

Received: 6 January 2025

Revised: 25 January 2025

Accepted: 26 January 2025

Pedagang Pasar Tradisional di Era Digital: Apa yang Dilakukan Pemerintah Daerah untuk Mereka Agar Kompetitif?

Sri Handayani¹, Husnul Hakim Syadad^{2*}, Sephia Faziatus Muhibah³

^{1,2,3}Universitas Islam Raden Rahmat, Malang, Indonesia

* cak_noel@uniramalang.ac.id

Abstract

The digital era provides great opportunities for people engaged in the economy, including trade. In fact, the world of the market place has become a place for traders to be able to sell their merchandise. This is also an opportunity for retailers without having to have a special stand or shop. The payment model is also very easy to do, namely with technical transfers for example. However, these opportunities must be accompanied by the capacity to respond to digital technology and a conducive environment. Including traders in traditional markets, they are required to be adaptive so as not to be left behind both in terms of knowledge and skills. As part of the joint responsibility of the local government, in this case, the government organisation in charge of traditional markets has the opportunity to provide services to market traders to have more capacity so that they become empowered traditional market traders. This paper aims to analyse the implementation of the “Sepasar Pedas” program implemented by the Malang City Cooperative and Trade Office (Diskopindag) in empowering traders in traditional markets. The method used in this research is a descriptive qualitative method with data collection techniques of interview, observation, and documentation. The results of the research show that this program has been implemented according to the stages of community empowerment, namely enabling, empowering, and protecting, although it has obstacles such as an unstable budget and limited human resource participation.

Keywords: digital era, traditional market traders, empowerment, Diskopindag

Abstrak

Era digital memberikan peluang besar pada masyarakat yang bergerak dalam bidang ekonomi termasuk perdagangan. Bahkan tidak asing lagi dunia *market place* menjadi ajang para pedagang untuk dapat menjajakan dagangannya. Hal tersebut juga menjadi kesempatan bagi para retailer tanpa harus memiliki stand atau toko khusus. Model pembayaran juga sudah sangat mudah dilakukan yaitu dengan teknis transfer misalnya. Namun peluang tersebut harus diiringi dengan kapasitas tanggap teknologi digital serta lingkungan yang kondusif. Termasuk para pedagang di pasar tradisional, mereka dituntut untuk adaptif agar tidak tertinggal baik dari segi pengetahuan maupun ketrampilan. Sebagai bagian dari tanggung jawab bersama pemerintah daerah dalam hal ini adalah organisasi pemerintah yang membidangi pasar tradisional mempunyai peluang dalam memberikan pelayanan terhadap pedagang pasar untuk lebih memiliki kapasitas sehingga menjadi pedagang pasar tradisional yang berdaya. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan program “Sepasar Pedas” yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan Perdagangan (Diskopindag) Kota Malang dalam memberdayakan pedagang di pasar tradisional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa program ini telah dilaksanakan sesuai tahapan pemberdayaan masyarakat yaitu *enabling*, *empowering*, dan *protecting*, meskipun memiliki kendala seperti anggaran yang tidak stabil dan partisipasi sumber daya manusia yang terbatas.

Kata kunci: era digital, pedagang pasar tradisional, pemberdayaan, Diskopindag

© 2025 Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan (JSHP). This work is licensed under CC BY-SA 4.0

1. Pendahuluan

Era digital memberikan peluang besar bagi bidang ekonomi untuk mempermudah kegiatan jual beli antara pedagang/ produsen dengan konsumen/pembeli tanpa harus bertemu secara tatap muka. *E-commerce* dan *market place* adalah media digital bagi pedagang dalam menampilkan product unggulan dan gadangan mereka secara digital. Sementara para konsumen atau pembeli dapat memilih barang kebutuhan atau barang yang mereka inginkan melalui media digital tersebut secara lebih efisien dan praktis melalui satu genggam handphone, laptop, PC ataupun yang lain. Pada era yang penuh dengan kompetisi dan kemajuan teknologi ini sebagaimana yang dijelaskan oleh Laudon & Laudon (2013) Setiap perusahaan bisnis membutuhkan sistem informasi untuk melacak semua aktivitas dan kinerja bisnis, untuk membuat perencanaan bisnis yang tepat, hingga pengiriman produk melalui siklus produksi dan kualitas (Lemma & Ma, 2020). Semua menghadirkan tantangan signifikan bagi pedagang tradisional, memaksa mereka untuk beradaptasi dengan dinamika pasar dan preferensi konsumen yang berkembang pesat. Ketika bisnis tradisional menavigasi transformasi ini, mereka menghadapi berbagai kendala yang menghambat kemampuan mereka untuk bersaing secara efektif di pasar digital. Tantangan utama yang dihadapi oleh pedagang tradisional di era digital yaitu adanya hambatan adopsi teknologi, unsur kepercayaan dan keterlibatan konsumen, tantangan logistik.

Hambatan adopsi teknologi berupa 1). Biaya tinggi; dimana beban keuangan mengadopsi teknologi baru dapat menjadi penghalang bagi banyak pedagang tradisional (Bajaj, 2024), 2). Kurangnya keahlian; dimana banyak pedagang tidak memiliki ketrampilan dan pengetahuan digital yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi baru secara efektif (Syamsuddin et al., 2024), 3). Resistensi terhadap perubahan; dimana perlawanan budaya dan organisasi sering menghambat transisi ke platform digital (Syamsuddin et al., 2024). Usur kepercayaan dan keterlibatan konsumen yang terdiri dari 1). Membangun kepercayaan online; membangun kredibilitas dengan pelanggan online sangat penting, namun memberikan tantangan bagi vendor tradisional yang biasa berinteraksi tatap muka (Elise & Hadiwono, 2024), 2). Merubah preferensi konsumen; beradaptasi dengan perubahan perilaku dan preferensi konsumen membutuhkan fleksibilitas dan inovasi dalam penawaran produk (Elise & Hadiwono, 2024). Tantangan logistik berupa 1). Adapatasi rantai pasokan; dimana pedagang tradisional harus menavigasi logistik yang kompleks untuk memenuhi tuntutan e-commerce, termasuk manajemen inventaris dan sistem pengiriman (Elise & Hadiwono, 2024), 2). Manajemen dan keamanan data; memastikan keamanan data dan kepatuhan terhadap peraturan yang seringkali menambah lapisan kerumitan lain pada operasi digital (Permata Gusti, 2024).

Pedagang pasar tradisional sebenarnya juga memiliki potensi ketangguhan dalam berbagai macam penyesuaian. Misalnya sering dihadapkan pada fluktuasi harga barang dagangan atau komoditi. Bahkan mereka juga terbiasa dengan model usaha yang sampai diturunkan ke antar generasi. Sehingga sebenarnya mereka memiliki sifat ketangguhan dalam ketahanan ekonomi. Karakter dasar baik yang dimiliki pedagang pasar tradisional tersebut dapat memberikan sumbangsih pemahaman bagi pemerintah daerah untuk memberikan gagasan-gagasan positif bagi kelangsungan pedagang pasar tradisional di era digital. Sebab kehadiran pemerintah daerah pada setiap masalah yang dihadapi para pedagang pasar tradisional adalah harapan bagi mereka. Dapat pula sekaligus menjadi bentuk kinerja, dalam hal ini melalui perangkat daerah yaitu Dinas Koperasi dan Perdagangan. Ketahanan ekonomi untuk pedagang pasar tradisional di kota Malang disupport oleh Dinas Koperasi dan Perdagangan dengan program “Sepasar Pedas” (Sekolah Pasar Pedagang Cerdas).

Sekolah Pasar Pedagang Cerdas (“Sepasar Pedas”) merupakan inovasi pertama di Jawa Timur khususnya Pemerintah Kota Malang yang memfokuskan pada pengembangan pengetahuan

pedagang pasar rakyat atau pasar tradisional, dan memaksimalkan peran pasar dalam kemajuan ekonomi. Sepasar Pedas menjadi salah satu prestasi yang dimiliki Kota Malang, ditandai dengan diraihnya penghargaan Top Inovasi Pelayanan Publik tahun 2019 dari Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Kemenpan-RB) yang rutin di adakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Sepasar Pedas ini dimulai sejak tahun 2017 dengan adanya konsep program Diskopindag yakni revitalisasi bangunan pasar, yang kemudian di kreasikan kembali dengan menambahkan kegiatan Sekolah untuk pedagang pasar rakyat atau pedagang tradisional di pasar Kota Malang. Kegiatan Sekolah Pedagang Cerdas ini dilakukan setelah pasar tutup tepatnya pada pukul 13.00 (satu) siang, agar tidak mengganggu kegiatan pedagang dalam berjualan.

Berdasarkan uraian diatas maka perlu dilakukan analisis pelaksanaan program “Sepasar Pedas” yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan Perdagangan (Diskopindag) Kota Malang dalam memberdayakan pedagang di pasar tradisional dengan konsep pemberdayaan masyarakat. Konsep pemberdayaan masyarakat tumbuh pada negara-negara berkembang karena adanya kesenjangan pembangunan. Menurut Friedmann pemberdayaan masyarakat harus dimulai dari rumah tangga. Pemberdayaan rumah tangga adalah pemberdayaan yang mencakup aspek sosial, politik, dan psikologis.

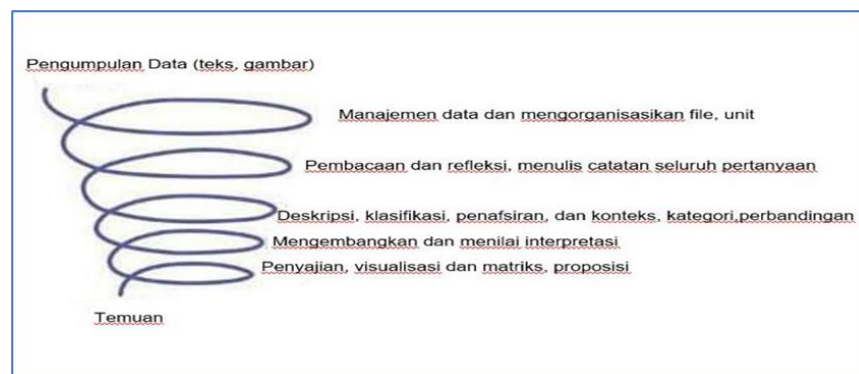
Hal ini akan dapat dicapai apabila pembangunan alternatif menekankan keutamaan politik melalui otonomi pengambilan keputusan untuk melindungi kepentingan rakyat yang berlandaskan pada sumberdaya pribadi, langsung melalui partisipasi, demokrasi dan pembelajaran sosial melalui pengamatan langsung. Jika dilihat dari proses operasionalisasinya, maka ide pemberdayaan memiliki dua kecenderungan, antara lain : *pertama*, kecenderungan primer, yaitu kecenderungan proses yang memberikan atau mengalihkan sebagian kekuasaan, kekuatan, atau kemampuan (*power*) kepada masyarakat atau individu menjadi lebih berdaya. Proses ini dapat dilengkapi pula dengan upaya membangun asset material guna mendukung pembangunan kemandirian mereka melalui organisasi; dan *kedua*, kecenderungan sekunder, yaitu kecenderungan yang menekankan pada proses memberikan stimulasi, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog (Hadi, 2010).

Pemberdayaan masyarakat menurut Fahrudin (2012) adalah upaya untuk memampukan dan memandirikan masyarakat yang dilakukan dengan upaya: 1). *Enabling*; yaitu menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu dengan cara mendorong (*encourage*) memotivasi dan membangkitkan kesadaran (*awareness*) akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. 2). *Empowering*; yaitu meningkatkan kapasitas dengan memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat. Perkuatan ini meliputi langkah - langkah nyata seperti penyediaan berbagai masukan (*input*) serta pembukaan akses kepada berbagai peluang yang dapat membuat masyarakat menjadi makin berdayaan. 3). *Protecting*; yaitu melindungi kepentingan dengan mengembangkan sistem perlindungan bagi masyarakat yang menjadi subjek pengembangan. Sehingga, Dalam proses pemberdayaan harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat. Melindungi dalam hal ini dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah (A.M et al., 2022).

2. Metodologi

Metodologi yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif (*qualitative approach*). Pendekatan melalui proses menemukan, memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran tentang fenomena sosial dan fenomena publik yang berkaitan dengan pemberdayaan pedagang pasar tradisional. Penelitian kualitatif melibatkan pendekatan interpretatif dan naturalistik terhadap dunia. Ini berarti bahwa peneliti kualitatif mempelajari hal-hal dalam setting alamiahnya, mencoba untuk memahami, atau menafsirkan, fenomena dalam pengertian makna yang dibawa orang kepada mereka (John W. Creswell and Cheryl N. Poth, 2018).

Sumber data yang digunakan adalah kata-kata dan tindakan, peristiwa/tempat lokasi, dokumen. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan yang diwawancarai adalah (1) Kepala Bidang Perdagangan dengan tujuan untuk mengetahui sejarah dan konsep program “SEPASAR PEDAS”, serta dengan tujuan untuk memperoleh data terkait implementasi program “SEPASAR PEDAS” di pasar – pasar kota Malang, (2) Seksi Pengembangan dan Perdagangan; wawancara dilakukan kepada salah satu anggota seksi Pengembangan dan Perdagangan dengan tujuan untuk mengetahui prosedur pelaksanaan Program Sepasar Pedas di lapangan, (3) Masyarakat; wawancara dilakukan kepada masyarakat pedagang dari pedagang pasar. Dalam upaya untuk mengetahui seberapa manfaat bagi pedagang pasar terhadap pelaksanaan program inovasi Diskopindag Kota Malang melalui Sekolah Pasar Pedagang Cerdas. Metode analisis data menggunakan model analisis spiral dengan model sebagai berikut:



Gambar 1. Model Analisis Spiral Penelitian

Sumber: (John W. Creswell and Cheryl N. Poth, 2018)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil

Observasi dilakukan dengan terlibat langsung melakukan pengamatan terhadap kondisi pasar dan para pedagang serta dagangan yang dijual, pengamatan lain pada aturan tentang program pemberdayaan pedagang tradisional yaitu Pemberdayaan Pasar Tradisional pada Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern serta Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pasar Modern, dan Pusat Perbelanjaan. Dokumentasi dilakukan dengan penelusuran dokumen dalam media sosial yang dimiliki oleh Diskopinda kota Malang.

Berikut adalah gambar kondisi pasar tradisional di Oro-Oro Dowo Malang:



Sumber: Sosial Media

Gambar 2. Kondisi Pasar yang sudah direvitalisasi



Sumber: Instagram Diskopindag Kota Malang

Gambar 3. Kegiatan SEPASAR PEDAS



Sumber: Instagram Diskopindag Kota Malang

Gambar 4. Kegiatan SEPASAR PEDAS

Peneliti melakukan wawancara kepada informan yang terdiri dari 1). Kepala Bidang Perdagangan Diskopindag Kota Malang dengan kode nama informan MB, 2). Kepala Seksi Pengembangan dan Perdagangan dengan kode nama informan BI, 3). Pedagang Pasar Tradisional

dengan kode nama informan RT. Pertanyaan pada para informan meliputi: 1). Bagaimanakah pelaksanaan program “SEPASAR PEDAS” untuk memberdayakan pedagang pasar tradisional, 2). Bagaimanakah faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan “Sepasar Pedas”.

Tabel 1. Hasil wawancara dengan MB, BI mengenai pelaksanaan “Sepasar Pedas” untuk memberdayakan pedagang pasar tradisional

Indikator pertanyaan	Informan	
	MB	BI
Pelaksanaan program “Sepasar Pedas” untuk memberdayakan pedagang pasar tradisional	“program revitalisasi pasar – pasar yang berada di kota malang ini, kami lakukan sebenarnya bentuk inovasi kami untuk memberikan jembatan bagi para pedagang mbak, bahwa paradigma yang selama ini dikeluhkan oleh masyarakat (konsumen) ialah pasar kotor dan lain sebagainya, yang menyebabkan dari situlah pemasukan para pedagang pasar tradisional menurun mbak. Sehingga program revitalisasi ini hadir untuk memberikan pemahaman dan bantuan bagi para pedagang bahwa ketika pasar ini dilakukan revitalisasi seperti : penataan stand – stand sesuai pengelompokannya, pemasangan kramik sebagai alas pasar, penyediaan fasilitas umum lainnya dll, akan mempermudah konsumen untuk berbelanja sehingga rasa nyaman dan daya minat berbelanja di pasar tradisional mulai hadir kembali ”.	“Sebelumnya, sebelum semua pasar direvitalisasi seperti sekarang, kami (Diskopindag) sudah melakukan uji coba revitalisasi pada satu pasar, yakni pasar oro – oro ombo yang bertempat dipusat kota malang, dari situlah kita amati perkembangan konsumen yang datang. Di setiap harinya peningkatan konsumen yang datang bertambah mbak, sehingga disitulah kami berfikir mungkin masyarakat mulai nyaman ketika kita hadirkan konsep pasar yang bersih dan aman untuk berbelanja meskipun di pasar tradisional. Sejak saat itu kita mulai mengajukan untuk merevitalisasi semua pasar tradisional yang ada di kota malang. Kita lebih fokus pada konsep ilmu perniagaan untuk para pedagang dan pembeli, tentang bahan – bahan berbahaya yang masih dijual, jaksa masuk pasar untuk memberikan pemahaman pada pedagang bahwa bedak (tempat jualan) itu bukan milik pribadi. Lalu pak kabid juga menyarankan untuk memasukan materi terkait : bagaimana pengelolaan pasar berstandar SNI, harus ada sanitasi dll. Bisa bersaing dengan pasar modern dengan diadakannya penggunaan teknologi Qris dan penyediaan timbangan tera”

Tabel 2. Hasil wawancara dengan BI, RT mengenai.

Indikator Pertanyaan	informan	
	BI	RT
Faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan “Sepasar Pedas”	“Keadaan pasar yang sudah di revitalisasi, mempermudah kita dalam mengadakan sekolah pasar. Karena secara tempat kan bisa dijangkau oleh pedagang sebagai sasaran kita tentunya. Kemudian SDM yang mendukung dan Kerja sama dengan UPT Metodologi dan beberapa Dinas terkait selaku narasumber. Pertama ada di anggaran mbak, kadang setiap tahunnya bisa menganggarkan 3, kadang 4 gak pasti gitu mbak. kedua kalau untuk kendala selama ini masih sama ya mbak, setiap tahun pu sama . masih ada beberapa pedagang yang	“Iya, ada mbak memang kegiatan tersebut. Tapi rata- rata yang toko yang penjaganya cuma satu ya ga bisa mbak mau ikut kegiatannya. Lah nanti siapa yang jaga tokonya”

Indikator Pertanyaan	informan	
	BI	RT
	gak mau ikut atau mungkin masih belum bisa ikut. Padahal jauh sebelum pelaksanaan sudah kita informasikan lewat kepala UPT masing – masing pasar ”.	

3.2. Pembahasan

Pemberdayaan pedagang tradisional kota Malang dijalankan melalui program “Sepasar Pedas” yang sejalan dengan unsur *enabling* dengan menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu dengan cara mendorong (*encourage*) memotivasi dan membangkitkan kesadaran (*awareness*) akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. Proses menciptakan warna baru oleh Diskopindag kota Malang berupa revitalisasi bangunan pasar tradisional. Diskopindag Kota Malang merubah kondisi pasar yang terkesan kotor, kumuh dan pengunjung merasa sangat tidak nyaman untuk berbelanja di pasar tradisional menjadi suasana yang menyenangkan bersih dan nyaman. Tahun 2018 sampai dengan 2023 menjadi gambaran revitalisasi 26 pasar tradisional di Kota Malang oleh Diskopindag. Sehingga menciptakan kenyamanan kegiatan belanja para pembeli/konsumen. Dengan demikian pasar tradisional kota Malang dapat dijadikan juga sebagai sarana interaksi sosial antar warga. Meskipun program inovasi tersebut belum sempurna seutuhnya dengan ditandai belum adanya aturan atau kebijakan turunan di tingkat kota yang berupa peraturan wali kota ataupun peraturan daerah kota Malang sebagaimana yang sudah dilakukan di daerah Ciputat yang juga melakukan revitalisasi pasar dengan naungan payung hukum berupa Peraturan Walikota No 32 Tahun 2015 (Rafalya Zafirah Putri, 2021).

Faktor *Empowering* atau peningkatan kapasitas masyarakat. Diskopindag Kota Malang dalam proses ini memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat meliputi langkah – langkah nyata seperti diadakanya Sekolah Pasar, penambahan sarana penunjang lainnya yang secara langsung di fasilitasi oleh Diskopindag Kota Malang untuk para pedagang pasar dalam mengembangkan. Dalam proses ini yang dilakukan oleh Diskopindag Kota Malang yakni dengan mengadakan Sekolah Pedagang Pasar Cerdas atau “Sepasar Pedas”. Sepasar Pedas memiliki tujuan/fokus utama dalam pengimplementasian di antaranya : (1) mengedukasi tentang kebersihan dan kerapian tempat berjualan, (2) mengedukasi tentang tertub ukur, takar, dan timbangan, (3) mengedukasi bahan pangan aman dari bahan berbahaya, (4) mengedukasi pembeli dalam bertransaksi menggunakan QRIS. Setelah revitalisasi pasar tentunya kondisi bangunan pasar dalam keadaan lebih baik, bersih dan nyaman. Diskopindag melanjutkan dengan melakukan kegiatan peningkatan kapasitas pedagang berupa sekolah didalam pasar yang didalamnya terdapat penyampain beberapa materi terkait yang sesuai dengan tujuan dari Sepasar Pedas dan penambahan fasilitas pendukung lainnya seperti Troly untuk mempermudah para pembeli dalam berbelanja. Dalam keberlanjutan program peningkatan kapasitas para pedagang tradisional dengan menggunakan QRIS langsung dapat berjalan seiring dengan pelatihan yang dilakukan Diskopindag kota Malang. Lain halnya dengan program yang dilampung meskipun sudah dinaungi peraturan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) Nomor 21/18/PADG tentang Implementasi Standar Nasional QRIS (*Quick Response Code*) untuk pembayaran. Namun program tersebut di Lampung

terkendala terkait sarana atau fasilitas pasar yang kurang memadai dan faktor budaya masyarakat (Mubarok, 2023).

Adapun faktor penghambat dalam pelaksanaan program “Sepasar Pedas” adalah masih ada beberapa SDM yang belum bergerak. Kondisi Pasar yang sudah direvitalisasi masih belum bisa menjadi dorongan bagi para pedagang untuk mengikuti kegiatan Sepasar Pedas yang merupakan keberlanjutan dari Revitalisasi tersebut. Minimnya kesadaran untuk berkembang dan partisipasi dari para pedagang ini juga menjadi faktor penghambat dalam proses implementasi program Sepasar Pedas. Penghambat yang lain adalah anggaran yang tidak menentu. Terkait anggaran yang tidak menentu juga menjadi penghambat dalam proses pengimplementasi program Sepasar Pedas ini. Berdasarkan hasil penelitian yang didapati adanya kompetisi setiap bidang dalam mengadakan sebuah program dilingkungan Diskopindag yang menjadikan beberapa program yang diprioritaskan demi kepentingan pelayanan lainnya. Oleh karena itu Sub Bagian Perdagangan mengupayakan untuk selalu tetap melaksanakan kegiatan Sepasar Pedas meskipun di setiap tahunnya minimal ada tiga pasar yang telah melaksanakan.

4. Kesimpulan

Program “Sepasar Pedas” merupakan program pemberdayaan masyarakat/ pedagang pasar tradisional Kota Malang dalam meningkatkan kapasitas kompetensi para pedagang yang difasilitasi oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang. (Diskopindag). Berdasarkan hasil pembahasan dengan menggunakan konsep pemberdayaan masyarakat oleh Fahrudin (2022). Diskopindag kota Malang telah melaksanakan semaksimal mungkin seperti halnya teori pemberdayaan masyarakat. Tahap pertama *Enabling*, yakni menciptakan suasana baru dengan revitalisasi pasar. Tahap kedua *Empowering*, berkesinambungan dengan tahap sebelumnya dalam tahap ini Diskopindag Kota Malang mengupayakan peningkatan kapasitas dan memperkuat potensi pedagang pasar tradisional dengan peningkatan kemampuan para pedagang pasar tradisional dengan menggunakan model transaksi QRIS serta menambah sarana transaksi perbelanjaan dengan menggunakan timbangan tera dan troli belanja. Meskipun masih ada faktor penghambat berupa tidak stabilnya jumlah anggaran pada setiap tahunnya.

Daftar Pustaka

- A.M, K. V., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. J. . (2022). Strategi Digitl Marketing Pada Usaha Mikro Dan. *Jurnal Cafeteria*, 3(1), 24–35.
- Bajaj, A. (2024). *Navigating The Digital Shift : Challenges And Opportunities For Traditional Retailers In India ' s Evolving Marketplace*. 26(10), 32–35. <https://doi.org/10.9790/487X-2610113235>
- Elise, A. C., & Hadiwono, A. (2024). Konsep Digital Hybrid Pada Rancangan Unit Kios Di Pasar Grogol - Jakarta Barat. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 6(1), 61–70. <https://doi.org/10.24912/stupa.v6i1.27450>
- Hadi, A. P. (2010). Konsep Pemberdayaan, Partisipasi dan Kelembagaan dalam Pembangunan. *Pusat Pengembangan Masyarakat Agrikarya*, 3(2), 1–14.
- John W. Creswell and Cheryl N. Poth. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approach* (Fourth). SAGE Publications London.
- Lemma, L., & Ma, C. (2020). The Role of Marketing Information Systems on Business Firms Competitiveness: Integrated Review Paper from Business Perspective. *Journal of Marketing and Consumer Research*, August, 29–42. <https://doi.org/10.7176/jmcr/72-01>

- Mubarok, R. M. M. S. (2023). *Implementasi Program Inovasi Siap Qris Pusaka pada Pasar Tradisional Di Bandar Lampung (Skripsi)*.
- Permata Gusti, G. (2024). Jurnal Ekonomi STIEP (JES). *Jurnal Ekonomi STIEP (JES)*, 9(1).
- Rafalya Zafirah Putri. (2021). *Implementasi Program Revitalisasi Pasar Ciputat Berdasarkan Peraturan Walikota NO 32 TAHUN 2015*. <https://repository.umj.ac.id/13497/>
- Syamsuddin, S., Marsudi, S., Hasanuddin, B., Umar, A., & Suprayitno, D. (2024). Adapting to Digital Transformation: Challenges and Strategies for Traditional Businesses. *Global International Journal of Innovative Research*, 2(3), 704–711.
<https://doi.org/10.59613/global.v2i3.121>