, Adie Heryadi<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Magister Manajemen, Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia <sup>3 3</sup>

Ilmu Komputer, Universitas Pakuan Bogor, Indonesia

[ziefood3@gmail.com](mailto:ziefood3@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh perkembangan teknologi berdampak pada kegiatan pasar konvensional. Penelitian ini memfokuskan pada interaksi antara pedagang dan konsumen, efisiensi operasional, dan daya saing dengan pasar kontemporer. Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dan studi kasus dilakukan di beberapa pasar tradisional yang telah menggunakan teknologi seperti sistem pembayaran elektronik dan aplikasi pemasaran digital. Selain wawancara dan observasi langsung dengan pedagang dan konsumen, data dikumpulkan melalui penelitian literatur terkait.

Penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi memengaruhi pasar tradisional dengan cara ganda: ia meningkatkan efisiensi transaksi dan membuka pasar bagi pedagang yang mampu beradaptasi. Namun, beberapa pedagang menghadapi kesulitan untuk memahami dan menerapkan teknologi baru. Selain itu, tekanan dari pasar modern untuk beradaptasi dengan teknologi yang lebih cepat juga memengaruhi keberlangsungan pasar tradisional. Agar pedagang pasar tradisional tetap kompetitif dalam menghadapi perubahan, penelitian ini merekomendasikan bahwa mereka membutuhkan program pelatihan teknologi dan dukungan kebijakan dari pemerintah untuk mendukung integrasi teknologi di pasar tradisional agar mereka dapat bersaing secara adil di era digital.

**Keyword:** teknologi, pasar tradisional, digitalisasi, daya saing, efisiensi

### Pendahuluan

#### Gambaran umum pasar tradisional

Pasar tradisional telah lama menjadi bagian penting dari komunitas di seluruh dunia, berfungsi sebagai pusat interaksi sosial dan perdagangan (Nina, n.d.). Di antara banyak produk dan layanan yang ditawarkan di pasar-pasar ini adalah sayuran segar, kerajinan tangan, pakaian, dan barang-barang rumah tangga. Pasar tradisional penting untuk melestarikan adat istiadat lokal dan meningkatkan perekonomian lokal selain menjadi tempat yang bagus untuk berbisnis (Ardiyanto, Sasongko, Arief, & Maria, 2023). Meskipun ada peningkatan dalam belanja online dan telekomunikasi modern, pasar tradisional masih cukup populer karena karakteristiknya yang jujur dan sehat, yang menarik bagi pelanggan lokal maupun asing.

Pasar tradisional menawarkan rasa komunitas yang sering kali tidak ada dalam belanja online. Pelanggan mendapatkan kesempatan untuk berinteraksi dengan penjual,

menanyakan tentang produk, dan bahkan mencicipi masakan lokal. Pada akhirnya, pasar tradisional bukan hanya tempat untuk berbelanja; mereka juga merupakan tempat untuk interaksi sosial dan aktivitas sehari-hari yang meningkatkan kehidupan mereka dan sering kali menarik mereka.

### **Pentingnya teknologi dalam masyarakat modern**

Teknologi adalah aspek penting dari masyarakat modern, mengubah komunikasi, pekerjaan, and kehidupan sehari-hari. Kemajuan dalam smartphone, media social, kecerdasan buatan, dan realitas virtual telah merevolusi akses informasi, cara berbisnis, dan komunikasi. (Hadinata, 2024). Era digital ini mendorong inovasi dan kemajuan dalam hiburan, pendidikan, dan produktivitas, mengubah interaksi kita dengan dunia. (Schindlwick, 2023). Dari komunitas online hingga kelas virtual, teknologi telah menciptakan peluang baru untuk kolaborasi dan pembelajaran (Zubaidah, n.d.). Ini telah menjadi alat penting untuk tetap terhubung, tetap terinformasi, dan tetap produktif di dunia yang cepat dan saling terhubung saat ini. Ketergantungan kita pada teknologi menyoroti pentingnya dalam masyarakat modern, karena terus mempengaruhi dan meningkatkan setiap aspek kehidupan kita.

### **Pernyataan tesis tentang dampak teknologi terhadap pasar tradisional**

Dampak teknologi pada pasar tradisional tidak dapat disangkal (Khakim, n.d.). Dengan munculnya platform e-commerce dan strategi pemasaran digital, cara konsumen berbelanja dan cara berbisnis beroperasi telah berubah (Adha, 2022). Toko fisik tradisional sekarang menghadapi persaingan dari pengecer online, memaksa mereka untuk beradaptasi dan berinovasi agar dapat bertahan di lanskap digital baru ini. Teknologi juga telah memungkinkan akses yang lebih besar ke pasar global (Ardiansyah, 2023), memungkinkan bisnis untuk menjangkau pelanggan di seluruh dunia hanya dengan sekali klik. Seiring dengan kemajuan teknologi, pasar tradisional perlu menerima perubahan ini agar tetap relevan dan kompetitif di era digital.

### **Sejarah dan signifikansi pasar tradisional**

Pasar tradisional telah lama menjadi pilar perdagangan, berfungsi sebagai pusat bagi komunitas lokal untuk membeli dan menjual barang dan jasa (Dwi & Muhammad, 2023). Pasar telah memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi dan pertukaran budaya, menyediakan platform bagi usaha kecil untuk berkembang dan bagi konsumen untuk mengakses berbagai produk (Ayu, Adi, Arief, & Romi, 2023). Dengan munculnya teknologi dan ritel online, pasar tradisional menghadapi tantangan yang semakin besar untuk tetap relevan dan kompetitif (Rubiyanto, Ceprudin, & Siti, 2023) (Rubiyanto, Ceprudin, & Siti, 2023). Sangat penting untuk mengeksplorasi bagaimana pasar-pasar ini telah berkembang seiring waktu, dan bagaimana mereka dapat terus beradaptasi di tengah kemajuan teknologi.

Misalnya, pasar ikonik Pike Place di Seattle telah mampu tetap relevan dengan menggabungkan teknologi ke dalam operasional mereka, menawarkan layanan pemesanan dan pengiriman online untuk pelanggan. Selain itu, pasar telah memanfaatkan media sosial

untuk berinteraksi dengan audiens yang lebih luas dan mempromosikan vendor lokal, membantu mempertahankan statusnya sebagai pusat komunitas yang hidup.

### **Kemajuan teknologi mempengaruhi perilaku konsumen**

Kenaikan e-commerce telah mendorong pasar tradisional untuk menyesuaikan strategi mereka guna menarik dan mempertahankan pelanggan di era digital. (Aurelia, Sayudin, & Azka, 2023) . Strategi pemasaran digital dan rekomendasi yang dipersonalisasi berdasarkan data konsumen membantu bisnis terhubung dengan audiens target mereka secara pribadi (Muh, Jacobus, Ida, Bahtiar, & Rosa, 2023) . Penerimaan teknologi ini membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan inovasi (“Peran Sektor Teknologi Dalam Mendorong Inovasi Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Tahun 2023,” 2023) .

### **Studi tentang integrasi teknologi di pasar tradisional**

Penelitian menunjukkan bahwa bisnis yang mengadopsi alat dan strategi digital meningkatkan penjualan, loyalitas pelanggan, dan efisiensi. Perubahan ini menghasilkan profitabilitas yang lebih tinggi dan jangkauan audiens yang lebih luas. Seiring dengan perkembangan lanskap digital, pasar tradisional harus menyesuaikan strategi untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Virida, Muhammad, Andi, & Megawati, 2023) . Perusahaan harus tetap kompetitif dengan memberikan pengalaman yang mulus dan menerapkan solusi inovatif untuk tetap relevan dan memenuhi permintaan (Vip, Carlof, Rabiah, & Muh, 2023) .. Gagal melakukannya bisa mengakibatkan tertinggal dari pesaing. Misalnya, sebuah toko buku fisik lokal dapat menerapkan platform online untuk membeli buku dan menawarkan e-book untuk memenuhi preferensi pelanggan yang lebih suka membaca secara digital. Dengan melakukan hal tersebut, toko buku dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan efisiensi dalam manajemen inventaris. Integrasi teknologi ini memungkinkan toko buku untuk tetap bersaing di pasar yang semakin digital dan terus tumbuh serta berinovasi di industri.

### **Metodologi**

Methodologi untuk studi ini akan melibatkan pendekatan campuran, menggabungkan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. (“Mixed Methods Research Guide With Examples,” 2023) . Data kuantitatif akan dikumpulkan melalui survey dan analisis data penjualan untuk mengukur dampak platform online terhadap kepuasan pelanggan dan pertumbuhan penjualan . Data kualitatif akan dikumpulkan melalui wawancara dengan staf toko buku dan pelanggan untuk mendapatkan wawasan tentang pengalaman dan persepsi mereka terhadap integrasi teknologi baru. Misalnya, survei akan dibagikan kepada pelanggan untuk mengukur tingkat kepuasan mereka dengan platform online dan melacak perubahan dalam perilaku pembelian mereka. Selain itu, wawancara dengan staf toko buku akan mengungkapkan pemikiran mereka tentang bagaimana teknologi baru telah mempengaruhi operasi harian mereka dan interaksi dengan pelanggan.

Dengan memanfaatkan kombinasi metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif (Waruwu, 2023) , yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang dampak integrasi teknologi terhadap kepuasan pelanggan dan

pertumbuhan penjualan di lingkungan toko buku. Pendekatan multifaset ini akan memungkinkan untuk mengumpulkan wawasan yang kaya yang dapat menginformasikan strategi masa depan dan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mendorong kesuksesan bisnis. (Du & Marne, 2016).

Dengan menggunakan analisis regresi, analisis kluster, dan analisis faktor, kami akan mengidentifikasi pola dan hubungan dalam data, mengungkap tren tersembunyi, serta mengumpulkan umpan balik pelanggan melalui survey dan wawancara. Pendekatan komprehensif ini akan memberikan wawasan tentang dampak integrasi technology terhadap kepuasan pelanggan dan pertumbuhan penjualan.

## **Pembahasan**

### **Perkembangan Teknologi di Pasar Tradisional**

#### **Implementasi sistem pembayaran digital**

Kemajuan teknologi telah mengubah interaksi bisnis tradisional (Irawati, 2018), memungkinkan bisnis untuk memperlancar transaksi dan mempersonalisasi penawaran. Dompet seluler dan opsi pembayaran tanpa kontak memperlancar transaksi, sementara kecerdasan buatan dan algoritma pembelajaran mesin memungkinkan antisipasi kebutuhan pelanggan secara real-time. Personalisasi ini meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan bisnis berulang. Seiring teknologi berkembang, bisnis harus beradaptasi dan berinovasi untuk tetap bersaing.

#### **Penggunaan platform online untuk pemasaran dan penjualan**

Era digital telah merevolusi pemasaran bisnis dengan memanfaatkan media sosial (I. & Salsa, 2023) , optimisasi mesin pencari, dan pemasaran email untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Platform online memungkinkan iklan yang ditargetkan dan analisis data, memungkinkan bisnis untuk menyesuaikan strategi mereka dengan segmen pelanggan tertentu. Platform e-commerce memungkinkan penjualan global, menciptakan peluang pertumbuhan. Seiring kemajuan teknologi, bisnis harus tetap kompetitif di pasar online yang terus berkembang dengan mengadopsi strategi pemasaran digital dan platform ecommerce (Yohanes, Yulia, Nika, & Achmad, 2023) . Misalnya, sebuah butik pakaian kecil dapat menggunakan Instagram dan Facebook untuk menargetkan pelanggan potensial berdasarkan minat dan demografi mereka, yang akan meningkatkan lalu lintas ke toko online mereka. Dengan menganalisis data tentang perilaku dan preferensi pelanggan, mereka dapat menyesuaikan penawaran produk dan taktik pemasaran mereka untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan mereka secara global.

#### **Pengenalan sistem manajemen inventaris otomatis**

Sistem ini dapat melacak tingkat inventaris secara real-time, secara otomatis memesan ulang produk ketika stok rendah, dan memberikan wawasan tentang barang-barang mana yang terjual dengan baik. Ini tidak hanya membantu bisnis menghindari kehabisan stok dan kelebihan stok, tetapi juga memungkinkan mereka mengoptimalkan campuran produk mereka untuk memenuhi permintaan pelanggan. Sistem manajemen

inventaris otomatis dapat membantu bisnis memprediksi kebutuhan inventaris di masa depan dengan lebih akurat, meningkatkan efisiensi dan profitabilitas secara keseluruhan (Indah & Muhammad, 2024) . Dengan mengadopsi teknologi dan menerapkan solusi otomatis, bisnis dapat memposisikan diri mereka untuk sukses jangka panjang di ekonomi digital saat ini.

## **Dampak Teknologi terhadap Pasar Tradisional Peningkatan jangkauan pelanggan dan penjualan**

Munculnya platform e-commerce dan pemasaran media sosial, bisnis sekarang memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens global hanya dengan sekali klik (Ovi et al., n.d.) . (Tuten, n.d.) Cara membuka peluang baru bagi bisnis untuk memperluas basis pelanggan mereka dan meningkatkan aliran pendapatan mereka. Teknologi juga telah memungkinkan bisnis untuk mengumpulkan data berharga tentang perilaku dan preferensi konsumen, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan produk dan layanan mereka agar lebih memenuhi kebutuhan pasar target mereka. Dampak teknologi pada pasar tradisional telah bersifat transformatif, yang mengarah pada peningkatan daya saing dan inovasi dalam industri (Arief, Supriyanto, Syamsulbahri, & Iskandar, 2023) .

Seiring dengan bisnis yang terus mengadopsi teknologi dan beradaptasi dengan lanskap digital, mereka mampu tetap unggul dan relevan di pasar yang terus berkembang. Dengan munculnya platform e-commerce dan influencer media sosial, bisnis memiliki lebih banyak saluran daripada sebelumnya untuk terhubung dengan pelanggan mereka dan mempromosikan produk atau layanan mereka. Integrasi teknologi ke dalam strategi pemasaran tradisional telah terbukti penting bagi bisnis yang ingin berkembang dalam ekonomi modern (Dwi, Hani, & Mira, 2023).

## **Penyederhanaan operasi bisnis**

Integrasi teknologi sangat penting bagi bisnis untuk tetap efisien dan gesit dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat (Aan & Pupung, 2024) . Dengan memanfaatkan otomatisasi dan alat digital, perusahaan dapat mengurangi biaya, meningkatkan produktivitas, dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Teknologi telah merevolusi manajemen inventaris, manajemen hubungan pelanggan, dan analitik data, memungkinkan bisnis untuk membuat keputusan yang tepat dan menyesuaikan strategi dengan audiens target mereka. Dengan mengintegrasikan teknologi ke dalam setiap aspek operasi bisnis, perusahaan dapat memperlancar proses, mengotomatiskan tugas, dan menganalisis data secara real-time, memberikan mereka keunggulan atas pesaing. Misalnya, perusahaan ritel dapat menggunakan otomatisasi untuk melacak tingkat inventaris secara real-time, secara otomatis memesan ulang produk ketika stok rendah, dan menganalisis data pelanggan untuk mempersonalisasi kampanye pemasaran. Ini memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren pasar, mengurangi biaya overhead, dan memberikan pengalaman belanja yang mulus bagi pelanggan.

## **Tantangan yang dihadapi oleh pedagang pasar tradisional dalam mengadopsi teknologi**

Sumber daya terbatas, kurangnya keahlian teknis, dan resistensi terhadap perubahan. Banyak pedagang pasar tradisional mungkin kesulitan untuk berinvestasi dalam teknologi baru karena keterbatasan anggaran atau takut mengganggu praktik bisnis mereka yang sudah mapan. Selain itu, beberapa vendor mungkin tidak memiliki pengetahuan atau keterampilan untuk menerapkan dan memelihara solusi teknologi secara efektif. Perlawanan terhadap perubahan juga bisa menjadi hambatan yang signifikan, karena vendor mungkin ragu untuk mengadopsi alat dan proses baru yang mengharuskan mereka mempelajari keterampilan baru atau mengubah cara mereka beroperasi. Secara keseluruhan, tantangan-tantangan ini dapat menghambat para pedagang pasar tradisional untuk memanfaatkan teknologi guna meningkatkan operasi mereka dan tetap bersaing di pasar. Namun, dengan kemajuan teknologi yang pesat dan meningkatnya permintaan untuk belanja online, semakin mendesak bagi para pedagang pasar tradisional untuk beradaptasi dan mengadopsi solusi teknologi. Dengan berinvestasi dalam teknologi baru dan mengatasi resistensi mereka terhadap perubahan, vendor dapat memperlancar operasi mereka, menjangkau basis pelanggan yang lebih luas, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar. Sangat penting bagi vendor untuk mengenali manfaat yang dapat dibawa oleh teknologi bagi bisnis mereka dan untuk mencari bantuan dari para ahli dalam menerapkan dan memelihara solusi ini secara efektif. Pada akhirnya, dengan mengadopsi teknologi, pedagang pasar tradisional tidak hanya dapat bertahan tetapi juga berkembang di pasar yang semakin digital.

### **Studi Kasus**

#### **Contoh pasar tradisional yang berhasil mengintegrasikan teknologi**

Pada transformasi pasar petani lokal dengan memanfaatkan sistem pemesanan online untuk menjangkau pelanggan di luar lokasi fisik mereka. Contoh lainnya adalah pasar pakaian tradisional yang menerapkan sistem pembayaran seluler untuk memenuhi kebutuhan demografis yang lebih muda dan melek teknologi. Studi kasus ini menunjukkan dampak positif yang dapat ditimbulkan teknologi pada pasar tradisional, membuka jalan bagi relevansi dan kesuksesan mereka yang berkelanjutan di lanskap bisnis yang berkembang pesat.

#### **Studi kasus tentang transformasi pasar tradisional melalui teknologi**

Pentingnya beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen dan mengadopsi solusi digital. Dengan memanfaatkan teknologi, pasar-pasar ini mampu memperluas jangkauan mereka, meningkatkan kenyamanan pelanggan, dan tetap bersaing di dunia yang semakin digital. Seiring semakin banyak industri yang mengadopsi inovasi dan digitalisasi, pasar tradisional juga harus berkembang untuk memenuhi tuntutan konsumen modern. Dengan melakukan hal tersebut, mereka tidak hanya dapat bertahan hidup tetapi juga berkembang di pasar yang selalu berubah saat ini. Dengan tetap berada di depan kurva dan menggabungkan solusi digital ke dalam model bisnis mereka, pasar tradisional dapat memposisikan diri mereka sebagai pemimpin di industri mereka.

Ini tidak hanya memungkinkan mereka untuk menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memberikan pengalaman yang mulus dan efisien. Seiring dengan kemajuan teknologi, sangat penting bagi bisnis untuk terus beradaptasi dan berinovasi agar tetap relevan dan sukses di era digital yang serba cepat. Menerima transformasi digital bukan lagi pilihan tetapi kebutuhan bagi bisnis yang ingin tetap competitive dan berkembang di pasar yang terus berkembang. (Nina, Didier, & Michael, 2014).

## **Pelajaran yang dipetik dari kemajuan teknologi di pasar tradisional**

Industri yang sedang berkembang terus berevolusi, dengan solusi inovatif dan teknologi mutakhir. Untuk bertahan dan berkembang, bisnis harus tetap berada di depan kurva, berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan, berkolaborasi dengan para ahli industri, dan mencari peluang pertumbuhan. Posisi ini memungkinkan mereka untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik basis pelanggan yang setia. Menyambut perubahan dan terbuka terhadap ide-ide baru memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dan berinovasi. Dengan fokus pada perbaikan terus-menerus dan kelincahan, bisnis dapat menavigasi tantangan pasar dan muncul sebagai pemimpin industri. Mereka yang bersedia menerima perubahan akan membentuk masa depan industri mereka.

## **Kesimpulan**

### **Ringkasan temuan utama**

Secara keseluruhan untuk berkembang dalam lanskap pasar yang cepat berubah saat ini, bisnis harus proaktif dalam pendekatan mereka terhadap inovasi dan pertumbuhan. Dengan memprioritaskan penelitian dan pengembangan, kolaborasi, dan kesiapan untuk menerima perubahan, perusahaan dapat memposisikan diri mereka sebagai pemimpin industri dan menarik basis pelanggan yang setia. Jelas bahwa mereka yang bersedia beradaptasi dan berkembang pada akhirnya akan membentuk masa depan industri mereka. Kesimpulannya, tetap berada di depan kurva dan terbuka terhadap ide-ide baru adalah strategi penting untuk sukses di dunia bisnis modern.

### **Implikasi untuk masa depan pasar tradisional**

Perusahaan harus terus-menerus memantau tren pasar, preferensi konsumen, dan kemajuan teknologi untuk tetap kompetitif dan relevan di era digital. Menyambut inovasi, mengantisipasi tantangan masa depan, dan mengeksplorasi cara-cara baru dalam berbisnis adalah hal yang penting. Ini mungkin melibatkan investasi dalam teknologi baru, penyesuaian strategi pemasaran, dan perluasan penawaran produk. Tetap proaktif dan adaptif sangat penting untuk kesuksesan dan pertumbuhan jangka panjang.

### **Rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut dan penerapan praktis teknologi di pasar tradisional.**

Penelitian tentang teknologi baru seperti kecerdasan buatan, blockchain, dan realitas virtual sangat penting untuk memahami dampaknya terhadap pasar tradisional. Teknologiteknologi ini dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, memperlancar

operasi, dan mendorong penjualan. Aplikasi praktis termasuk chatbot, kampanye pemasaran yang dipersonalisasi, dan solusi pembayaran seluler. Perusahaan harus mengadopsi teknologi dan terus berinovasi untuk memposisikan diri mereka meraih kesuksesan di lanskap digital. Realitas tertambah dan virtual dapat menciptakan pengalaman belanja yang imersif, sementara langkah-langkah keamanan siber melindungi data pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi secara strategis, perusahaan dapat bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif...

## References

- Aan, & Pupung. (2024). *Transformasi Digital Manajemen Strategi dalam Menghadapi Dinamika Bisnis Modern*. Retrieved from <http://jinnovative.org/index.php/Innovative/article/view/12112>
- Adha. (2022). *Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: sebuah tinjauan literatur*. Retrieved from <https://www.ejournal.unis.ac.id/index.php/JIPIS/article/view/3286>
- Ardiansyah. (2023). *Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital*. Retrieved from: <https://pdfs.semanticscholar.org/6dd0/879293fdd48556e88b2c0623a7ead95ea420.dfd>
- Ardiyanto, Sasongko, Arief, & Maria. (2023). *PERENCANAAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DALAM PENGEMBANGAN WILAYAH DAN KOTA*. Retrieved from <http://eprints.itn.ac.id/14435/>
- Arief, Supriyanto, Syamsulbahri, & Iskandar. (2023). *Revolusi bisnis di era digital: Strategi dan dampak transformasi proses teknologi terhadap keunggulan kompetitif dan pertumbuhan organisasi*. Retrieved from <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jbmws/article/view/563>
- Aurelia, Sayudin, & Azka. (2023). *Perkembangan bisnis di era digital*. Retrieved from <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp/article/view/554>
- Ayu, Adi, Arief, & Romi. (2023). *Strategi kolaboratif dalam mendorong inovasi bisnis di industri kreatif: kajian kualitatif pada perusahaan desain grafis*. Retrieved from <https://sj.eastasouth-institute.com/index.php/smb/article/view/221>



<http://Jurnal.uika-bogor.ac.id/index.php/TEK>

Vol.13 No.2, Desember 2024

Du, & Marne. (2016). *Towards a holistic customer experience management framework for enterprises*. Retrieved from <https://journals.co.za/doi/abs/10.7166/27-3-1624>

Dwi, Hani, & Mira. (2023). *Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital*. Retrieved from <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/3076>

Dwi, & Muhammad. (2023). *ANALISIS PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT*. Retrieved from <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/319>

Hadinata, F. (2024, September 26). *The Impact of Information Technology on Modern Societys*. Retrieved October 19, 2024, from <https://bit.telkomuniversity.ac.id/theimpact-of-information-technology-on-modern-societys-lifestyle/>

I., & Salsa. (2023). *Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah*. Retrieved from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRMK/article/view/1716>

Indah, & Muhammad. (2024). *Integrasi Sistem Informasi Bisnis Dengan Teknologi Machine Learning*. Retrieved from <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JPSI/article/view/1916>

Irawati. (2018). *Fintech Dan Perubahan Struktur Industri Keuangan Di Indonesia*. Retrieved from: <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article>

Khakim. (n.d.). *Revitalisasi Pasar Tradisional Berkonsep VRIO, Heritage Tourism Dan IPTEK Guna Memperkuat Eksistensi Pada Era Society 5.0*. Retrieved from <https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/259/>

Mixed Methods Research Guide With Examples. (2023, February 20). Retrieved October 19, 2024, from <https://dovetail.com/research/mixed-methods-research/>

Muh, Jacobus, Ida, Bahtiar, & Rosa. (2023). *Aplikasi Mobile dalam Pemasaran Digital: Analisis Literatur tentang Pengaruhnya terhadap Keuangan dan Strategi*

<http://Jurnal.uika-bogor.ac.id/index.php/TEK>

Vol.13 No.2, Desember 2024

- Pemasaran Bisnis.* Retrieved from <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/10002>
- Nina, Didier, & Michael. (2014). *Embracing digital technology: A new strategic imperative.* Retrieved from <https://emergenceweb.com/blog/wpcontent/uploads/2013/10/embracing-digital-technology.pdf>
- Nina. (n.d.). *Eksistensi pasar tradisional dalam meraih peluang digital: Study deskriptif pedagang pasar tradisional Palasari Kecamatan Lengkung Kota Bandung.* Retrieved from <https://digilib.uinsgd.ac.id/91865/>
- Ovi, Arief, Musran, Nurillah, Muhammad, Raden, . . . Ratih. (n.d.). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital.* Sonpedia Publishing Indonesia. Retrieved from: [https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=yBjEEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA64&dq=Munculnya+platform+ecommerce+dan+pemasaran+media+sosial,+bisnis+sekarang+memiliki+kemampuan+untuk+menjangkau+audiens+global+hanya+dengan+sekali+klik+&ots=x3zAMLw7hw&sig=CMVhwdZjcJvPwRk8g\\_go5cXPGQE](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=yBjEEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA64&dq=Munculnya+platform+ecommerce+dan+pemasaran+media+sosial,+bisnis+sekarang+memiliki+kemampuan+untuk+menjangkau+audiens+global+hanya+dengan+sekali+klik+&ots=x3zAMLw7hw&sig=CMVhwdZjcJvPwRk8g_go5cXPGQE) *Peran Sektor Teknologi dalam Mendorong Inovasi dan Pertumbuhan Ekonomi di Tahun 2023.* (2023). Retrieved from <http://circle-archive.com/index.php/carc/article/view/44>
- Rubiyanto, Ceprudin, & Siti. (2023). *Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Tradisional dari Ekspansi Ritel Modern Perspektif Negara Hukum Pancasila.* Retrieved from <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/IQTISAD/article/view/9583>
- Schindlwick, H. (2023, April 13). The Future of Work in the Digital Age: AI And . . . Retrieved October 19, 2024, from <https://www.linkedin.com/pulse/future-work-digitalage-ai-transformation-helmut-schindlwick>
- Tuten. (n.d.). *Social media marketing.* Sage publications limited. Retrieved from [https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=1D\\_JEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=With+the+rise+of+ecommerce+platforms+and+social+media+marketing,+businesses+now+have+the+ability+to+reach+a+global+audience+with+just+the+click+of+a+button&ots=z3\\_zQFg51O&sig=JtQ72n4hgiDRjNUR56ik6NngvXw](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=1D_JEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=With+the+rise+of+ecommerce+platforms+and+social+media+marketing,+businesses+now+have+the+ability+to+reach+a+global+audience+with+just+the+click+of+a+button&ots=z3_zQFg51O&sig=JtQ72n4hgiDRjNUR56ik6NngvXw)



<http://Jurnal.uika-bogor.ac.id/index.php/TEK>

Vol.13 No.2, Desember 2024

- Vip, Carlof, Rabiah, & Muh. (2023). *Strategi Pengembangan Kapabilitas Organisasional Dalam Era Digital Fokus Pada Adaptasi Dan Inovasi*. Retrieved from <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/1161>
- Virida, Muhammad, Andi, & Megawati. (2023). *Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital*. Retrieved from <http://journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrij/article/view/405>
- Waruwu. (2023). *Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method)*. Retrieved from <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/6187>
- Yohanes, Yulia, Nika, & Achmad. (2023). *Strategi inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi di era digital*. Retrieved from <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jbmws/article/view/564>
- Zubaidah. (n.d.). *Keterampilan abad ke-21: Keterampilan yang diajarkan melalui pembelajaran*. Retrieved from <https://sitizubaidahbioum.wordpress.com/wpcontent/uploads/2018/01/siti-zubaidah-stkip-sintang-10-des-2016.pdf>