

JURNAL

**STUDI EKSPLORASI DAMPAK E-COMMERCE TERHADAP
KUALITAS HIDUP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
KECAMATAN SEKAMPUNG KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Oleh:

**MEYYANA HIDAYATI
NPM: 2103010042**



**Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H / 2025 M**

**STUDI EKSPLORASI DAMPAK E-COMMERCE TERHADAP KUALITAS
HIDUP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL KECAMATAN
SEKAMPUNG KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

MEYYANA HIDAYATI
NPM: 2103010042

Pembimbing : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H / 2025 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengajuan Permohonan untuk dimunaqosyahkan

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _____ Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka jurnal saudara:

Nama : MEYYANA HIDAYATI
NPM : 2103010042
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Artikel : STUDI EKSPLORASI DAMPAK E-COMMERCE
TERHADAP KUALITAS HIDUP PEDAGANG PASAR
TRADISIONAL DI KECAMATAN SEKAMPUNG
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 20 Maret 2025
Pembimbing,


Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STUDI EKSPLORASI DAMPAK *E-COMMERCE*
TERHADAP KUALITAS HIDUP PEDAGANG PASAR
TRADISIONAL DI KECAMATAN SEKAMPUNG
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Nama : MEYYANA HIDAYATI
NPM 2103010042
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam siding Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 20 Maret 2025
Pembimbing,



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Alirang Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN UJI ARTIKEL

No: B-0767/In-28-3/D/PP.00.9/05/2025

Artikel dengan Judul: STUDI EKSPLORASI DAMPAK E- COMMERCE TERHADAP KUALITAS HIDUP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL SEKAMPUNG KABUPATEN LAMPUNG TIMUR, disusun oleh: Meyyana Hidayati, NPM: 2103010042, Program studi : Ekonomi Syariah, telah dimunaqosyahkan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat, 02 Mei 2025

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Penguji : Hermanita, M.M

Sekretaris : Hanna Hilyati Aulia, M.Si



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Pri Santoso, M.H.
NIP. 19670316 199503 1 001

ABSTRAK

STUDI EKSPLORASI DAMPAK *E-COMMERCE* TERHADAP KUALITAS HIDUP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KECAMATAN SEKAMPUNG KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh:

**MEYYANA HIDAYATI
NPM: 2103010042**

Kehadiran e-commerce telah menyebabkan penurunan jumlah kunjungan konsumen ke pasar tradisional, yang berdampak negatif pada tingkat penjualan para pedagang. Hal ini disebabkan oleh persaingan dengan platform e-commerce yang menawarkan diskon besar-besaran kepada konsumen, sehingga mengurangi daya tarik pasar tradisional. Harga produk yang lebih rendah di e-commerce menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen cenderung beralih dan kurang berminat berbelanja di pasar tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan terkait dampak e-commerce terhadap kualitas hidup pedagang pasar tradisional, serta untuk mengetahui penerimaan dan penolakan e-commerce oleh pedagang pasar tradisional. Penelitian menggunakan metode penelitian lapangan dan sifat interpretatif dengan pendekatan grounded theory. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan kualitas hidup. Namun, para pedagang mayoritas menerima e-commerce sebagai inovasi yang berpotensi meningkatkan penjualan dan kualitas hidup mereka dengan syarat adanya pelatihan literasi digital.

Kata Kunci: E-Commerce, Kualitas Hidup, Pasar Tradisional

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meyyana Hidayati
NPM 2103010042
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Metro, April 2025
Yang Menyatakan,



Meyyana Hidayati
NPM: 2103010042

MOTTO

حَتَّىٰ يَقُومَ مَا يُغَيِّرُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ أَمَرَ مَنْ يَحْفَظُونَهُ خَلْفَهُ وَمِنْ يَدَيْهِ بَيْنَ مَنْ مَّعَقِبَتْ لَهُ
وَالِ مِنْ وَنِيهِ ۚ مَنْ لَهُمْ وَمَا لَهُ مَرَدٌّ فَلَا سُوءًا يَقُومُ اللَّهُ أَرَادَ وَإِذَا بِأَنْفُسِهِمْ مَا يُغَيِّرُوا

Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

PERSEMBAHAN

Penuh rasa syukur kepada Allah SWT dan atas segala karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menempuh Pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Semua tidak lepas dari dukungan orang-orang yang saya sayangi, maka dengan segala ketulusan hati, jurnal ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku Bapak Wadiyo dan Ibu Saminem, Bapak dan Ibu tersayang yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan, dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang selalu mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Terima kasih Bapak dan Ibu yang telah membuktikan kepada dunia bahwa seorang anak buruh petani bisa menjadi sarjana. Semoga Allah SWT selalu panjangkan umurmu, melindungimu, dan memperlancar rezekimu aamiin.
2. Kakak tersayang Hariyani, Hariyanto, dan Elva Shintalia, yang selalu memberi support selama penulis melakukan studi.
3. Kepada Hesa Arsi Arjuna DA,S.Pd. terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya yang selalu memberikan support, motivasi, tenaga maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberikan semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah memberikan keberkahan dalam setiap hal yang kita temui.
4. Ibu Rina El-Maza, S.H.I., M.S.I yang memberikan bimbingan serta arahan, doa dalam setiap langkah penulis selama melakukan studi.
5. Teman-teman yang senantiasa memberikan support dan dukungan selama penulis menempuh studi.
6. Terakhir terimakasih untuk diri sendiri Meyyana Hidayati telah mampu bertahan dan berjuang sejauh ini. Mampu mengatur waktu, tenaga, pikiran serta keuangan dan perekonomian sendiri dengan baik sehingga dapat

menyelesaikan biaya perkuliahan dengan hasil jerih payah sendiri. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan jurnal ini dengan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT. Atas taufik hidayah-Nya dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Jurnal ini. Penulisan jurnal ini adalah sebagai salah satu bagian persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dalam upaya penyelesaian proposal ini, peneliti telah menerima banyak bantuan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons, selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak M. Mujib Baidhowi, M.E, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah
4. Ibu Rina El Maza, S.H.i., M.S.I, selaku Pembimbing Skripsi yang sudah memberi bimbingan, masukan, dan arahan proposal ini dapat terselesaikan
5. Seluruh dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6. Kepada Orang tua saya (Bapak Wadiyo dan Ibu Saminem) yang telah memberikan doa, dukungan, perhatian serta kasih sayang.
7. Teman-teman yang sudah membantu peneliti sehingga penulisan proposal ini dapat terselesaikan.

Kritik dan Saran demi perbaikan proposal ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga proposal ini bisa bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.

Metro, Maret 2025

Peneliti,



Meyyana Hidayati

NPM: 2103010042

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
PENDAHULUAN.....	13
METODE PENELITIAN.....	15
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	17
KESIMPULAN	22
REFERENSI	23

Studi Eksplorasi Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang Pasar Tradisional Sekampung Kabupaten Lampung Timur

Meyyana Hidayati¹, Rina El-Maza²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro Lampung

Email : meyyanahidayati@gmail.com

Abstrak

Kehadiran e-commerce telah menyebabkan penurunan jumlah kunjungan konsumen ke pasar tradisional, yang berdampak negatif pada tingkat penjualan para pedagang. Hal ini disebabkan oleh persaingan dengan platform e-commerce yang menawarkan diskon besar-besaran kepada konsumen, sehingga mengurangi daya tarik pasar tradisional. Harga produk yang lebih rendah di e-commerce menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen cenderung beralih dan kurang berminat berbelanja di pasar tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan terkait dampak e-commerce terhadap kualitas hidup pedagang pasar tradisional, serta untuk mengetahui penerimaan dan penolakan e-commerce oleh pedagang pasar tradisional. Penelitian menggunakan metode penelitian lapangan dan sifat interpretatif dengan pendekatan grounded theory. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan kualitas hidup. Namun, para pedagang mayoritas menerima e-commerce sebagai inovasi yang berpotensi meningkatkan penjualan dan kualitas hidup mereka dengan syarat adanya pelatihan literasi digital.

Kata Kunci: E-Commerce, Kualitas Hidup, Pasar Tradisional

Abstract

The presence of e-commerce has caused a decrease in the number of consumer visits to traditional markets, which has had a negative impact on traders' sales levels. This is due to competition with e-commerce platforms that offer massive discounts to consumers, thereby reducing the attractiveness of traditional markets. Lower product prices in e-commerce are one of the factors that makes consumers tend to switch and are less interested in shopping at traditional markets. This research aims to broaden insight regarding the impact of e-commerce on the quality of life of traditional market traders, as well as to determine the acceptance and rejection of e-commerce by traditional market traders. The research uses field research methods and is interpretative in nature with a grounded theory approach. The research results show that traders in traditional markets experience a decline in their quality of life. However, the majority of traders accept e-commerce as an innovation that has the potential to increase their sales and quality of life provided they have digital literacy training.

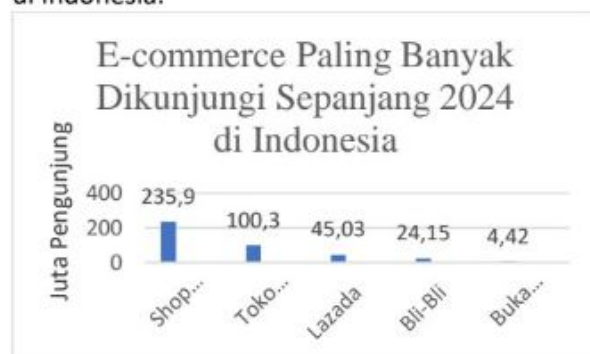
Keywords: E-Commerce, Quality of Life, Traditional Market

PENDAHULUAN

Pekembangan informasi teknologi telah membawa perubahan secara signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti aspek pendidikan, sosial, ekonomi, termasuk dunia perdagangan. Salah satu perubahan terbesar yang terjadi di dalam dunia perdagangan yaitu dengan munculnya E-Commerce, sehingga proses jual beli dapat dilakukan secara online tanpa harus bertemu atau tatap muka dan transaksi juga dapat dilakukan secara online.

E-Commerce telah menawarkan berbagai kemudahan dan keuntungan baik untuk penjual dan pembeli seperti akses mudah untuk berbagai produk, harga yang kompetitif dan kemudahan dalam bertransaksi. Di Indonesia, pertumbuhan E-Commerce semakin pesat dengan ada banyaknya platform seperti, Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Bli-Bli, Ralali, Alibaba, OLX, e Bay, Freelancer, Fiverr, Gojek, Instagram Shopping, Facebook Marketplace, Tiktok, Netflix, Spotify, Hello Fresh, QRIS, Dana dan lain sebagainya. Fenomena ini tentunya memberikan banyak sekali kemudahan bagi konsumen. Hadirnya e-commerce memperkenalkan fenomena cara hidup masyarakat yang baru kepada masyarakat. Sebelum melakukan pembelian di e-commerce konsumen melakukan pencarian barang dengan mudah dan bisa memilih barang sesuai yang diinginkan tanpa harus pergi langsung ke toko di pasar tradisional.

Berikut ini merupakan data e-commerce yang paling banyak dikunjungi sepanjang tahun 2024 di Indonesia.



Gambar 1.1 E-Commerce paling banyak dikunjungi di Indonesia 2024 Sumber: <https://edot.id/>

Gambar grafik diatas menunjukkan bahwa aplikasi belanja shopee merupakan platform e-commerce yang sering dikunjungi oleh

masyarakat dan terus mempertahankan dominasi di pasar e-commerce Indonesia hingga pertengahan 2024. Menurut data yang dikumpulkan oleh edotweb, Awal tahun 2024 shopee menduduki sebagai platform e-commerce terpopuler dan sangat diminati oleh masyarakat, Shopee mencatat rata-rata 235.9 juta mengunjungi platform e-commerce shopee. Kemudian, platform e-commerce yang sering dikunjungi kedua yaitu Tokopedia dengan jumlah pengunjung 100,3 juta di awal tahun 2024. Platform e-commerce yang digunakan di Indonesia adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Bli-Bli, Ralali, Alibaba, OLX, e Bay, Freelancer, Fiverr, Gojek, Instagram Shopping, Facebook Marketplace, Tiktok, Netflix, Spotify, Hello Fresh, QRIS, Dana dan lain sebagainya. Berikut ini merupakan data pengguna E-Commerce di Tanah Air Diproyeksi Terus Meningkat.



Gambar 1.2 Proyeksi pengguna e-commerce akan terus meningkat Sumber:

<https://goodstats.id>

Berdasarkan data Goodstats menunjukkan bahwa, Indonesia telah memiliki 196,47 juta konsumen pasar online atau e-commerce pada tahun 2023. Jika dibandingkan dengan 178,94 juta pengguna pada tahun sebelumnya, terjadi peningkatan sebesar 17,53 %. Berdasarkan tren saat ini, tampaknya jumlah konsumen e-commerce di Indonesia semakin meningkat. Pada akhir tahun 2024 diperkirakan terdapat 208,55 juta pengguna. Dan diperkirakan dalam empat tahun ke depan, jumlah konsumen ecommerce akan terus meningkat. Menurut Goodstats, akan ada 244,67 juta konsumen e-commerce di Indonesia pada tahun 2027.

Sementara itu, penjualan di pasar tradisional dengan adanya e-commerce menyebabkan penurunan jumlah pengunjung konsumen di pasar tradisional yang mengakibatkan tingkat penjualan mengalami penurunan, dan secara otomatis pendapatan pedagang juga mengalami penurunan. Berdasarkan hasil survey, keberadaan e-commerce menyebabkan dampak yang signifikan hal ini dirasakan oleh para pedagang. Hasil wawancara Ibu Tri yang merupakan pedagang baju di pasar tradisional beliau mengatakan bahwa pendapatannya menjadi menurun karena banyak para pembeli yang sekarang lebih memilih berbelanja di online, penghasilan perhari sebelum adanya e-commerce berkisar antara Rp.500.000-Rp.400.000 semenjak adanya e-commerce pendapatan setiap harinya berkisar antara Rp.300.000 – Rp.100.000. Kemudian hasil wawancara dari Ibu Turah selaku pedagang sepatu sandal di pasar tradisional, beliau mengatakan bahwa keberadaan e-commerce berdampak terhadap pendapatan, selain itu keberadaan e-commerce juga menyebabkan menumpuknya dan membuat tertinggalnya model (Tren) produk yang dijual bagi para pedagang pakaian, jilbab, sandal sepatu dan tas sehingga berakibat makin sedikitnya jumlah modal yang dikumpulkan sehingga membuat tidak adanya perputaran barang. Pendapatan beliau sebelum adanya e-commerce setiap hari berkisar antara Rp.300.000- Rp.200.000 ribu semenjak maraknya e-commerce pendapatan berubah menjadi Rp.150.000- Rp.100.000 ribu perhari dan terkadang dalam sehari tidak ada penjualan.

Maraknya keberadaan e-commerce semakin lama bisa menggeser perputaran ekonomi dalam transaksi jual beli yang ada dipasar tradisional dan tidak bisa dipungkiri dalam jangka waktu yang lama akan menimbulkan berbagai macam dampak terhadap pasar tradisional itu sendiri. Berdasarkan pengamatan maka saya tertarik untuk membahas Studi Eksplorasi Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana dampak kehadiran e-commerce mempengaruhi aktivitas bisnis dan kualitas hidup pedagang pasar tradisional di

Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur.

Tinjauan Pustaka

Teori Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi merupakan teori yang membahas tentang bagaimana ide atau gagasan baru dan teknologi tersebar dalam suatu kebudayaan. Teori difusi inovasi dipopulerkan pada tahun 1964 oleh Everett Rogers. Dalam buku ciptaannya yang berjudul "Diffusion of Innovations" ia menjelaskan bahwa difusi merupakan proses ketika sebuah inovasi dikomunikasikan melalui beberapa saluran dengan jangka waktu tertentu dalam sebuah sistem sosial. Teori yang dikemukakan Rogers tersebut yakin bahwa inovasi yang terdifusi ke seluruh masyarakat dengan pola yang dapat diprediksi. Rogers juga mendefinisikan difusi inovasi sebagai sebuah proses yang mengkomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subjektif. (Mulyati et al., 2023) Roger dan shoemaker menjelaskan bahwa indikator difusi inovasi mempunyai indikator yaitu: (Rogers, 2003)

1. Pengetahuan, menyangkut kesadaran individu terhadap adanya inovasi beserta fungsi dan inovasi tersebut.
2. Persuasi, tentang sikap individu dalam menerima atau tidak inovasi tersebut.
3. Keputusan, peran ldividu dalam penentuan pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi.
4. Konfirmasi, peran individu dalam mencari pendapat yang menguatkan keputusan yang telah diambilnya dan bersifat fleksibel (bisa berubah) jika pesan satu dengan yang lain.

Kualitas Hidup Pedagang

Indikator kualitas hidup pedagang pasar tradisional dapat dilihat sebagai berikut:

1. Kesejahteraan Ekonomi : Pendapatan rata-rata bulanan, Pengeluaran rutin rumah tangga dan usaha, Akses terhadap fasilitas keuangan (misalnya, perbankan digital)
2. Kondisi Kesehatan: Akses terhadap layanan kesehatan, Perubahan kondisi fisik/psikologis akibat tekanan usaha.

3. Pendidikan dan Pengetahuan Teknologi: Tingkat pendidikan terakhir, Keterampilan digital (kemampuan menggunakan aplikasi e-commerce)
4. Kehidupan Sosial dan Lingkungan : Hubungan sosial dengan pelanggan dan sesama pedagang, perubahan interaksi sosial akibat digitalisasi
5. Kepuasan Hidup dan Keseimbangan Kerja-Hidup : Kepuasan terhadap pekerjaan, Waktu luang dan waktu bersama keluarga, Beban kerja setelah menggunakan e-commerce

E-Commerce

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), service providers dan pedagang perantara (intermediaries), dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (computer networks) yaitu internet. (Halim&Prasetyo, 2005) Dengan kata lain e-commerce adalah merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau perahlia hak.¹ Menurut asnawi dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari setiap definisi tersebut. Kesamaan ini menunjukkan bahwa e-commerce memiliki karakteristik.(Asnawi, 2008)

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak.
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi.
3. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Studi Eksplorasi

Studi eksplorasi merupakan penelitian yang berangkat dari beberapa rasional dan petunjuk untuk mengidentifikasi masalah yang mencakup sejumlah peristiwa yang berkisar pada keputusan-keputusan, program-program, proses implementasi, dan perubahan oeganinsasi. studi eksplorasi merupakan penelitian ilmiah yang

dilakukan di lapangan dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan yang lebih banyak kemudian memperoleh gambaran dan penjelasan yang mendalam tentang suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi.(Arifin et al., 2022) Langkah-langkah dalam penelitian eksplorasi terdapat dua macam yaitu langkah eksplorasi konvensional dan langkah eksplorasi murni. Langkah-langkah eksplorasi konvensional terdiri dari:(Adiarta, 2016)

1. Latar belakang penelitian, dikemukakan mengenai adanya sesuatu fenomena yang menarik.
2. Pertanyaan penelitian membuat pertanyaan penelitian (permasalahan penelitian) yang dinyatakan sebagai rumusan masalahdalam kalimat tanya.
3. Merumuskan tujuan penelitian, tujuan dalam penelitian eksplorasi tentu saja untuk mengetahui secara mendalam mengetahui (topik atau masalah) tersebut kemudian mendeskripsikannya.
4. Menelaah berbagai literature, diperlukan untuk mendapatkan gambaran umum mengenai sesuatu (objek penelitian).
5. Menentukan metode, prosedur, atau desain penelitian, yaitu penetapan sumber data/informasi (subjek/responden/narasumber penelitian) serta penggunaan teknik pengumpulan dan analisis data yang akan dilakukan.
6. Menganalisis data yang diperoleh. Data yang telah diperoleh di pilah dan dianalisis dengan teknik analisis data yang akan dipakai. Kemudian setelah dianalisis, dibuat kesimpulan berdasarkan keadaan yang sebenarnya.

Sedangkan pada eksplorasi murni tidak ditentukan langkah-langkah yang jelas dalam pelaksanaannya.

METODE

Jenis dari penelitian ini adalah Field Research (penelitian lapangan). Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data di lapangan. (Slamet Riyanto, 2020) Dari penelitian ini adalah Pasar Tradisional Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur. Dalam penelitian lapangan data yang diperoleh dari para informan yang dilakukan pada bulan Oktober-Desember 2024 . Informan yang dibutuhkan dalam

¹Ibid.

penelitian ini adalah para pedagang pasar tradisional.

Sifat penelitian yang digunakan bersifat interpretatif dengan pendekatan grounded theory. Penelitian interpretatif merupakan pendekatan kualitatif yang menekankan pemahaman mendalam terhadap pengalaman subjektif partisipan dan bagaimana mereka memberi makna terhadap pengalaman tersebut dalam konteks tertentu. (Denzin, N.K., & Lincoln, 2011) Sifat penelitian ini kualitatif dan berorientasi pada konteks, di mana peneliti mencoba menggali wawasan mendalam tentang bagaimana suatu fenomena dipahami dan dirasakan oleh para partisipan. Dalam pendekatan ini, peneliti lebih sebagai pengamat aktif yang berupaya menginterpretasikan sudut pandang partisipan, sehingga hasil penelitian tidak bersifat umum atau universal, melainkan khas dan kontekstual. Sedangkan pendekatan Grounded Theory, berarti pendekatan yang lebih menekankan pada proses penyimpulan deskripsi dan induktif serta analisis terhadap dinamika adanya keterkaitan antar fenomena yang diamati di lapangan. (Hasiara, 2012) Dipilih grounded theory sebagai metode dalam studi ini adalah menyesuaikan dengan data-data yang dikumpulkan di lapangan. Data tersebut menghendaki agar metode yang paling sesuai dengan data tersebut adalah grounded theory. Karena dinamika dan fenomena dalam kehidupan di lapangan merupakan hubungan interaksi sosial dalam berbagai aktivitas antar individu yang satu dengan yang lainnya. Pendekatan ini dianggap sesuai karena: Pertama, memiliki latar alamiah, karena sumber datanya langsung dari informan. Kedua, alat utama sebagai instrument penelitian adalah manusia, yaitu peneliti dengan melibatkan bantuan orang lain (informan). Ketiga, bersifat deskripsi, karena data yang diperoleh peneliti bersumber dari transkrip wawancara berupa kata-kata, catatan lapangan, foto, dokumen. (Hasiara, 2012)

Sumber data dari penelitian ini adalah primer dan sekunder, sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2013) Dalam penelitian ini data primer langsung diperoleh dari lapangan yaitu pedagang pasar tradisional di Kecamatan Sekampung, dalam hal ini peneliti menggunakan Teknik Snowball. Adapun cara untuk menentukan sampel menggunakan Snowball yaitu teknik penentuan responden

dengan mengambil sejumlah kasus melalui hubungan keterkaitan dari satu orang dengan orang lain atau kasus dengan kasus lain, kemudian mencari hubungan selanjutnya melalui proses yang sama demikian seterusnya. Jadi, pengambilan sampel dalam penelitian yaitu, pedagang pasar tradisional Kecamatan Sekampung berjumlah 82 orang, maka peneliti menentukan sampel menggunakan snowball. Adapun yang menjadi sasaran wawancara adalah 20 pedagang yang berjualan pakaian, perabot rumah tangga, jilbab, kosmetik, sepatu sandal tas. Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. (Ibrahim, 2015) Dalam penelitian ini, sumber data sekunder yang digunakan berupa data-data yang diperoleh dari goodstats, dan SimiliarWeb.

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu wawancara dan dokumentasi. Wawancara (interview) yang peneliti gunakan adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah metode wawancara di mana peneliti telah menyiapkan pedoman wawancara secara umum, namun masih memberi kebebasan kepada responden untuk menjawab dan memberikan penjelasan lebih lanjut. (Sugiyono, 2019) Adapun yang menjadi sasaran dalam metode wawancara adalah pedagang pasar tradisional yang berjualan perabot rumah tangga, pakaian, jilbab, kosmetik, sepatu sandal tas. Kemudian melakukan dokumentasi, dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger agenda, dan sebagainya. (Arikunto, 2010) Dokumentasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data yang bersumber dari tulisan atau dokumen seperti foto dan audio visual maupun non visual.

Teknik kebasahan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik Triangulasi Sumber, yaitu menggunakan lebih dari satu informan dan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. (Mokodompit, 2023) Peneliti memperoleh data mengenai fokus penelitian dengan mewawancarai para pedagang pasar tradisional. Cara yang dilakukan adalah dengan mengonfirmasi atau mewawancarai sumber atau pihak pedagang pasar tradisional untuk

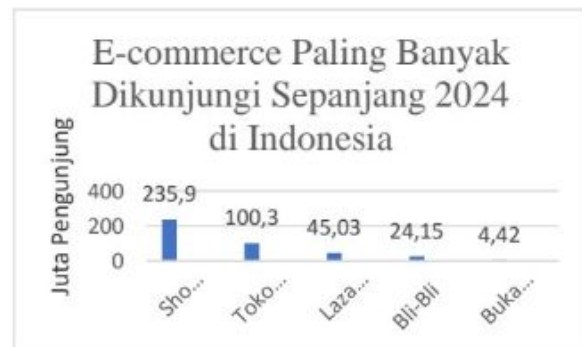
mendapatkan pemahaman yang lebih komperhensif tentang dampak kualitas hidup pedagang pasar tradisional dan penerimaan atau penolakan terhadap e-commerce.

Tekhnik analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data (data display) dan pengambilan kesimpulan.² Data tersebut kemudian di analisis dengan menggunakan metode berfikir induktif. Metode berfikir induktif adalah metode berfikir yang dimulai dari fakta empiris. Peneliti terjun ke lapangan, mempelajari, menganalisis, menafsirkan, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada di lapangan. (Zuriah, 2009)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar tradisional Kecamatan Sekampung terkenal sebagai tempat tujuan berbelanja bagi warga sekitar, pasar ini memiliki daya tarik tersendiri bagi para konsumennya sebagai pasar tradisional yang khas. Banyak penduduk sekitar yang sering mengunjungi pasar ini, selain karena harganya yang relatif murah, penjual serta pembeli masih melakukan negosiasi. Oleh karena itu, Pasar Sekampung merupakan bagian dari pasar tradisional yang sudah lama eksis, konsumen yang berbelanja di pasar tradisional Sekampung tidak hanya masyarakat lokal, dan letak pasar tersebut strategis, maka faktor-faktor tersebut menjadi pertimbangan penulis dalam memilih pasar Sekampung sebagai tempat penelitian. Hanya pedagang pakaian, kosmetik, perabot rumah tangga, sepatu sandal tas dan jilbab yang menjadi batas responden yang penulis wawancara, untuk pedagang material, pangan, sayur mayur, daging, dan kebutuhan persoalan lainnya, produk pangan merupakan pokok yang umur simpannya pendek, masyarakat lebih menyukai berbelanja di pasar tradisional, karena secara teoritis dampaknya terhadap penjualan online tidak sebesar kebutuhan sekunder. Oleh karena itu, penulis menganggap penjual produk sekunder sebagai kelompok yang paling terkena dampak atas peningkatan penjualan online. Berdasarkan data yang telah didapatkan, penulis akan mengetahui dampak masalah mengenai bagaimana kualitas hidup pedagang di pasar tradisional terhadap fenomena ecommerce dan bagaimana penerimaan atau penolakan e-commerce terhadap pedagang pasar tradisional. Konsumen

lebih memilih berbelanja dan penjualan online karena sudah menjadi tren di masyarakat. Banyak pakar penelitian yang telah menganalisis dan bahwa e-commerce akan terus tumbuh di masa depan yang akan datang, namun pemerintah saat ini tidak memiliki undang-undang yang mengatur sektor komersial. Hal ini didukung oleh data mengenai ecommerce yang paling banyak dikunjungi sepanjang tahun 2024 dapat dilihat pada gambar.



Gambar grafik di atas menurut data Goodstats menunjukkan bahwa aplikasi belanja Shopee akan terus mempertahankan dominasi di pasar e-commerce Indonesia hingga pertengahan tahun 2024. Menurut data yang dikumpulkan oleh SimiliarWeb, awal tahun 2024, shopee muncul sebagai platform e-commerce terpopuler. Permasalahan ini menimbulkan sejumlah dampak bagi pedagang pasar tradisional. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Quality of Life Indicators dan metode difusi inovasi. Dan berikut ini adalah hasil dan pembahasan penelitian:

A. Praktik Penggunaan E-Commerce dan Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang Pasar Tradisional

1. Praktik Penggunaan E-Commerce oleh Pedagang Pasar Tradisional

Berdasarkan wawancara dengan pedagang pakaian, kosmetik, perabot rumah tangga, jilbab, serta sepatu, tas, dan sandal, ditemukan bahwa:

- a. Pedagang Pakaian: Beberapa pedagang menggunakan platform e-commerce seperti Instagram, Facebook atau WhatsApp untuk mempromosikan dan menjual produk mereka. E-commerce dimanfaatkan untuk memperluas pasar di luar pelanggan lokal.

² Saebani, *Metodologi Penelitian*, 219

- b. Pedagang Kosmetik: Penggunaan e-commerce relatif tinggi. Kosmetik sering kali dijual melalui platform seperti TikTok Shop, WA, Shopee, Lazada, Instagram, dan Facebook karena permintaan yang luas.
 - c. Pedagang Perabot Rumah Tangga: Sebagian besar pedagang masih mengandalkan penjualan langsung. Namun, ada yang menggunakan e-commerce untuk memasarkan barang besar seperti peralatan dapur dengan size kecil. Kendala utama adalah biaya pengiriman yang tinggi.
 - d. Pedagang Jilbab: Jilbab memiliki permintaan yang tinggi di pasar online. Banyak pedagang menjadikan media sosial sebagai alat pemasaran utama tetapi tidak bisa bersaing dengan harga.
 - e. Pedagang Sepatu, Tas, dan Sandal: Beberapa pedagang mengaku berhasil mendapatkan pelanggan baru melalui platform e-commerce. Namun, persaingan harga dengan penjual di marketplace menjadi tantangan.
2. Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang Pasar Tradisional
- a. Dampak Positif dan Negatif E-Commerce
E-commerce mempunyai dampak positif dan negative berikut ini merupakan dampak positif dan dampak negative sebelum dan sesudah adanya e-commerce:
 - 1) Sebelum adanya e-commerce
 - a) Pangsa pasar
Positif: Pedagang pasar tradisional bergantung pada pembeli yang datang langsung ke pasar tradisional. Hal ini memberikan hubungan lebih personal antara pedagang dan pembeli, sehingga ada kepercayaan lebih antara keduanya dan banyak pembeli yang berbelanja di pasar tradisional.
Negatif: Pembeli terbatas pada wilayah lokal atau pengunjung yang kebetulan datang ke pasar.
 - b) Ketergantungan pada pasar fisik
Positif: Keberadaan pasar tradisional memfasilitasi interaksi sosial dan ekonomi antara pedagang dan pembeli. Pedagang lebih mudah untuk menjaga hubungan dan memberikan layanan langsung.
Negatif: Terjadi keterbatasan waktu dan ruang. Pedagang pasar tradisional hanya dapat berjualan pada jam tertentu dan di tempat tertentu, yang dapat mengurangi fleksibilitas.
 - c) Kurangnya Infrastruktur dan Teknologi
Positif: Sebelum adanya e-commerce, pedagang tidak perlu khawatir tentang penggunaan teknologi yang rumit. Mereka berfokus pada penjualan secara langsung.
Negatif: Kurangnya keterampilan dan infrastruktur digital menghambat kemajuan. Pedagang tidak memiliki akses ke informasi pasar yang lebih luas, serta terbatas dalam hal pemasaran dan promosi produk.
 - 2) Sesudah Adanya E-Commerce
 - a) Perluasan Jangkauan Pasar
Positif: Dengan e-commerce, pedagang yang bisa memanfaatkan e-commerce dapat menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan melampaui wilayah lokal mereka, meningkatkan peluang penjualan. Pedagang dapat memasarkan produk mereka ke seluruh Indonesia atau lebih luas lagi, memperbesar kesempatan omzet.
Negatif: Kompetisi juga meningkat dengan adanya banyak penjual online dari berbagai daerah, yang dapat membuat pedagang pasar tradisional kesulitan bersaing, terutama terkait harga dan kualitas produk.
 - b) Peningkatan Omzet
Positif: Pedagang yang mampu memanfaatkan e-commerce dengan baik dan bisa bersaing dengan harga dapat mengalami peningkatan pendapatan secara signifikan karena lebih banyak konsumen yang membeli produk mereka secara online.

Negatif: Pedagang yang kurang familiar dengan penggunaan teknologi atau memiliki keterbatasan akses internet mungkin tidak dapat memaksimalkan potensi penjualan, sehingga mereka masih tertinggal dari pesaing yang lebih menguasai dunia digital.

c) Peningkatan Kualitas Hidup

Positif: Dengan peningkatan omzet dan akses pasar yang lebih luas, pedagang dapat memperoleh pendapatan lebih besar, yang berdampak pada peningkatan kualitas hidup mereka dan keluarga. Hal ini juga memungkinkan pedagang untuk memperbaiki kualitas produk dan pelayanan.

Negatif: Bagi beberapa pedagang yang lebih memilih cara tradisional atau kesulitan dalam beradaptasi dengan teknologi, perubahan ini bisa menambah beban, seperti kebutuhan untuk belajar teknologi baru dan memperbarui cara berbisnis mereka.

d) Tantangan Teknologi dan Keterampilan

Positif: E-commerce mendorong pedagang untuk mempelajari keterampilan baru dalam hal pemasaran digital, manajemen toko online, serta cara bertransaksi secara online. Ini memperluas wawasan dan keterampilan mereka dalam dunia bisnis.

Negatif: Tidak semua pedagang pasar tradisional memiliki akses yang memadai terhadap perangkat teknologi, jaringan internet, atau kemampuan untuk memahami platform e-commerce. Hal ini dapat menciptakan kesenjangan antara pedagang yang dapat mengadaptasi perubahan dan yang tidak.

e) Perubahan Pola Konsumsi

Positif: Konsumen lebih mudah mendapatkan barang dan memilih

produk secara online, yang lebih efisien dan cepat. Pedagang pasar tradisional bisa mendapatkan lebih banyak pelanggan tanpa harus menunggu kedatangan mereka ke pasar.

Negatif: Pasar tradisional mulai kehilangan daya tarik karena sebagian konsumen beralih ke platform online untuk berbelanja. Hal ini bisa menyebabkan penurunan jumlah pengunjung di pasar fisik dan berdampak pada pendapatan pedagang yang lebih mengandalkan cara tradisional.

Secara keseluruhan, adanya e-commerce memberikan dampak positif dan negatif bagi pedagang pasar tradisional di Kecamatan Sekampung, Kabupaten Lampung Timur. Di sisi positif, pedagang dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan omzet, dan memiliki kesempatan untuk memperbaiki kualitas hidup. Namun, di sisi negatif, tantangan teknologi dan perubahan pola konsumsi menjadi hambatan yang perlu diatasi. Untuk memaksimalkan manfaat e-commerce, pedagang pasar tradisional perlu diberikan pelatihan dan akses ke infrastruktur yang memadai.

b. Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang

Dalam pembahasan dampak e-commerce terhadap kualitas hidup pedagang peneliti menggunakan teori kesejahteraan pedagang yaitu sebagai berikut:

1. Kesejahteraan Ekonomi

Berdasarkan wawancara dengan berbagai pedagang, Kesejahteraan Ekonomi : Pendapatan rata-rata bulanan, Pengeluaran rutin rumah tangga dan usaha, Akses terhadap fasilitas keuangan (misalnya, perbankan digital) dirangkum sebagai berikut:

a. Menurun: Bagi pedagang yang tidak dapat bersaing dengan e-commerce, dan pedagang yang sudah menggunakan e-commerce tetapi tidak bisa bersaing dengan harga di e-commerce seperti

pedagang pakaian, pedagang jilbab dan pedagang sandal sepatu tas.

- b. Cenderung stabil: Bagi pedagang yang menjual barang yang kurang terdigitalisasi, seperti pecah belah, dan bagi pedagang kosmetik yang harga jual di online dan offline tidak jauh berbeda jadi pendapatan cenderung stabil bahkan meningkat.

Secara keseluruhan, stabilitas pendapatan pedagang pasar tradisional di Sekampung terganggu sejak kehadiran e-commerce, dengan dampak terbesar dirasakan oleh pedagang barang yang mudah diakses di platform online. Tren ini menunjukkan bahwa ketergantungan pedagang pada pasar tradisional saja tidak lagi cukup untuk memenuhi kebutuhan pengeluaran sehari-hari. Pedagang yang mampu beradaptasi dengan e-commerce (misalnya, menjual barang mereka secara online) dan paham teknologi serta bisa bersaing dengan harga di platform e-commerce cenderung lebih stabil dibanding yang tidak.

2. Kondisi Kesehatan

Kondisi Kesehatan pedagang pakaian, sandal sepatu tas, kosmetik, jilbab dan perabot rumah tangga. Tidak ada keluhan kesehatan berarti, namun mereka mengaku lelah karena berjualan offline dan harus mengikuti trend belanja masyarakat yaitu berjualan online. Namun pedagang kosmetik sebagian mengaku kelelahan secara mental akibat jam kerja digital yang fleksibel dan sering kali melewati waktu malam. Pedagang konvensional seperti perabot rumah tangga masih mengalami beban fisik karena harus membawa barang berat ke pasar setiap hari.

3. Pendidikan dan Pengetahuan Teknologi

Pedagang muda dan berpendidikan lebih tinggi, khususnya dari pedagang

kosmetik, menunjukkan tingkat adaptasi teknologi yang baik. Mereka mampu membuat konten, mengelola toko online, dan memanfaatkan media sosial secara aktif. Sebaliknya, pedagang yang lebih tua atau kurang terbiasa dengan teknologi masih mengalami kesulitan, bergantung pada bantuan keluarga, atau belum memanfaatkan e-commerce secara optimal.

4. Kehidupan Sosial

Penggunaan e-commerce mengubah pola hubungan sosial dari tatap muka ke interaksi digital. Pedagang yang aktif di media sosial memperluas jaringan pelanggan, bahkan lintas kota. Namun, ada juga pedagang yang merasa terisolasi dari rekan seprofesi karena perbedaan tingkat digitalisasi. Sebagian pedagang juga mengalami penurunan interaksi langsung dengan pelanggan lama.

5. Kepuasan Hidup dan Keseimbangan Kerja

Pedagang yang berhasil memanfaatkan e-commerce mengaku lebih puas karena memperoleh pendapatan tambahan dari berjualan secara online, dan memiliki tabungan untuk liburan keluarga. Namun, sebagian juga merasa waktu istirahat terganggu karena harus merespons pelanggan secara terus-menerus. Dan Pedagang yang belum menggunakan e-commerce merasa pekerjaannya berat karena harus membayar uang sewa setiap harinya dan pembeli di pasar tradisional yang menurun.

Penerimaan dan Penolakan E-Commerce

- B. Dalam pembahasan penerimaan dan penolakan e-commerce, penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Pengetahuan pedagang pasar tradisional tentang e-commerce bervariasi seperti pedagang pakaian sebagian besar

pedagang pakaian mengakui potensi penjualan online untuk memperluas jangkauan pelanggan terutama di luar daerah namun, beberapa merasa kesulitan memahami cara memulai dan kesulitan dengan persaingan harga. Dan pedagang barang fisik yang lebih rumit (pecah belah) menunjukkan pengetahuan dan minat yang lebih rendah, seringkali karena kekhawatiran terkait operasional dan biaya. Pedagang dengan produk yang populer secara online (seperti jilbab dan kosmetik) memiliki pengetahuan lebih baik dan lebih terbuka terhadap adopsi e-commerce pedagang menyadari potensi peningkatan omzet dengan menjual produk di platform online, namun mereka merasa membutuhkan pelatihan untuk memanfaatkan fitur promosi seperti gratis ongkir atau diskon. Dan untuk pedagang sandal sepatu, tas mereka menyadari bahwa e-commerce dapat membantu menarik pelanggan dari luar daerah, tetapi merasa harga diplatform e-commerce tidak bisa disaingi. Secara keseluruhan, tingkat pengetahuan e-commerce berada di tahap awal (awareness dan interest), dengan kebutuhan mendesak untuk pelatihan teknis dan dukungan logistik agar adopsi meningkat.

2. Persuasi

Pandangan pedagang terhadap keberadaan e-commerce sebagian besar pedagang memiliki pandangan positif terhadap e-commerce sebagai inovasi yang dapat meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan. Sedangkan pedagang pecah belah cenderung ragu-ragu karena kendala logistic dan untuk pedagang jilbab, kosmetik, dan tas, lebih terbuka terhadap e-commerce karena produk mereka memiliki potensi pasar yang kuat di platform digital. Secara keseluruhan, meskipun terdapat hambatan seperti persaingan harga, biaya pengiriman yang mahal, menjaga kepercayaan konsumen, dan keterampilan teknologi yang masih rendah tetapi mayoritas pedagang memiliki sikap terbuka terhadap e-commerce dan menyadari potensinya untuk mendukung aktivitas perdagangan

mereka serta meningkatkan kualitas hidup.

Faktor yang memengaruhi sikap pedagang terhadap e-commerce yaitu faktor penerimaan: testimoni positif dari rekan pedagang, keluarga, atau pelanggan menjadi motivasi kuat. Permintaan konsumen, adanya permintaan dari pelanggan untuk bisa membeli produk secara online. Melihat tren belanja online yang terus meningkat mendorong pedagang untuk ikut beradaptasi. Potensi peningkatan pendapatan dan menjangkau konsumen baru menjadi daya tarik utama. Kemudian faktor penolakan: Pedagang belum memiliki pemahaman dan keterampilan teknologi untuk memanfaatkan e-commerce. Tantangan dalam pengiriman barang, terutama produk yang rentan rusak atau memiliki ongkir tinggi. Kesulitan bersaing dengan pedagang besar atau toko online yang menawarkan harga lebih murah. Pedagang merasa lebih nyaman dan percaya diri dengan penjualan offline yang sudah berjalan.

3. Keputusan

Keputusan pedagang pasar tradisional mayoritas pedagang menerima e-commerce sebagai inovasi yang berpotensi meningkatkan penjualan dan kualitas hidup mereka, terutama pedagang pakaian, jilbab, kosmetik, sepatu sandal, dan tas maupun pecah belah tetapi mereka perlu adanya pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan penjualan secara online atau melalui platform e-commerce, edukasi tentang cara menggunakan e-commerce dan strategi pemasaran online ataupun cara untuk mendapatkan gratis ongkir dan diskon untuk pedagang, penyediaan layanan pengiriman yang aman dan terjangkau, terutama bagi produk rentan rusak, bantuan dalam membangun kepercayaan konsumen dan mengoptimalkan penjualan melalui platform digital. Dengan dukungan yang tepat, pedagang tradisional dapat lebih siap dalam mengadopsi e-commerce

untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.

4. Konfirmasi

Pedagang pasar tradisional mereka cenderung mencari validasi eksternal dan internal untuk mendukung keputusan mereka seperti beberapa pedagang memanfaatkan pengalaman rekan yang sudah sukses menggunakan e-commerce untuk belajar dan keluarga yang sering memberikan motivasi. Keputusan mereka diperkuat oleh manfaat nyata yang dirasakan oleh pedagang yang sudah sukses di dunia e-commerce, seperti peningkatan pelanggan atau pendapatan. Faktor pendorong utama adalah kebutuhan untuk bersaing dengan pedagang lain dan akses ke pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pedagang pakaian, jilbab, kosmetik, perabot rumah tangga, serta sandal, sepatu, dan tas di pasar tradisional Kecamatan Sekampung, dapat disimpulkan bahwa e-commerce memberikan dampak yang beragam terhadap kualitas hidup pedagang, tergantung pada jenis dagangan, tingkat literasi digital, dan kesiapan adaptasi teknologi. Secara umum, pedagang yang aktif memanfaatkan e-commerce mengalami peningkatan pendapatan, efisiensi kerja, dan perluasan jaringan pelanggan. Di sisi lain, pedagang yang sudah menggunakan e-commerce tetapi belum mengetahui bagaimana cara mendapatkan dan potongan harga dan tidak bisa bersaing harga belum banyak merasakan dampak negatif, bahkan merasa tertinggal dari rekan-rekan lain yang lebih paham teknologi. Dan untuk pedagang yang tidak berjualan di e-commerce mendapatkan dampak negative yaitu penurunan kualitas hidup.

Adanya kesenjangan kemampuan dalam memanfaatkan e-commerce menimbulkan perbedaan kualitas hidup antar pedagang. Oleh karena itu, pendampingan, pelatihan, dan akses teknologi digital menjadi kunci penting agar seluruh pedagang pasar tradisional dapat merasakan manfaat yang merata dari

perkembangan e-commerce, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan secara menyeluruh dan berkelanjutan. Namun, para pedagang mayoritas menerima e-commerce sebagai inovasi yang berpotensi meningkatkan penjualan dan kualitas hidup mereka dengan syarat adanya pelatihan literasi digital. Pemerintah harusnya memberikan pelatihan adaptasi e-commerce untuk meningkatkan daya saing mereka karena beberapa pedagang sebenarnya sangat ingin belajar berjualan secara online dan bisa bersaing dengan harga, cara mendapatkan diskon dan gratis ongkir di platform e-commerce agar kualitas hidup mereka terjamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiarta, S. (2016). Studi Eksplorasi Proses Pembelajaran Kompetensi Memelihara Mekanisme Kopling pada Siswa Kelas T-Tep dan Kelas Reguler di SMK Negeri 6 Bandung. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 44–59.
http://repository.upi.edu/24199/6/S_TM_1003262_Chapter3.pdf
- Arifin, A. N. D., Tallar, R. Y., Nugraha, A., Ginting, S., Ayudhira, A. S., Wianto, E., Pramauliate, A. W., Margaretha, Y., Christian, A. L., Pattipawaej, O. C., Fitriani, A. N., Arisandhy, V., Tjak, B., & Gunawan, R. (2022). *Profesionalisme Kewirausahaan*. *Zahir Publishing*, 7–41.
[https://eprints.uny.ac.id/23882/4/BAB II.pdf](https://eprints.uny.ac.id/23882/4/BAB%20II.pdf)
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Asnawi. (2008). *Pengantar E-Commerce dan Aplikasinya dalam Bisnis*.
- Denzin, N.K., & Lincoln, Y. S. (2011). *SAGE Handbook of Qualitative Research* (C. S. Publications (ed.)).
- Faturrochman. (1990). *Kualitas Hidup Sebagai Sasaran Pembangunan*. Kompas.
- Halim&Prasetyo, B. (2005). *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Pustaka Belajar.
- Hasiara, L. O. (2012). *Metode Penelitian Multi Paradigma Satu Pembangun reruntuhan Metode Penelitian yang berserakan* (p. 51).
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Mokodompit, M. (2023). *Implementasi Kebijakan Pendidikan Karakter*. PT Literasi Nusantara

- Abadi Group.
- Mulyati, I., Mansyuruddin, M., Adrianus, A., Bahari, Y., & Warneri, W. (2023). Proses Difusi Inovasi dalam Penerapan Metode Pengajaran Baru. *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(6), 2425–2433.
<https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i6.5769>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th Edition)*. Free Press.
- Saebani, B. A. & B. A. (2009). *Metodologi Penelitian*. CV Pustaka Setia.
- Slamet Riyanto, A. S. A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Soemarwoto. (2009). *Analisis Mengenai Dampak Lingkungan*. Gajahmada University Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tri, I. (n.d.). *Wawancara Pedagang Pasar Tradisional*.
- Turah, I. (n.d.). *Wawancara Pedagang Pasar Tradisional*.
- Zuriah, N. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bumi Aksara.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.iainmetro.ac.id; e-mail: febi.iain@metro.ac.id

Nomor : B-0132/In.28/D.1/TL.00/02/2025
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Kepala Pasar Tradisional
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0133/In.28/D.1/TL.01/02/2025, tanggal 11 Februari 2025 atas nama saudara:

Nama : **MEYYANA HIDAYATI**
NPM : 2103010042
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syaria'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Kepala Pasar Tradisional bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Pasar Tradisional, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "Studi eksplorasi dampak e-commerce terhadap kualitas hidup pedagang pasar tradisional di kecamatan sekampung kabupaten Lampung timur".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 11 Februari 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

SURAT BALASAN IZIN SURVEY

Kepada Yth.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

IAIN Metro Lampung

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Schubungan dengan permohonan izin survey yang diajukan kepada Pengelola Pasar Tradisional Sekampung Kabupaten Lampung Timur, yang diajukan atas nama.

Nama	: Meyyana Hidayati
NPM	: 2103010042
Semester	: 8 (Delapan)
Prodi	: Ekonomi Syariah
Judul	: Studi Eksplorasi Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang Pasar Tradisional Sekampung

Dengan ini disampaikan bahwa saya menyetujui permohonan survey di Pasar Tradisional Sekampung Kabupaten Lampung Timur.

Demikian surat balasan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Sekampung, 12 Februari 2025
Koordinator Pelaksana Pasar Tradisional
Sekampung Kabupaten Lampung Timur



KHATULISTYAWATI S.P
NIP. 197501222009022003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B 0133/In.26/D1/TL.01/02/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : MEYARA HIDAYATI
NPM : 2103010042
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Untuk: 1. Melakukan observasi/survei di Pasar Tradisional, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "Studi eksplorasi dampak e-commerce terhadap kualitas hidup pedagang pasar tradisional di kecamatan sekampung kabupaten Lampung timur".

2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkannya Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 11 Februari 2025



Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Petri Swastika SE, MIF
NIP 19861030 201801 2 001

OUTLINE

STUDI EKSPLORASI DAMPAK *E-COMMERCE* TERHADAP KUALITAS HIDUP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL KECAMATAN SEKAMPUNG KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
NOTA DINAS
PERSETUJUAN
PENGESAHAN
ABSTRAK
ORISINALITAS
MOTTO
PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR LAMPIRAN
ABSTRAK JURNAL
PENDAHULUAN
TINJAUAN PUSTAKA
METODE PENELITIAN
PEMBAHASAN
KESIMPULAN
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dosen pembimbing



Rina El-Maza, S.H.I, M.S.I
Nip.19840123200912 2 005

Metro, 14 Desember 2024
Mahasiswa



Meyyana Hidayati
Npm.2103010042

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STUDI EKSPLORASI DAMPAKE-COMMERCE TERHADAP KUALITAS HIDUP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KECAMATAN SEKAMPUNG KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

A. Wawancara

1. Wawancara dengan pedagang pasar tradisional di Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur
 - a. Apakah anda merasa ada perubahan stabilitas pendapatan dalam kemampuan memenuhi kebutuhan sehari-hari (seperti pangan dan kesehatan) sejak adanya e-commerce?
 - b. Sejak adanya e-commerce, apakah anda merasakan perubahan pada kemampuan anda untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal, pakaian, pendidikan dan hiburan?
 - c. Apakah Anda merasa e-commerce memberikan kebebasan lebih besar dalam menjual produk Anda, misalnya dengan menentukan harga atau menjangkau pelanggan baru?
 - d. Apakah Anda merasa terpaksa atau terbebani untuk mengikuti tren e-commerce, atau Anda melakukannya atas keinginan sendiri?
 - e. Apakah keberadaan e-commerce memberi Anda peluang untuk mencoba hal baru di luar pekerjaan sebagai pedagang pasar?
 - f. Apakah menurut Anda keberadaan e-commerce lebih banyak memberikan dampak positif atau negatif pada aktivitas pasar tradisional? Mengapa?

- g. Apakah ada dukungan atau pelatihan yang Anda terima untuk memanfaatkan e-commerce dalam usaha Anda?
- h. Sejauh mana para pedagang pasar tradisional mengetahui tentang e-commerce dan manfaatnya untuk mendukung aktivitas perdagangan mereka?
- i. Bagaimana pandangan pedagang pasar tradisional terhadap e-commerce?
- j. Apa faktor yang memengaruhi sikap mereka dalam menerima atau menolak penggunaan e-commerce?
- k. Apa yang menjadi pertimbangan utama pedagang pasar tradisional dalam memutuskan untuk mengadopsi atau menolak e-commerce?
- l. Bagaimana para pedagang mencari dukungan atau penguatan setelah memutuskan untuk menggunakan atau menolak e-commerce?

Dosen pembimbing



Rina El-Maza, S.H.I. M.S.I
Nip.19840123200912 2 005

Metro, 14 Desember 2024
Mahasiswa



Meyyana Hidayati
Npm.2103010042



UNIVERSITAS RESPATI INDONESIA (URINDO)
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
(L P P M)

Jl. Bambu Apus I No.3 Cipayung, Jakarta Timur (13890) Telp : 021 - 845 7627 (Hunting) Fax : 021 - 8459 2049
Website : www.urindo.ac.id

TANDA TERIMA PENYERAHAN ARTIKEL UNTUK DITERBITKAN DI JURNAL
ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN

Telah diterima artikel dari:

Nama Penulis : Meyyana Hidayati, Rina El-Maza

Asal Institusi : IAIN Metro Lampung

Judul : Studi Eksplorasi Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas
Hidup Pedagang Pasar Tradisional Sekampung Kabupaten Lampung Timur

Akan dimuat pada Jurnal Administrasi Manajemen dengan E-ISSN : 2623 -
1719 dan P-ISSN : 1693-6876 , Volume 15, no 1, Maret 2025.

Penulis,

Meyyana Hidayati

Penanggung Jawab

Ignatius Erik Sapta Yanuar, S.Hum, MM



Mengetahui
Kepala LPPM

Dr. Yeny Sulistyowati.,SKM., M.Si.Med

REVIEWER FORM
JURNAL ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN

Judul : Studi Eksplorasi Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang Pasar Tradisional Sekampung Kabupaten Lampung Timur

Evaluasi Reviewer terhadap Naskah :

ITEM PENILAIAN	Ya	Tidak	Komentar
Judul			
• Sesuai dengan masalah, tujuan dan memuat variabel utama	√		
Abstrak			
• Kata kunci sesuai dengan variabel/konsep utama	√		
Pendahuluan			
• Mencakup latar belakang secara jelas	√		
• Masalah/tujuan cukup jelas	√		
Bahan dan Metode			
• Rancangan (jenis, masa (waktu), tempat penelitian) jelas	√		
• Teknik pengambilan sampel dan data jelas dan tepat	√		
• Analisis data tepat	√		
Hasil			
• Penyajian dan analisis hasil sesuai	√		
• Hasil menjawab penelitian	√		
Pembahasan			
• Pembahasan tidak mengulang hasil	√		
• Selaras dengan lingkup penelitian dan dibandingkan dengan hasil penelitian sejenis	√		
Kesimpulan sesuai	√		
Saran sesuai	√		

REKOMENDASI REVIEWER*

- (√) Naskah dapat dimuat tanpa perubahan.
Sudah menurunkan plagiasi
- () Naskah dapat dimuat dengan adanya perubahan sesuai evaluasi Reviewer.
(Revisi Minor/ Revisi Mayor)**
- () Naskah tidak dapat dimuat

*Berikan tanda (√) pada kolom yang sesuai dengan evaluasi reviewer

**Coret salah satu sesuai dengan evaluasi reviewer

Jakarta, 10 Maret 2025

Eko Sembodo



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1349/In.28/S/U.1/OT.01/02/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Meyyana Hidayati
NPM : 2103010042
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103010042

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 17 Februari 2025
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Mc.
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Meyyana Hidayati
NPM : 2103010042
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Studi Eksplorasi Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang Pasar Tradisional Sekampung Kabupaten Lampung Timur** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 21%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 15 April 2025
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 199103112020121005



Mevyana Hidayati
NPM. 2103010042

Meyyana Hidayati
NPM. 2103010042



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Meyyana Hidayati

Jurusan/Fakultas

: ESy / FEBI

NPM : 2103010042

Semester / T A

: VII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
5.	Selasa, 15 Oktober 2024	- Bimbingan bab 3 - Perbaikan pada jenis penelitian - Pada sifat penelitian ditambahkan deskriptif kualitatif untuk apa? - Sumber data primer menggunakan purposive sampling - Tahap wawancara tidak perlu dijelaskan bentuk^{nya} wawancara - Perbaikan teknik analisis data	

Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Meyyana Hidayati
NPM. 2103010042



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Meyyana Hidayati

Jurusan/Fakultas

: ESy / FEBI

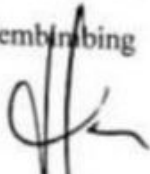
NPM : 2103010042

Semester / T A

: VII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
6.	Kamis, 17 Oktober 2024	- Pada Tahap Sumber data Primer, Teknik Purposive Sampling lebih dispesifikasikan antara kriteria pedagang yang akan diwawancarai dan pembeli di pasar tradisional -	

Dosen Pembimbing



Rina El Maza, S.H.I.M.S.I
NIP. 19840123200912 2 005

Mahasiswa Ybs,



Meyyana Hidayati
NPM. 2103010042



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Fax (0726) 47296;
Website : www.metroiaain.ac.id E-mail : iaimetro@metroiaain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Meyyana Hidayati

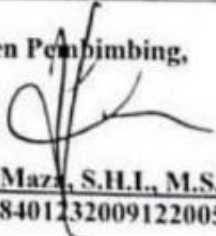
Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy

NPM : 2103010042

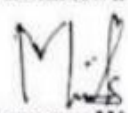
Semester/TA : 6/2024

NO	Hari/Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	JUM'AT. 14 JUNI 2024	1. Bimbingan outline proposal skripsi - Penambahan Variabel kualitas hidup - Perbaikan pada bab 1-3 - Pada bab 2 pengertian dampak dihilangkan - Materi pasar dihilangkan diganti dengan Materi kualitas hidup Ace bab 1-iii dpt disempurnakan.	 

Dosen Pembimbing,


Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,


Meyyana Hidayati
NPM. 2103010042

Meyyana Hidayati
NPM. 2103010042


Meyyana Hidayati
NPM. 2103010042



Meyyana Hidayati
NPM. 2103010042

DOKUMENTASI









Studi Eksplorasi Damp...
ejournalurindo.ac.id





Jurnal Administrasi dan Manajemen

Jurnal Ilmiah tentang Administrasi dan Manajemen

ISSN 2502-1526 (Print)
ISSN 2502-1526 (Online)

HOME ABOUT JURNAL EDITORIAL BOARD CONTACT

Studi Eksplorasi Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang Pasar Tradisional Sekampung Kabupaten Lampung Timur

Meyyana Hidayati, Rina El-Maza

Abstract

Kehadiran e-commerce telah menyebabkan penurunan jumlah kunjungan konsumen ke pasar tradisional, yang berdampak negatif pada tingkat penjualan para pedagang. Hal ini disebabkan oleh persaingan dengan platform e-commerce yang menawarkan diskon besar-besaran kepada konsumen, sehingga mengurangi daya tarik pasar tradisional. Harga produk yang lebih rendah di e-commerce menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen cenderung beralih dan kurang berminat berbelanja di pasar tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan terkait dampak e-commerce terhadap kualitas hidup pedagang pasar tradisional, serta untuk mengetahui penerimaan dan penolakan e-commerce oleh pedagang pasar tradisional. Penelitian menggunakan metode penelitian lapangan dan sifat interpretatif dengan pendekatan grounded theory. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan kualitas



DAFTAR ISI

- Editorial Board
- Daftar Isi
- Manajemen Risiko
- Manajemen Keuangan
- Manajemen Pemasaran
- Manajemen Sumber Daya Manusia
- Manajemen Sistem Informasi
- Manajemen Transportasi
- Manajemen Logistik
- Manajemen Kualitas

DAFTAR PUSTAKA

Wijayanto, W. (2019). *Manajemen Risiko*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2020). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2023). *Manajemen Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2024). *Manajemen Transportasi*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2025). *Manajemen Logistik*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2026). *Manajemen Kualitas*. Yogyakarta: Andi.

DAFTAR LAMPIRAN

Wijayanto, W. (2027). *Manajemen Risiko*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2028). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2029). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2030). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2031). *Manajemen Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2032). *Manajemen Transportasi*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2033). *Manajemen Logistik*. Yogyakarta: Andi.

Wijayanto, W. (2034). *Manajemen Kualitas*. Yogyakarta: Andi.



RIWAYAT HIDUP



Nama Meyyana Hidayati lahir pada tanggal 05 Mei 2003 di Metro merupakan anak terakhir dari empat bersaudara dari pasangan Wadiyo dan Saminem. Riwayat pendidikan pertama kali masuk di TK Maarif Nu 5 Sekampung kemudian melanjutkan di MI Maarif NU 5 Sekampung setelah tamat lanjut di SMP Negeri 1 Sekampung dan setelah itu melanjutkan di SMK Negeri 1 Sekampung jurusan akuntansi dan kemudian melanjutkan pendidikan sarjana program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro .

Dengan motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha serta dengan dukungan orang tua. Peneliti telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir ini. Semoga dapat memberikan kontribusi positif.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu dalam menyelesaikan jurnal yang berjudul “Studi Eksplorasi Dampak E-Commerce Terhadap Kualitas Hidup Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur”.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN

NOMOR: B-0476/In.28.3/D.1/PP.00.9/04/2025

Assalamualaikum. Wr. Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro menerangkan bahwa:

Nama : MEYYANA HIDAYATI
NPM : 2103010042
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini dinyatakan "Lulus" pada Ujian Komprehensif dengan rincian penilaian sebagai berikut:

No	Jenis Ujian	Nilai
1	Keagamaan	80
2	Kefakultasan	85
3	Keprodian	90
Nilai Akhir		85,0

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum. Wr. Wb

Metro, 21 April 2025

Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro

Putri Swastika, M.IF., Ph.D.
NIP. 198610302018012001



Tanggal	23/04/25
Validasi Prodi	