



Dwika Putri Pameling¹
Gustrina Sari²
Nor Faradea³
Joni Hendra K⁴

PENGARUH PASAR MODERN TERHADAP PASAR TRADISIONAL DI ERA DIGITAL

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh pasar modern terhadap pasar tradisional di era digital di Indonesia. Menggunakan metode kajian pustaka, penelitian ini menganalisis transformasi sektor ritel yang dipengaruhi oleh digitalisasi dan modernisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan pasar modern telah membawa perubahan signifikan dalam pola perdagangan dan perilaku konsumen. Implementasi teknologi digital dalam sistem pembayaran, manajemen, dan pemasaran di pasar modern telah menciptakan kesenjangan dengan pasar tradisional, yang tercermin dari penurunan omzet hingga 30-40% dan berkurangnya jumlah pengunjung pasar tradisional hingga 50% dalam satu dekade terakhir. Pergeseran preferensi konsumen yang mengutamakan kenyamanan, efisiensi, dan pengalaman berbelanja terintegrasi telah memperkuat dominasi pasar modern yang kini menguasai lebih dari 40% pangsa pasar ritel nasional. Meski menghadapi tantangan, pasar tradisional masih memiliki peran vital dalam perekonomian dan sosial budaya masyarakat. Penelitian ini menemukan bahwa diperlukan strategi adaptasi digital yang tepat bagi pasar tradisional, didukung kebijakan pemerintah yang memadai, untuk menciptakan keseimbangan antara modernisasi dan pelestarian nilai-nilai tradisional dalam sektor perdagangan Indonesia.

Kata Kunci: Pasar Modern, Pasar Tradisional, Transformasi Digital, Perilaku Konsumen, Persaingan Usaha, Adaptasi Teknologi

Abstract

This research examines the influence of modern markets on traditional markets in the digital era in Indonesia. Using a literature review method, this research analyzes the transformation of the retail sector which is influenced by digitalization and modernization. The research results show that the development of modern markets has brought significant changes in trading patterns and consumer behavior. The implementation of digital technology in payment, management and marketing systems in modern markets has created a gap with traditional markets, which is reflected in a decline in turnover of up to 30-40% and a reduction in the number of visitors to traditional markets of up to 50% in the last decade. A shift in consumer preferences that prioritizes comfort, efficiency and an integrated shopping experience has strengthened the dominance of the modern market which now controls more than 40% of the national retail market share. Despite facing challenges, traditional markets still have a vital role in the economy and socio-culture of society. This research finds that an appropriate digital adaptation strategy is needed for traditional markets, supported by adequate government policies, to create a balance between modernization and preserving traditional values in the Indonesian trade sector.

Keywords: Pasar Modern, Pasar Tradisional, Transformasi Digital, Perilaku Konsumen, Persaingan Usaha, Adaptasi Teknologi

PENDAHULUAN

Pengaruh pasar modern terhadap pasar tradisional di era digital menjadi topik yang semakin relevan seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Pasar tradisional, yang selama ini berfungsi sebagai pusat interaksi sosial dan ekonomi, kini

^{1,2,3,4} Akuntansi Syariah, Syariah dan Ekonomi Islam, STAIN Bengkalis
email: dwikaputripameling@gmail.com¹, gustrinasari12@gmail.com², Norfaradea@gmail.com³,
joniqizel77@gmail.com⁴

menghadapi tantangan berat dari keberadaan pasar modern dan e-commerce. Dalam konteks ini, pasar modern tidak hanya menawarkan kemudahan akses dan kenyamanan berbelanja, tetapi juga memanfaatkan teknologi untuk menarik konsumen melalui berbagai platform digital. Hal ini menyebabkan pergeseran dalam pola belanja masyarakat, terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih berbelanja di minimarket atau melalui aplikasi online.

Berdasarkan data dari AC Nielsen, pertumbuhan pasar modern setiap tahunnya mencapai angka antara 10% hingga 30%, menunjukkan ekspansi yang agresif ke wilayah pemukiman. Sementara itu, pasar tradisional mengalami penurunan popularitas dan eksistensi, yang sebagian besar disebabkan oleh ketidakmampuan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan preferensi konsumen yang semakin mengedepankan efisiensi dan kenyamanan. Penelitian menunjukkan bahwa banyak pedagang pasar tradisional mulai merasakan dampak negatif dari persaingan ini, sehingga diperlukan inovasi dalam bentuk digitalisasi untuk mempertahankan daya saing mereka.

Digitalisasi pasar tradisional dapat dilakukan melalui pengembangan aplikasi yang menghubungkan pedagang dengan konsumen, sehingga memudahkan transaksi dan meningkatkan transparansi harga. Dengan demikian, meskipun pasar modern membawa tantangan besar bagi pasar tradisional, ada juga peluang untuk beradaptasi dan berinovasi. Optimalisasi digital menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing pedagang pasar tradisional dalam menghadapi ancaman dari pasar modern dan e-commerce. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak—baik pemerintah maupun pelaku usaha—untuk berkolaborasi dalam menciptakan ekosistem yang mendukung keberlangsungan pasar tradisional di tengah arus modernisasi ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (literature review) dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis pengaruh pasar modern terhadap pasar tradisional di era digital. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai sumber literatur seperti artikel jurnal ilmiah, buku teks, laporan penelitian, publikasi pemerintah, dan dokumen resmi lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Sumber-sumber tersebut diakses melalui database akademik terpercaya seperti Google Scholar, Science Direct, dan Portal Garuda, dengan rentang waktu publikasi 10 tahun terakhir untuk memastikan kebaruan data dan informasi.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, dimulai dengan mengorganisir dan mengkategorikan informasi yang diperoleh berdasarkan tema-tema utama seperti perkembangan pasar modern, kondisi pasar tradisional, dampak digitalisasi, serta aspek sosial-ekonomi. Selanjutnya, dilakukan sintesis data untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antar variabel yang diteliti, serta melakukan interpretasi mendalam untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif mengenai dinamika persaingan antara pasar modern dan tradisional di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Dasar Pasar Modern dan Tradisional di Indonesia

Pasar modern merupakan pasar yang dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba modern, mengutamakan kenyamanan berbelanja, pelayanan mandiri, dan menjual berbagai jenis barang secara eceran yang terorganisir dalam display dan rak-rak yang tertata. Sementara itu, pasar tradisional didefinisikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung, bangunan terdiri dari kios-kios atau gerai, dan umumnya menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari dengan proses tawar-menawar.

Sejarah perkembangan pasar modern di Indonesia dimulai sejak era 1960-an dengan hadirnya Sarinah sebagai department store pertama di Jakarta. Memasuki tahun 1970-1980an, format ritel modern mulai berkembang dengan munculnya supermarket seperti Gelael dan Hero. Perkembangan signifikan terjadi pada tahun 1990-an setelah dikeluarkannya kebijakan deregulasi perdagangan yang membuka kesempatan bagi investor asing untuk masuk ke industri ritel Indonesia. Hal ini memicu pertumbuhan pesat berbagai format pasar modern seperti hypermarket, supermarket, dan minimarket yang tersebar hingga ke berbagai pelosok daerah

Pasar tradisional memiliki karakteristik yang khas dan peran vital dalam perekonomian Indonesia. Karakteristik utamanya meliputi sistem tawar-menawar yang mengedepankan interaksi sosial, produk yang dijual umumnya merupakan produk segar dan kebutuhan pokok, serta lokasi yang strategis dan mudah dijangkau masyarakat. Pasar tradisional juga berperan sebagai penggerak ekonomi rakyat, penyedia lapangan kerja, dan sarana distribusi produk UMKM serta hasil pertanian lokal. Selain itu, pasar tradisional menjadi ruang sosial yang mempererat hubungan antara pedagang dan pembeli dalam komunitas.

Dalam perkembangannya, pertumbuhan pasar modern menunjukkan tren yang lebih agresif dibandingkan pasar tradisional. Data menunjukkan bahwa jumlah gerai ritel modern terus mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya, sementara jumlah pasar tradisional cenderung stagnan bahkan menurun di beberapa daerah. Fenomena ini dipicu oleh berbagai faktor, termasuk kemudahan perizinan, dukungan modal yang kuat, serta kemampuan adaptasi yang lebih baik terhadap perkembangan teknologi dan preferensi konsumen.

Menyikapi dinamika persaingan ini, pemerintah telah mengeluarkan berbagai regulasi dan kebijakan untuk mengatur keberadaan pasar modern dan melindungi pasar tradisional. Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern menjadi landasan utama yang mengatur zonasi, jam operasional, dan kemitraan antara pasar modern dengan UMKM dan pasar tradisional. Selain itu, berbagai program revitalisasi pasar tradisional juga dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan kualitas layanan pasar tradisional, termasuk perbaikan infrastruktur, penataan pedagang, dan modernisasi sistem pengelolaan.

Regulasi ini diperkuat dengan Peraturan Menteri Perdagangan tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, yang mengatur lebih detail mengenai standar operasional, kewajiban pelaku usaha, serta pemberdayaan pasar tradisional. Meski demikian, implementasi kebijakan ini masih menghadapi berbagai tantangan di lapangan, termasuk pengawasan yang kurang optimal dan koordinasi antar pemangku kepentingan yang perlu ditingkatkan untuk menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih seimbang antara pasar modern dan tradisional.

2. Transformasi Digital dan Dampaknya pada Persaingan Pasar

Era digital telah membawa perubahan fundamental dalam lanskap perdagangan di Indonesia, terutama dalam konteks persaingan antara pasar modern dan tradisional. Digitalisasi sistem pembayaran dan manajemen di pasar modern telah menciptakan standar baru dalam pengalaman berbelanja konsumen. Pasar modern telah mengimplementasikan berbagai inovasi teknologi seperti sistem Point of Sale (POS) terintegrasi, pembayaran digital melalui e-wallet, kartu debit, dan kredit, serta sistem inventori otomatis yang memungkinkan pengelolaan stok yang lebih efisien. Sistem-sistem ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memberikan data berharga tentang perilaku konsumen yang dapat digunakan untuk strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Sementara itu, kesenjangan teknologi dengan pasar tradisional menjadi semakin nyata. Mayoritas pasar tradisional masih mengandalkan sistem pencatatan manual dan transaksi tunai konvensional. Keterbatasan infrastruktur digital, minimnya pemahaman teknologi di kalangan pedagang tradisional, serta kendala biaya implementasi teknologi menjadi hambatan utama dalam adopsi solusi digital. Kesenjangan ini semakin diperparah dengan terbatasnya akses terhadap modal dan pelatihan yang diperlukan untuk transformasi digital.

Perubahan preferensi konsumen di era digital juga memberikan dampak signifikan terhadap pola persaingan pasar. Konsumen modern semakin menuntut kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, transparansi harga, serta pengalaman berbelanja yang terintegrasi antara offline dan online. Pasar modern mampu memenuhi tuntutan ini melalui implementasi berbagai layanan digital seperti self-checkout, price checker digital, dan integrasi dengan platform e-commerce. Kemudahan ini telah mengubah ekspektasi konsumen terhadap standar layanan ritel, yang secara tidak langsung mempengaruhi persepsi mereka terhadap pasar tradisional.

Menghadapi tuntutan era digital, beberapa pasar tradisional mulai melakukan adaptasi meskipun dalam skala terbatas. Inisiatif adaptasi ini mencakup penggunaan aplikasi pembayaran digital, bergabung dengan platform e-commerce untuk menjangkau konsumen online, serta menggunakan media sosial untuk promosi. Beberapa pasar tradisional juga telah mengadopsi

sistem manajemen berbasis aplikasi untuk pengelolaan kios dan administrasi pasar. Program-program pemberdayaan dari pemerintah dan lembaga keuangan juga mulai berfokus pada literasi digital dan bantuan teknologi untuk pedagang tradisional.

Transformasi digital juga berdampak pada aspek kompetisi harga dan layanan. Pasar modern dapat menawarkan transparansi harga melalui display digital dan sistem barcode, sementara pasar tradisional masih mengandalkan sistem tawar-menawar yang bagi sebagian konsumen modern dianggap kurang efisien. Namun, beberapa pasar tradisional mulai mengadopsi sistem penetapan harga yang lebih transparan dan memanfaatkan platform digital untuk memberikan informasi harga kepada konsumen.

Meski transformasi digital membawa tantangan besar bagi pasar tradisional, hal ini juga membuka peluang untuk inovasi dan adaptasi. Keberhasilan adaptasi digital pasar tradisional akan sangat bergantung pada dukungan kebijakan, akses terhadap infrastruktur digital, serta kesiapan pedagang dalam mengadopsi teknologi baru. Penting untuk mencari keseimbangan antara mempertahankan nilai-nilai tradisional yang menjadi keunggulan pasar tradisional dengan mengadopsi inovasi digital yang dapat meningkatkan daya saing mereka di era modern.

3. Dampak Ekonomi dan Persaingan Usaha

Kehadiran pasar modern telah memberikan dampak signifikan terhadap dinamika ekonomi dan persaingan usaha dengan pasar tradisional. Dari segi omzet dan pendapatan pedagang, terjadi kesenjangan yang cukup mencolok antara kedua jenis pasar ini. Pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan omzet rata-rata 30-40% sejak maraknya pasar modern di sekitar lokasi mereka. Sementara itu, pasar modern mencatatkan pertumbuhan pendapatan yang stabil, dengan peningkatan omzet tahunan mencapai 10-15%. Perbedaan ini tidak hanya disebabkan oleh perpindahan konsumen, tetapi juga karena kemampuan pasar modern dalam mengelola margin keuntungan secara lebih efisien melalui sistem manajemen inventory yang modern dan pembelian dalam skala besar.

Persaingan harga menjadi faktor krusial dalam dinamika persaingan kedua jenis pasar ini. Pasar modern memiliki keunggulan dalam hal ekonomi skala, dimana mereka dapat menekan harga melalui pembelian dalam jumlah besar langsung dari produsen atau distributor. Mereka juga menerapkan strategi pemasaran yang agresif melalui program diskon, member card, dan promosi bundling yang menarik minat konsumen. Di sisi lain, pedagang pasar tradisional yang umumnya bermodal kecil, kesulitan bersaing dalam hal harga karena keterbatasan akses terhadap supplier besar dan biaya operasional yang relatif tinggi per unit barang. Meski demikian, pasar tradisional masih memiliki keunggulan kompetitif dalam produk-produk segar seperti sayur, buah, dan daging, dimana mereka dapat menawarkan harga yang lebih kompetitif dengan kualitas yang lebih baik.

Penurunan jumlah pembeli di pasar tradisional menjadi indikator nyata dari pergeseran preferensi konsumen. Survei menunjukkan bahwa kunjungan ke pasar tradisional mengalami penurunan sekitar 50% dalam satu dekade terakhir, terutama di wilayah perkotaan. Faktor-faktor seperti jam operasional yang terbatas, kondisi fisik pasar yang kurang nyaman, dan keterbatasan fasilitas pendukung seperti parkir dan toilet, menjadi alasan utama konsumen beralih ke pasar modern. Generasi muda khususnya, cenderung lebih memilih berbelanja di pasar modern karena dianggap lebih prestise dan sesuai dengan gaya hidup modern.

Pergeseran pangsa pasar yang signifikan telah mengakibatkan dominasi pasar modern dalam industri ritel Indonesia. Data menunjukkan bahwa pangsa pasar ritel modern telah mencapai lebih dari 40% dari total nilai penjualan ritel nasional, dengan pertumbuhan yang terus meningkat setiap tahunnya. Ekspansi agresif dari jaringan ritel modern, terutama format minimarket yang masuk hingga ke wilayah pemukiman, semakin memperkuat dominasi mereka. Pasar tradisional yang dulunya menguasai perdagangan retail, kini harus puas dengan pangsa pasar yang terus menyusut, terutama di kategori produk packaged goods dan kebutuhan rumah tangga non-makanan.

4. Perubahan Pola Belanja dan Perilaku Konsumen

Transformasi digital dan modernisasi sektor ritel telah membawa perubahan mendasar dalam pola belanja dan perilaku konsumen di Indonesia. Faktor kenyamanan dan efisiensi yang ditawarkan pasar modern menjadi daya tarik utama bagi konsumen modern. Lingkungan berbelanja yang bersih, teratur, dan ber-AC, ditambah dengan sistem display produk yang

tertata rapi dan informatif, menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan. Konsumen juga mengapresiasi kemudahan dalam menemukan produk melalui petunjuk arah dan kategorisasi yang jelas, serta tidak perlu melakukan tawar-menawar karena harga sudah tercantum dengan transparan. Sistem pembayaran yang terkomputerisasi dan berbagai pilihan metode pembayaran digital semakin menambah efisiensi proses berbelanja.

Pergeseran loyalitas konsumen menjadi fenomena yang semakin nyata seiring dengan perubahan gaya hidup dan tuntutan modernitas. Generasi muda, terutama millennial dan Gen-Z, menunjukkan preferensi yang kuat terhadap pasar modern karena dianggap lebih sesuai dengan citra diri mereka. Program loyalitas yang ditawarkan pasar modern melalui membership card, poin rewards, dan cashback menjadi strategi efektif dalam membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen. Sementara itu, ikatan emosional dan loyalitas tradisional yang dahulu menjadi kekuatan pasar tradisional mulai memudar, terutama di kalangan konsumen perkotaan yang lebih mengutamakan aspek praktis dan efisiensi.

Dampak promosi digital dan e-commerce telah mengubah cara konsumen mencari informasi dan membuat keputusan pembelian. Pasar modern dengan kemampuan digitalnya mampu menjangkau konsumen melalui berbagai platform digital, mulai dari media sosial, aplikasi mobile, hingga marketplace online. Promosi yang personal dan tepat sasaran melalui analisis data konsumen, serta kemudahan dalam membandingkan harga dan produk secara online, semakin memperkuat posisi pasar modern dalam persaingan. Program flash sale, voucher digital, dan integrasi antara belanja online dan offline (omnichannel) menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih dinamis dan sesuai dengan kebutuhan konsumen digital.

Perubahan ekspektasi layanan pelanggan menjadi tantangan tersendiri dalam evolusi sektor ritel. Konsumen modern menuntut layanan yang cepat, profesional, dan konsisten. Mereka mengharapkan staf yang terlatih dan berpengetahuan tentang produk, sistem penanganan keluhan yang efektif, serta kebijakan pengembalian barang yang jelas. Pasar modern telah mengadopsi standar layanan pelanggan yang tinggi, termasuk menyediakan customer service desk, garansi produk, dan sistem feedback yang terstruktur. Di sisi lain, pasar tradisional yang masih mengandalkan pendekatan personal dan informal dalam layanan pelanggan, perlu beradaptasi dengan ekspektasi baru ini tanpa kehilangan nilai-nilai tradisional yang menjadi kekuatan mereka.

Pola berbelanja konsumen juga semakin berorientasi pada pengalaman, bukan sekadar transaksi. Pasar modern merespon hal ini dengan menciptakan konsep one-stop shopping, dimana konsumen tidak hanya dapat berbelanja kebutuhan pokok, tetapi juga menikmati fasilitas pendukung seperti food court, area bermain anak, dan layanan tambahan lainnya. Konsep ini menciptakan nilai tambah yang sulit ditandingi oleh pasar tradisional yang umumnya hanya fokus pada fungsi transaksional.

Memahami perubahan perilaku konsumen ini menjadi kunci dalam mengembangkan strategi adaptasi bagi pasar tradisional. Meski tidak harus sepenuhnya mengadopsi konsep modern, pasar tradisional perlu memperhatikan aspek-aspek yang menjadi prioritas konsumen seperti kebersihan, kenyamanan, dan efisiensi transaksi, sambil tetap mempertahankan keunikan dan nilai-nilai tradisional yang menjadi pembeda mereka. Pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya perlu berkolaborasi dalam menciptakan program pemberdayaan yang membantu pasar tradisional beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen tanpa kehilangan identitas mereka.

SIMPULAN

Perkembangan pasar modern di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam lanskap perdagangan di Indonesia, menciptakan tantangan serius bagi keberlangsungan pasar tradisional. Transformasi digital yang meliputi sistem pembayaran, manajemen, dan pemasaran di pasar modern telah mengubah preferensi dan perilaku konsumen yang menginginkan kenyamanan, efisiensi, dan pengalaman berbelanja yang terintegrasi. Hal ini berdampak pada penurunan omzet dan jumlah pengunjung di pasar tradisional, serta pergeseran pangsa pasar yang semakin didominasi oleh pasar modern. Meski demikian, pasar tradisional tetap memiliki peran penting dalam perekonomian dan sosial budaya masyarakat Indonesia, sehingga diperlukan upaya adaptasi dan modernisasi yang seimbang, didukung oleh kebijakan pemerintah

yang tepat, untuk menciptakan koeksistensi yang harmonis antara pasar modern dan tradisional di era digital, tanpa menghilangkan nilai-nilai tradisional yang menjadi keunggulan pasar tradisional

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.
- Aryadi, A., Istia, P. T., Kusuma, A., Buku, A., Gunadi, H., Lorens, D., ... & Iskandar, A. A. (2024). Ekonomi Digital dan Transformasi Bisnis di Indonesia. TOHAR MEDIA.
- Aziz, A. (2019). Ekonomi Politik Monopoli. Airlangga University Press.
- Fajriawati, F. (2017). Analisis Pengaruh Persaingan Usaha Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern Peraturan Daerah Kota Medan. *Varia Justicia*, 13(2), 103-111.
- Handiko, T. D., Hakim, M. N., Kristanto, T., & Bagaskara, D. B. (2023, July). PaGi: Wujud Modernisasi Pasar Tradisional di Tengah Gempuran Teknologi. In *Prosiding SEMNAS INOTEK (Seminar Nasional Inovasi Teknologi)* (Vol. 7, No. 1, pp. 1-8).
- Huda, B. (2023). Mendorong pertumbuhan umkm melalui platform digital. *Jurnal Buana Pengabdian*, 5(2), 86-91.
- IKHSAN, M. (2023). IMPLEMENTASI PASAR RAKYAT BERDASARKAN PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN NOMOR 21 TAHUN 2021 (Studi Pada Pasar Krucil Kecamatan Krucil Kabupaten Probolinggo) (Doctoral dissertation, Universitas Panca Marga).
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). Metode penelitian kualitatif. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Masni, Y. (2014). Analisis preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern di kota Makassar. Skripsi, Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
- Nina, A. (2024). Eksistensi pasar tradisional dalam meraih peluang digital: Study deskriptif pedagang pasar tradisional Palasari Kecamatan Lengkong Kota Bandung (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Pramiarsih, E. E. (2024). Perilaku Konsumen di Era Digital. Deepublish.
- Rachmad, Y. E., Asmara, M. A., Purwanto, H., Thamrin, J. R., Violin, V., Awang, M. Y., ... & Wibowo, S. E. (2023). Manajemen Pemasaran Digital Terkini (Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- RAHMANIA, N. L. STRATEGI BERSAING PASAR TRADISIONAL DI ERA DIGITAL.
- Sri Adiningsih, S. E. (2019). Transformasi ekonomi berbasis digital di Indonesia: lahirnya tren baru teknologi, bisnis, ekonomi, dan kebijakan di Indonesia. Gramedia Pustaka Utama.
- SURYANI, W. (2018). EKSTERNALITAS KEBERADAAN PASAR MODERN (MINIMARKET) TERHADAP KINERJA PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus Kecamatan Seputih Surabaya, Kabupaten Lampung Tengah).
- Tondu, M. I. (2015). PENGARUH PASAR MODERN (GIANT MOG) TERHADAP PASAR TRADISIONAL BARENG MENURUT PERSEPSI MASYARAKAT (Doctoral dissertation, ITN MALANG).