

Disrupsi Pedagang Keliling Peralatan Rumah Tangga Masyarakat Madura di Era Digital

Ach. Khomaidi Arief *, dan Mukhtirrahman **

* Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syari'ah, Universitas Annuqayah

** Dosen Program Studi Ekonomi Syari'ah, Universitas Annuqayah

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel:

Diterima 1 Juli 2026

Disetujui 31 Juli 2026

Keywords:

Disrupsi

UKM

Era Digital

ABSTRAK

Abstract : *The rapid development of information technology and digital commerce has transformed consumer behavior and purchasing patterns, significantly affecting the sustainability of Madurese itinerant household goods vendors who traditionally rely on direct door-to-door sales. This study aims to analyze the forms of disruption experienced by these mobile vendors, identify the factors contributing to the decline in their business activities, and examine the adaptation strategies they employ in the digital era. This research adopts a qualitative approach using a case study method. Data were collected through observation, in-depth interviews with Madurese itinerant household goods vendors, and documentation, and were analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing techniques. The findings indicate that the increasing use of e-commerce platforms, social media, and online shopping services has shifted consumer preferences toward more practical, faster, and competitive transactions, resulting in a decline in the number of customers, sales revenue, and the frequency of trading activities. Nevertheless, some vendors have begun adapting by utilizing digital media as a promotional tool, expanding their customer networks, and maintaining the advantages of direct personal service. This study concludes that digital disruption presents not only challenges but also opportunities for itinerant vendors to enhance their competitiveness through innovation, the utilization of digital technology, and the strengthening of social relationships with customers.*

Abstrak : Perkembangan teknologi informasi dan perdagangan digital telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat serta pola transaksi jual beli, sehingga memberikan dampak terhadap keberlangsungan pedagang keliling peralatan rumah tangga asal KaduaraMadura yang selama ini mengandalkan penjualan secara langsung dari rumah ke rumah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk disrupsi yang dialami pedagang keliling, faktor-faktor yang memengaruhi penurunan aktivitas perdagangan, serta strategi adaptasi yang dilakukan dalam menghadapi era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam terhadap pedagang keliling peralatan rumah tangga asal Madura, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya penggunaan platform e-commerce, media sosial, dan layanan belanja daring telah menggeser preferensi masyarakat menuju transaksi yang lebih praktis, cepat, dan kompetitif sehingga berdampak pada menurunnya jumlah pelanggan, omzet penjualan, serta intensitas aktivitas berdagang. Meskipun demikian, sebagian pedagang mulai melakukan adaptasi dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, memperluas jaringan pelanggan, dan mempertahankan keunggulan pelayanan secara langsung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa disrupsi digital merupakan tantangan sekaligus peluang bagi pedagang keliling untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi, pemanfaatan teknologi, dan penguatan hubungan sosial dengan pelanggan.

Open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Alamat Korespondensi :

Ach. Khomaidi Arief,

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syari'ah,

Universitas Annuqayah

Jl. Bukit Lancaran, Ponpes Annuqayah, Guluk-Guluk Timur, Kab. Sumenep, Madura

E-Mail : khomaidi@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi besar dalam sistem perdagangan di Indonesia. Pemanfaatan internet, *marketplace*, media sosial, serta sistem pembayaran digital telah mengubah pola interaksi antara penjual dan konsumen dari transaksi konvensional menuju transaksi berbasis digital. Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. (Arum Wahyuni Purbohastuti 2017). Digitalisasi perdagangan tidak hanya meningkatkan efisiensi proses jual beli, tetapi juga memperluas jangkauan pasar, mempercepat distribusi barang, serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh berbagai kebutuhan.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju memberikan kemudahan manusia untuk menggunakan internet dan berinteraksi sehingga terbentuk jejaring sosial (Arif, 2017). Maka dengan perkembangan tersebut, perdagangan elektronik (*e-commerce*) menjadi salah satu pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi digital Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) secara berkala melaksanakan Survei E-Commerce sebagai upaya memetakan perkembangan aktivitas perdagangan digital yang terus meningkat di berbagai wilayah Indonesia.

Perubahan sistem perdagangan tersebut secara langsung memengaruhi perilaku konsumen. Berdasarkan pemberitaan iNews tahun 2023, pedagang konvensional mengalami penurunan omzet hingga 90% akibat maraknya aktivitas jual beli melalui platform media sosial. Kemudahan proses transaksi, kecepatan pelayanan, serta harga yang relatif lebih murah menjadi alasan utama konsumen beralih ke belanja daring, khususnya melalui fitur siaran langsung (*live shopping*). Dampak fenomena tersebut terlihat pada berbagai pusat perdagangan tradisional, salah satunya Pasar Andir di Kota Bandung yang dikenal sebagai salah satu sentra tekstil terbesar. Pasar yang sebelumnya ramai dikunjungi pembeli kini mengalami penurunan aktivitas perdagangan secara signifikan. Persaingan harga yang semakin ketat dan sulit ditandingi oleh pedagang konvensional menyebabkan sebagian besar pedagang mengalami penurunan omzet secara drastis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumen telah menciptakan pola persaingan baru yang tidak hanya memengaruhi pelaku usaha modern, tetapi juga memberikan tekanan yang besar terhadap pelaku usaha sektor informal yang masih mengandalkan sistem penjualan secara langsung.

Jika sebelumnya masyarakat harus mendatangi pasar atau menunggu kedatangan pedagang keliling untuk memperoleh kebutuhan rumah tangga, kini konsumen dapat membeli berbagai produk melalui *marketplace* hanya dengan menggunakan telepon pintar. Kemudahan dalam membandingkan harga, keberagaman pilihan produk, berbagai program promosi, serta layanan pengiriman yang cepat menjadikan belanja daring semakin diminati. Menurut (Kaplan dan Haenlein 2010), media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan terciptanya serta pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content*). Perkembangan media sosial tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga berkembang menjadi media pemasaran dan perdagangan yang memberikan kemudahan bagi pelaku usaha maupun konsumen dalam melakukan transaksi secara digital.

Salah satu kelompok usaha yang terdampak oleh perkembangan perdagangan digital adalah pedagang keliling peralatan rumah tangga asal Madura. Selama puluhan tahun, pedagang keliling menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat dengan menawarkan berbagai kebutuhan rumah tangga secara langsung dari rumah ke rumah. Sistem perdagangan ini dibangun atas dasar kedekatan sosial, hubungan kepercayaan antara pedagang dan pelanggan, serta fleksibilitas dalam sistem pembayaran. Namun, meningkatnya penggunaan platform perdagangan digital menyebabkan sebagian konsumen beralih ke transaksi daring sehingga intensitas pembelian kepada pedagang keliling mengalami penurunan. Kondisi tersebut berdampak pada menurunnya pendapatan, berkurangnya jumlah pelanggan tetap, serta meningkatnya persaingan dengan pelaku usaha yang telah memanfaatkan teknologi digital. Fenomena tersebut merupakan bentuk disrupsi dalam sektor perdagangan.

Disrupsi tidak hanya mengubah cara transaksi dilakukan, tetapi juga menggeser struktur pasar, model bisnis, serta pola konsumsi masyarakat. Pelaku usaha yang tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi berpotensi kehilangan daya saing karena harus bersaing dengan sistem perdagangan yang lebih efisien, memiliki jangkauan pasar yang lebih luas, serta didukung oleh berbagai inovasi digital. Kondisi ini juga dialami oleh pedagang keliling peralatan rumah tangga asal Madura. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan salah seorang pedagang keliling bernama Muhrab, diketahui bahwa perubahan perilaku konsumen

menjadi salah satu penyebab utama menurunnya aktivitas perdagangan. Beliau menyatakan bahwa sebagian besar pelanggan kini lebih memilih membeli produk melalui platform daring karena memiliki pilihan barang yang lebih beragam, proses pembelian yang lebih mudah, serta tersedia berbagai metode pembayaran, termasuk fasilitas cicilan. Di sisi lain, keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital dan faktor usia menyebabkan sebagian pedagang kesulitan beradaptasi dengan perubahan tersebut sehingga memilih menghentikan usahanya dan kembali ke kampung halaman. Temuan awal ini menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi menjadi faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha pedagang sektor informal.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sejumlah penelitian menyimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi pemasaran, memperluas akses pasar, serta meningkatkan daya saing usaha. Di sisi lain, beberapa penelitian juga mengungkapkan bahwa pelaku usaha yang tidak melakukan transformasi digital cenderung mengalami penurunan daya saing akibat perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya persaingan berbasis teknologi. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada UMKM secara umum, pedagang pasar tradisional, maupun pelaku usaha yang telah mengadopsi platform digital.

Berdasarkan telaah terhadap penelitian terdahulu, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) mengenai dampak disrupsi perdagangan digital terhadap pedagang keliling peralatan rumah tangga asal Madura. Karakteristik usaha yang mengandalkan mobilitas, hubungan sosial dengan pelanggan, serta sistem penjualan secara langsung menjadikan kelompok pedagang ini memiliki tantangan yang berbeda dibandingkan pelaku UMKM lainnya. Selain itu, kajian mengenai strategi adaptasi yang dilakukan pedagang keliling dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah perkembangan perdagangan digital masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengkaji secara mendalam bentuk disrupsi yang dialami pedagang keliling peralatan rumah tangga asal Madura, faktor-faktor yang memengaruhi penurunan aktivitas perdagangan, serta strategi adaptasi yang dilakukan dalam menghadapi perubahan ekosistem perdagangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menganalisis disrupsi yang dialami pedagang keliling peralatan rumah tangga asal Madura di era perdagangan digital. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pedagang keliling yang memiliki pengalaman berdagang serta memahami perubahan kondisi perdagangan sebelum dan sesudah berkembangnya perdagangan digital. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, serta data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan Badan Pusat Statistik (BPS), dan literatur lain yang relevan. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Disrupsi

Perkembangan perdagangan digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap aktivitas pedagang keliling peralatan rumah tangga asal Madura. Sebelum berkembangnya *marketplace* dan media sosial sebagai sarana perdagangan, pedagang keliling mengandalkan sistem penjualan secara langsung dari rumah ke rumah dengan membangun hubungan kepercayaan bersama pelanggan di perantawannya masing-masing. Pola tersebut memungkinkan pedagang memperoleh pelanggan tetap serta pendapatan yang relatif stabil. Namun, seiring meningkatnya penggunaan platform digital, terjadi perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja secara daring karena dianggap lebih praktis, menawarkan pilihan produk yang lebih beragam, serta harga yang lebih kompetitif.

Di era disrupsi digital mengharuskan pelaku usaha mengerti akan teknologi yang semakin canggih dan berkembang pesat karena adanya perubahan tatanan lama ke tatanan baru. Hal ini menyebabkan pelaku usaha memahami dan harus mengikuti perubahan-perubahan yang telah terjadi. Perubahan terjadi disebabkan oleh adanya covid-19 yang terjadi di Indonesia pada tahun 2020 yang membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan berupa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) kepada Masyarakat Indonesia (Siti Sa'adah, Devi Mariska, Eka Satria Bimantara 2023).

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan, yaitu Bapak Muhrab, diketahui bahwa jumlah pelanggan mengalami penurunan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut beliau, sebagian besar konsumen kini lebih memilih membeli peralatan rumah tangga melalui *marketplace* karena produk yang tersedia lebih lengkap, mudah dicari, dan didukung berbagai metode pembayaran, termasuk fasilitas cicilan. Kondisi tersebut menyebabkan aktivitas penjualan keliling tidak lagi seramai sebelumnya sehingga pendapatan pedagang terus menurun. Juga dari beberapa pelaku lainnya yaitu Syaiful Hasan mengatakan pekerjaan jual peralatan rumah tangga keliling sudah tidak lagi laku saat ini susah untuk dipertahankan kecuali kita bisa menggunakan media sosial dengan cara pasarkan lewat online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa disrupsi yang dialami pedagang keliling tidak hanya ditandai dengan menurunnya omzet, tetapi juga berkurangnya loyalitas pelanggan serta semakin terbatasnya ruang pasar bagi pedagang konvensional.

Faktor Penyebab

Dalam faktor disrupsi yang dialami pedagang keliling peralatan rumah tangga asal Madura dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor utama adalah perkembangan teknologi digital yang melahirkan berbagai platform *marketplace* dan media sosial sebagai sarana transaksi jual beli. Kehadiran platform tersebut memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari produk, membandingkan harga, melakukan pembayaran secara digital, serta memperoleh layanan pengiriman yang cepat. Kondisi ini menyebabkan sebagian konsumen beralih dari pola belanja konvensional ke belanja daring.

Selain itu, persaingan harga juga menjadi faktor yang memengaruhi penurunan aktivitas perdagangan pedagang keliling. Teknologi ekonomi digital mengubah cara kita berpikir tentang persaingan. Semakin banyak, kita bersaing tidak hanya dengan perusahaan saingan dari dalam industri kita tetapi juga dengan perusahaan dari luar industri kita yang mencuri pelanggan dengan penawaran digital baru mereka (Dr. Ir. Agus Wibowo 2022). Produk yang dijual melalui *marketplace* umumnya memiliki harga yang lebih kompetitif karena dijual langsung oleh produsen atau distributor dengan berbagai program promosi, seperti potongan harga, gratis ongkos kirim, dan cashback. Kondisi tersebut sulit diimbangi oleh pedagang keliling yang memiliki keterbatasan modal dan masih mengandalkan sistem penjualan secara langsung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, faktor lain yang menyebabkan disrupsi adalah perubahan perilaku konsumen. Masyarakat cenderung memilih berbelanja secara daring karena lebih praktis, memiliki pilihan produk yang lebih banyak, serta didukung oleh berbagai metode pembayaran, termasuk layanan cicilan digital. Perubahan tersebut berdampak pada menurunnya jumlah pelanggan dan pendapatan pedagang keliling, sehingga sebagian pedagang memilih mengurangi aktivitas berdagang bahkan menghentikan usahanya. Temuan ini menunjukkan bahwa disrupsi yang dialami pedagang keliling bukan hanya disebabkan oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya persaingan dalam perdagangan digital.

Strategi Adaptasi

Pedagang keliling peralatan rumah tangga asal Madura menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah perkembangan perdagangan digital. Salah satu strategi yang dilakukan adalah mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan lama melalui pelayanan yang ramah, memberikan kemudahan pembayaran secara angsuran, serta menjaga kepercayaan yang telah terjalin selama bertahun-tahun. Komunikasi sangat membantu organisasi untuk membentuk serta mengembangkan suatu brand awareness (Kesadaran Merek) yang positif di mata konsumen, terhadap calon pelanggan, pelanggan tetap dan sebagai cara menjangkau pasar. (Sintia, 2022, 2). Strategi tersebut dipandang mampu mempertahankan sebagian pelanggan yang masih mengutamakan interaksi langsung dengan pedagang.

Selain mempertahankan pelanggan lama, beberapa pedagang juga melakukan penyesuaian terhadap jenis barang dagangan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pedagang berupaya menyediakan produk yang lebih bervariasi dan mengikuti permintaan konsumen agar tetap mampu bersaing dengan produk yang ditawarkan melalui *marketplace*. Hal ini sangat membantu dalam meningkatkan perkembangan bisnis yang sudah ada maupun baru seperti meningkatkan hubungan pelanggan, memudahkan menganalisa pasar, dapat meningkatkan penjualan produk, dan lain-lain. (Tajudeen *et al.*, 2018). Edukasi dan kesadaran masyarakat juga perlu ditingkatkan agar masyarakat memahami pentingnya teknologi ini dan berpartisipasi dalam praktik berkelanjutan. (Rafii Abiyyu Abror, 2025). Namun demikian, keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, serta faktor usia menjadi kendala bagi sebagian pedagang untuk memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara, tidak semua pedagang mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut. Sebagian informan memilih mengurangi frekuensi berdagang, sementara sebagian lainnya memutuskan berhenti berdagang dan kembali ke kampung halaman karena pendapatan yang diperoleh tidak lagi mencukupi kebutuhan hidup. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi adaptasi setiap pedagang berbeda-beda, bergantung pada kemampuan ekonomi, pengalaman, dan kesiapan dalam menghadapi perubahan teknologi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan adaptasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga oleh kemampuan mempertahankan kepercayaan pelanggan, menyesuaikan strategi penjualan, serta membaca perubahan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah maupun lembaga terkait, dalam bentuk pelatihan literasi digital, pendampingan usaha, serta pemberdayaan ekonomi agar pedagang keliling mampu meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usahanya di era perdagangan digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan perdagangan digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha pedagang keliling peralatan rumah tangga asal Madura. Bentuk disrupsi yang terjadi ditandai dengan menurunnya jumlah pelanggan, penurunan omzet, serta beralihnya perilaku konsumen dari transaksi konvensional menuju belanja daring melalui *marketplace* dan media sosial. Faktor utama yang menyebabkan disrupsi meliputi perkembangan teknologi digital, persaingan harga yang semakin kompetitif, kemudahan akses berbelanja secara online, serta perubahan perilaku konsumen. Dalam menghadapi kondisi tersebut, pedagang menerapkan berbagai strategi adaptasi, seperti mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan, menyesuaikan jenis barang dagangan, serta berupaya memanfaatkan teknologi digital sesuai kemampuan yang dimiliki. Namun, keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan faktor usia masih menjadi kendala bagi sebagian pedagang sehingga tidak sedikit yang memilih mengurangi aktivitas berdagang bahkan menghentikan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Sintia, 2022. Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang Jurnal ESCAF.
- Sa'adah Siti, 2023. STRATEGI PEMASARAN RUMAH MAKAN TRADISIONAL DI KABUPATEN SUMENEP PADA ERA DISRUPSI DIGITAL Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik (SoBAT) ke-5 Bandung.
- Wibowo Agus, M.Kom, M.Si, MM, Transformasi Ekonomi Digital Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM)
- Pedagang Konvensional Keluhkan Fenomena Jual Beli Online iNews <https://www.inews.id>
- Tajudeen, F., Jaafar, N. and Ainin, S., 2018. Understanding the impact of social media usage among organizations. *Information & Management*, 55(3), pp.308-321.
- Kaplan, A. and Haenlein, M., 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), pp.59-68.
- Arum Wahyuni Purbohastuti, 2017. EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI, Tirtayasa EKONOMIKA Vol. 12, No. 2.
- Rafii Abiyyu Abror, 2025. Inovasi Teknologi Ramah Lingkungan yang dipromosikan melalui media sosial, Vol. 2 No. 1. Seminar Nasional Agribisnis
- Rahman, Arif & Panuju, Redi. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi* Vol 16 No 2 2017. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>