Social Empirical: Prosiding Berkala Ilmu Sosial
Volume 2 Number 1 2025, pp 274-281
ISSN: 3063-0703 (Online)
DOI: https://doi.org/10.24036/scemp.v2i1.143
Received: May 21, 2025; Revised: June 4, 2025; Accepted: June 5, 2025

Perubahan Sosial Akibat Migrasi dari Belanja Tradisional ke Ekosistem Digital: Pasar Raya Kota Padang

Putri Cindy Clarissa[1], Melia Susanti[2], Halimahtusyadiah Liszar Awalni[3], Rina Rasyada[4]
Reza Mai Saputri[5], Delmira Syafrini[6*]
[1,2,3,4,5,6]Universitas Negeri Padang
*Corresponding author, e-mail: delmirasyafrini@fis.unp.ac.id

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana perubahan gaya hidup dan interaksi sosial terjadi di masyarakat Kota Padang sejak mereka beralih dari belanja di pasar tradisional ke belanja secara online, terutama lewat aplikasi e-commerce seperti Shopee. Topik ini diangkat karena perkembangan teknologi yang sangat cepat dan pengaruh pandemi COVID-19 yang membuat orang terbiasa berbelanja secara daring.Penelitian ini menggunakan teori modernisasi dari Talcott Parsons untuk melihat bagaimana nilai dan cara berinteraksi masyarakat ikut berubah di era digital. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis studi kasus, berlokasi di Pasar Raya Kota Padang. Teknik pengumpulan informan menggunakan purposive sampling dengan jumlah tiga informan, yaitu dua pedagang dan satu konsumen. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian mengenai perubahan sosial akibat migrasi dari belanja tradisional ke sistem digital maka terdapat dua perubahan yang terjadi diantaranya *pertama,* Perubahan gaya hidup dengan terbentuknya pola hidup konsumtif dalam masyarakat, dimana mereka membeli barang-barang yang pada dasarnya tidak mereka butuhkan, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan. *Kedua,* Perubahan interaksi sosial dengan terjadinya peralihan dari interaksi langsung ke interaksi digital yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa terhalang jarak dan waktu.

Kata Kunci: Belanja tradisional; Digitalisasi; E-commerce; Gaya hidup; Interaksi sosial,.

Abstract
This study aims to understand how lifestyle and social interactions have changed among the people of Padang City as they shift from traditional market shopping to online shopping, particularly through e-commerce platforms like Shopee. The topic was chosen due to the rapid advancement of technology and the impact of the COVID-19 pandemic, which encouraged people to become accustomed to online shopping habits. This research applies Talcott Parsons' modernization theory to analyze how societal values and interaction patterns have evolved in the digital age. A qualitative case study method was used, with the research conducted at Pasar Raya, Padang. The study involved three informants: two traditional vendors and one consumer. Data were collected through observation, interviews, and documentation. Based on the results of research on social change due to migration from traditional shopping to digital systems, there are two changes that occur, including first, Changes in lifestyle with the formation of a consumer lifestyle in society, where they buy goods that they basically do not need, but only to fulfill their desires. Second, Changes in social interaction with the shift from direct interaction to digital interaction that can be done anytime and anywhere without being hindered by distance and time.

Keywords: E-commerce, Digitalization; Lifestyle; Social Interaction, Traditional Shopping,.

How to Cite: Clarissa, P. C. et al. (2025). Perubahan Sosial Akibat Migrasi dari Belanja Tradisional ke Ekosistem Digital: Pasar Raya Kota Padang. *Social Empirical: Prosiding Berkala Ilmu Sosial, Vol. 2 No. 1 Tahun 2025*. (pp. 274-281). Padang: Universitas Negeri Padang.

This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

Pendahuluan

Migrasi dari belanja tradisional ke ekosistem digital, khususnya melalui platform e- commerce seperti Shopee, menyebabkan perubahan gaya hidup dan interaksi sosial masyarakat Kota Padang yang signifikan. Fenomena ini terjadi meskipun kemajuan besar dalam teknologi informasi dan digitalisasi, yang juga didorong oleh kebutuhan adaptasi selama pandemi COVID-19. Kemajuan teknologi digital di Indonesia, termasuk Kota Padang, sangat tersebar luas. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2021, hampir tiga perempat penduduk Indonesia menjadi pengguna internet aktif, dengan rata-rata menghabiskan lebih dari tiga jam per hari untuk berinteraksi di media sosial. Kota Padang telah mengadopsi digital dalam berbagai hal, mulai dari pelayanan publik hingga transaksi ekonomi, termasuk penggunaan aplikasi pembayaran elektronik dan tanda tangan elektronik di tingkat pemerintahan (Arini et al., 2025). Ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Padang selain menjadi tren.

Berangkat dari kemajuan teknologi, hal itu juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat secara langsung oleh pergeseran dari belanja konvensional ke platform digital seperti Shopee (Pokhrel, 2024). Kemudahan akses, harga barang yang lebih murah, dan berbagai diskon menarik di Shopee mendorong orang untuk berbelanja lebih sering dan secara impulsif (Fedri & Indrayani, 2021). Pola konsumsi masyarakat pun menjadi lebih konsumtif karena orang lebih suka membeli sesuatu berdasarkan tren dan keinginan daripada kebutuhan (Fadila et al., 2025). Namun, konsekuensi ini juga membawa risiko yang cukup signifikan bagi konsumen, seperti keborosan hingga utang menggunakan fitur pay later. Selain itu, belanja sekarang dilakukan secara virtual tanpa kontak langsung, sehingga mengurangi interaksi sosial yang biasa terjadi di pasar konvensional.

Dalam konteks ini, digitalisasi membawa pengaruh yang besar pada proses jual beli pedagang di Pasar, salah satunya Pasar Raya Kota Padang. Konsumen kini menginginkan kemudahan, dengan harga yang terjangkau, dan kesederhanaan yang dapat ditemukan melalui platform digital. Sehingga berdampak pada toko-toko di pasar tradisional juga berpotensi berubah fungsi menjadi gudang, sementara pemasaran beralih ke media sosial dan platform perdagangan online seperti Shopee. Pemerintah Kota Padang berupaya menghidupkan kembali Pasar Raya dengan merapikan agar tampak representatif, bersih, teratur, dan terkelola dengan baik. Selain itu, sosialisasi dan pelatihan digitalisasi diberikan kepada pelaku usaha agar dapat memanfaatkan peluang e-commerce secara optimal.

Sejalan dengan perkembangan teknologi, analisis pasar tradisional di tengah gempuran supermarket dan e-commerce menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan, keamanan, kualitas produk, dan harga yang kompetitif berkontribusi pada perubahan preferensi pelanggan. Pasar Raya Kota Padang, selama ini menjadi pusat interaksi sosial dan pelestarian budaya, mulai kehilangan daya tarik karena tidak dapat bersaing dengan fasilitas dan kenyamanan yang ditawarkan oleh pasar modern dan platform digital.

Meskipun demikian, pasar tradisional tetap memiliki keuntungan dari segi harga yang lebih murah, produk segar, dan kedekatan dengan pelanggan, yang membuat sebagian orang tetap berbelanja secara tradisional. Namun, pasar tradisional berisiko kehilangan fungsi sosial dan ekonominya jika tidak ada inovasi dan adaptasi (Rustini et al., 2025).

Tujuan penelitian untuk mengetahui perubahan gaya hidup dan interaksi sosial masyarakat kota Padang akibat migrasi dari belanja tradisional ke ekosistem global, faktor-faktor perubahan gaya hidup dan interaksi sosial masyarakat kota Padang akibat dari migrasi belanja tradisional ke ekosistem global dan dampak positif dan negatif bagi konsumen dan pedagang akibat migrasi dari belanja tradisional ke ekosistem global (Ramadani, 2025). Manfaat penelitian dari segi Teoritis, peneliti dapat melihat sejauh mana perubahan gaya hidup dan interaksi sosial masyarakat kota Padang akibat dari belanja tradisional ke ekosistem global dengan kajian teori dan bagaimana cara penanggulangannya agar dampaknya Tidak merugikan salah satu pihak. Dilihat dari praktis yaitu Pedagang dan Konsumen. Bagi pedagang perpindahan belanja dari tradisional ke ekosistem global berdampak negatif karena persaingan bertambah ketat, pedagang-pedagang di pasar sepi pelanggan akibat dari penjualan di platform lebih murah dan banyak yang membeli di online daripada secara langsung akibatnya interaksi antar masyarakat menjadi minim. Pada konsumen sendiri perpindahan belanja dari tradisional ke ekosistem global seperti shopee sangat mempermudah belanja dan harga terjangkau dibandingkan beli di pasar sehingga mempengaruhi gaya hidup konsumen yg memilih belanja di platform e-commerce.

Studi terkait perubahan gaya hidup dan interaksi sosial akibat migrasi dari belanja tradisional ke ekosistem digital sudah dikaji oleh penelitian terdahulu. Penelitian pertama dilakukan oleh Prayogi (2025) mengkaji secara terkait perubahan pola konsumsi masyarakat sebagai dampak dari kemajuan teknologi digital. Penelitian kedua dilakukan oleh Dwi et al. (2025) mengkaji bagaimana perubahan ekonomi digital telah membentuk ulang pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam konteks perilaku belanja di era internet. Penelitian ketiga dilakukan oleh Laily & Syam (2021) mengkaji perubahan aktivitas jual beli masyarakat yang awalnya berlangsung menjadi serba digital, sebagai dampak dari kemajuan teknologi dan

transformasi sosial. Penelitian keempat dilakukan oleh Ahmadi et al. (2018) mengkaji pengaruh perdagangan berbasis digital terhadap pola perilaku masyarakat urban di Kota Semarang.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu, yang lebih menyoroti transformasi pola konsumsi dalam konteks ekonomi digital secara umum, tanpa membahas secara spesifik perubahan gaya hidup dan interaksi sosial. Secara khusus penelitian ini mengkaji perubahan gaya hidup dan interaksi sosial masyarakat Kota Padang akibat migrasi dari belanja tradisional ke ekosistem global. Penelitian ini tidak hanya menelusuri bagaimana pola konsumsi berubah, tetapi juga menelaah faktor-faktor yang memengaruhi perubahan tersebut serta dampak positif dan negatif yang dirasakan oleh konsumen dan pedagang. Memberikan gambaran praktis mengenai tantangan dan solusi yang dapat diterapkan agar perubahan tersebut tidak merugikan salah satu pihak. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi yang lebih menyeluruh dan kontekstual terhadap fenomena digitalisasi belanja di tingkat lokal.

Tujuan penelitian untuk mengetahui perubahan gaya hidup dan interaksi sosial masyarakat kota Padang akibat migrasi dari belanja tradisional ke ekosistem global, faktor-faktor perubahan gaya hidup dan interaksi sosial masyarakat kota Padang akibat dari migrasi belanja tradisional ke ekosistem global dan dampak positif dan negatif bagi konsumen dan pedagang akibat migrasi dari belanja tradisional ke ekosistem global. Manfaat penelitian dari segi Teoritis, peneliti dapat melihat sejauh mana perubahan gaya hidup dan interaksi sosial masyarakat kota Padang akibat dari belanja tradisional ke ekosistem global dengan kajian teori dan bagaimana cara penanggulangannya agar dampaknya Tidak merugikan salah satu pihak. Dilihat dari praktis yaitu Pedagang dan Konsumen. Bagi pedagang perpindahan belanja dari tradisional ke ekosistem global berdampak negatif karena persaingan bertambah ketat, pedagang-pedagang di pasar sepi pelanggan akibat dari penjualan di platform lebih murah dan banyak yang membeli di online daripada secara langsung akibatnya interaksi antar masyarakat menjadi minim. Pada konsumen sendiri perpindahan belanja dari tradisional ke ekosistem global seperti shopee sangat mempermudah belanja dan harga terjangkau dibandingkan beli di pasar sehingga mempengaruhi gaya hidup konsumen yg memilih belanja di platform e-commerce. Dengan demikian peneliti tertarik untuk mengkaji "Perubahan Gaya Hidup dan Interaksi Sosial Akibat Migrasi Dari Belanja Tradisional ke ekosistem Digital pada Kota Padang", kemudian melihat berbagai aspek seperti pergeseran masyarakat kota Padang dari belanja tradisional ke platform digital khususnya aplikasi Shopee.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus. Penelitian ini berlokasi di Pasar Raya Kota Padang, yang dipilih karena melihat kondisi pasar juga masyarakat terkait peralihan dari belanja tradisional menuju platform digital khususnya Shopee. Penelitian dilakukan pada tanggal 1 Mei, 2025. Penelitian ini meneliti 2 orang informan pedagang dan 1 orang konsumen. Teknik pengumpulan data yang yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi Hamzah (2019). Observasi dilakukan untuk melihat aktivitas masyarakat di Pasar Raya Kota Padang, sementara wawancara dan dokumentasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana masyarakat memanfaatkan platform digital shopee dalam kegiatan transaksi jual-beli. Penelitian ini menggunakan analisis data dari Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan untuk mengumpulkan data-data hasil wawancara, dan observasi mengenai Perubahan Gaya Hidup dan Interaksi Sosial akibat Migrasi dari Belanja Tradisional ke Ekosistem Digital pada Kota Padang. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus.

Hasil dan Pembahasan

Perubahan gaya hidup

Fenomena migrasi dari dagang tradisional di Kota Padang ke ekosistem digital mencerminkan perubahan besar dalam gaya hidup dan interaksi sosial. Perkembangan cepat teknologi digital dan akses mudah ke platform e-commerce khususnya Shopee telah mengubah pola konsumsi publik. Konsumen lebih suka belanja secara online karena mereka menawarkan kenyamanan, kecepatan perdagangan dan berbagai promosi yang menarik, menghasilkan pengurangan frekuensi kunjungan di pasar tradisional. Hal tersebut dialami oleh salah satu informan M (25 Tahun) menyatakan:

> "...Belanja online lebih enak, lebih murah. Bisa dimana saja tinggal tekan-tekan terus tunggu aja barangnya diantar sampai kerumah…" (Wawancara pada tanggal 1 Mei 2025).

Dari pernyataan konsumen tersebut, kita bisa melihat bahwa sudut pandang konsumen menunjukkan nilai-nilai positif mengenai keberadaan platform online (shopee), yaitu membawa kemudahan dalam berniaga, hal itu dinilai dari segi kenyamanan yang diberikan sebab belanja online tidak menguras waktu

dan tenaga, lalu barang akan sampai di tangan konsumen dengan harga yang bahkan lebih murah, tanpa adanya interaksi langsung antara penjual dan pembeli.

Gambar 1. Transaksi Jual-Beli
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Dari foto di atas bisa dilihat bagaimana interaksi masyarakat dalam bertransaksi langsung di pasar raya Padang, terjadi tawar menawar sebelum transaksi di anggap sah atau di sepakati, hal inilah yang semakin memudar saat ini akibat adanya migrasi dari belanja tradisional ke digital. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada penurunan pendapatan, tetapi juga menambah beban karena pedagang tetap harus menanggung biaya seperti sewa tempat dan listrik, sementara jumlah pembeli terus menurun. Mereka merasa tidak mampu bersaing dengan harga di platform online yang cenderung lebih murah karena tidak dibebani biaya perasional fisik. Kondisi ini mencerminkan perubahan besar dalam cara hidup dan hubungan sosial masyarakat, di mana aktivitas yang dulu ramai dan sarat interaksi langsung, kini mulai ditinggalkan akibat kemudahan berbelanja melalui gawai. Dilihat juga dari beberapa keluhan mulai sering terdengar dari para pedagang yang usahanya semakin lesu. Mereka merasa terpukul karena belanja online makin diminati, sementara pasar tradisional kian ditinggalkan. Banyak dari mereka mengandalkan penghasilan harian untuk mencukupi kebutuhan hidup, namun kini pembeli makin jarang datang. Hal tersebut dialami oleh salah satu informan K (30 Tahun) menyatakan:

> "...Kami rugi dengan adanya jual beli online karena pasar jadi sepi pembeli, jadi tidak ada uang pemasukan yang kami peroleh, sedangkan di samping itu kami masih harus bayar sewa tempat dan listrik. Jual ikut harga online gabisa karena terlalu murah dari harga pasar, karena disini ada bayar sewa dan listrik, rugi kami…" (Wawancara pada tanggal 1 Mei 2025).

Dari pernyataan penjual tersebut dapat kita lihat bahwa fenomena ini tidak hanya berdampak pada penurunan pendapatan, tetapi juga menambah beban karena pedagang tetap harus menanggung biaya seperti sewa tempat dan listrik, sementara jumlah pembeli terus menurun. Mereka merasa tidak mampu bersaing dengan harga di platform online yang cenderung lebih murah karena tidak dibebani biaya operasional fisik. Kondisi ini mencerminkan perubahan besar dalam cara hidup dan hubungan sosial masyarakat, di mana aktivitas yang dulu ramai dengan interaksi secara langsung, kini mulai ditinggalkan akibat kemudahan berbelanja melalui gadget.

Salah satu perubahan gaya hidup yang signifikan adalah budaya konsumtif, dimana era saat ini perkembangan ekonomi digital telah mengubah gaya hidup masyarakat secara mendasar, terutama dalam hal konsumsi. Gaya hidup yang sebelumnya berbasis interaksi langsung, transaksi tatap muka, dan konsumsi sesuai permintaan telah berubah menjadi gaya hidup digital, langsung, personal, dan sangat bergantung pada teknologi. Munculnya berbagai platform e-commerce, media sosial, dan layanan keuangan digital mendorong masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas sehari-hari secara hanya dengan menggunakan handphone. Kemudahan ini menciptakan budaya baru konsumsi yang cepat, visual, dan impulsif.

Gambar 1. Penjualan sepi
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Foto di atas memperlihatkan bagaimana minimnya pembeli yang datang ke lapak lapak penjual di pasar, hanya bisa pasrah menunggu tanpa berharap banyak, bahkan tak sedikit pula terdengar keluhan-keluhan dari para penjual karena sepinya pembeli. Dalam konteks konsumsi, gaya hidup masyarakat di era digital yang semakin konsumtif, didorong oleh strategi pemasaran yang canggih dan algoritma personalisasi. Masyarakat tidak lagi membeli barang hanya berdasarkan kebutuhan fungsional, tetapi lebih berdasarkan dorongan emosional dan simbolis. Ekonomi digital tidak hanya memperluas akses konsumen terhadap barang dan jasa, tetapi juga menciptakan lingkungan konsumsi yang terkait dengan gaya hidup, status sosial, dan kepuasan psikologis. Hal ini terlihat jelas dalam fenomena pembelian impulsif, yang semakin meningkat karena rangsangan visual dari media sosial, tren selebriti, dan keberadaan fungsi "pembayaran instan" yang mengaburkan batasan antara keinginan dan kebutuhan.

Gaya konsumsi yang muncul di era digital erat kaitannya dengan identitas sosial. Di era ini, konsumsi bukan lagi sekadar sarana untuk memenuhi kebutuhan, tetapi alat untuk mengekspresikan diri dan mendapatkan pengakuan sosial. Barang-barang tertentu, seperti gadget terbaru, kosmetik Korea, pakaian bermerek, atau bahkan langganan digital premium, digunakan sebagai simbol status dan simbol gaya hidup tertentu. Selain perubahan perilaku konsumen, gaya hidup konsumtif di era serba digital juga mengubah cara orang berinteraksi. Interaksi sosial yang dulunya berlangsung secara tatap muka, seperti tawar-menawar di pasar tradisional atau pertemuan sosial di ruang publik, kini sebagian besar tergantikan oleh komunikasi singkat berbasis aplikasi. Sebuah studi oleh Rustini et al. (2025) menekankan bahwa digitalisasi ekonomi telah menyebabkan penurunan intensitas interaksi sosial di ruang nyata. Masyarakat menjadi lebih individualis dan kurang terlibat dalam interaksi sosial karena transaksi sekarang ini lebih otomatis.

Perubahan Interaksi Sosial

Fenomena migrasi dari dagang tradisional ke ekosistem digital di Kota Padang mencerminkan perubahan besar hingga interaksi sosial. Belanja online mengurangi interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Kondisi ini mencerminkan perubahan besar dalam hubungan sosial masyarakat, di mana aktivitas yang dulu ramai dan sarat interaksi langsung, kini mulai ditinggalkan akibat kemudahan berbelanja melalui gawai. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada penurunan pendapatan, tetapi juga menambah beban karena pedagang tetap harus menanggung biaya seperti sewa tempat dan listrik, sementara jumlah pembeli terus menurun. Mereka merasa tidak mampu bersaing dengan harga di platform online yang cenderung lebih murah karena tidak dibebani biaya operasional fisik.

Dari pernyataan penjual tersebut dapat kita lihat bahwa fenomena ini tidak hanya berdampak pada penurunan pendapatan, tetapi juga menambah beban karena pedagang tetap harus menanggung biaya seperti sewa tempat dan listrik, sementara jumlah pembeli terus menurun. Mereka merasa tidak mampu bersaing dengan harga di platform online yang cenderung lebih murah karena tidak dibebani biaya operasional fisik. Kondisi ini mencerminkan perubahan besar dalam cara hidup dan hubungan sosial masyarakat, di mana aktivitas yang dulu ramai dengan interaksi secara langsung, kini mulai ditinggalkan akibat kemudahan berbelanja melalui gadget.

Gambar 1. Pasar Sepi
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Berdasarkan gambar di atas sepinya pengunjung pasar membuktikan bahwa telah terjadi perubahan besar akibat beranjaknya transaksi langsung ke era transaksi digital, terutama terhadap interaksi sosial masyarakat yang saat sekarang ini lebih memilih untuk belanja online dengan transaksi digital dibanding dengan belanja manual ke pasar seperti yang mereka lakukan sebelum maraknya platform belanja online seperti shopee. Istilah "ramai bagai di pasar" tak lagi dapat mewakili kondisi pasar saat ini, sebab minimnya pengunjung yang datang, hal ini berkaitan erat dengan pola konsumsi masyarakat saat ini. Maka terlihatlah perubahan bentuk interaksi sosial yang berpindah menggunakan perantara (handphone).

Selain itu di tengah lorong-lorong Pasar Raya Kota Padang yang dulu selalu dipenuhi suara tawar-menawar dan langkah kaki pembeli, kini mulai terasa sepi. Meja-meja dagangan yang dulunya cepat kosong dalam hitungan jam, kini sering dibiarkan penuh hingga menjelang sore. Para pedagang yang telah puluhan

tahun mengandalkan pasar sebagai sumber nafkah utama mulai merasakan dampak nyata dari pergeseran kebiasaan belanja masyarakat ke ranah digital. Hal tersebut juga dialami oleh informan J (27 Tahun) menyatakan:

> "…Sekarang orang lebih pilih beli lewat HP, mereka malas pergi ke pasar. Kami di sini makin sepi pembeli, kadang dari pagi sampai sore cuma laku sedikit saja. Mau ikut jualan online pun kami bingung, kami nggak paham cara pakainya. Padahal dari pasar ini kami bisa hidup…" (Wawancara pada tanggal 1 Mei 2025)

Dari pernyataan penjual di atas banyak pedagang yang merasa kehilangan kendali atas pendapatan mereka karena jualan daring menuntut mereka menguasai keterampilan baru yang belum dimiliki sebelumnya oleh semua pelaku usaha pasar. Ditambah lagi, keterbatasan akses informasi dan kemampuan digital membuat mereka sulit bersaing di platform online yang serba terstandarisasi. Situasi ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya mengubah cara masyarakat membeli dan menjual, tetapi juga mempengaruhi keseimbangan ekonomi masyarakat lokal serta menggerus ruang interaksi sosial yang selama ini menjadi ciri khas pada pasar tradisional. hal yang sama juga dirasakan oleh informan berinisial N (28 Tahun) yang menyatakan:

> "…saya lebih suka belanja lewat shopee dibandingkan dengan di pasar, lebih hemat waktu, biaya, dan tenaga, juga gak perlu repot nawar harga, dari kamar aja bisa beli apa saja…" (Wawancara pada tanggal 1 Mei 2025).

Dari pernyataan konsumen tersebut, menunjukkan bahwa nilai praktis belanja online menjadi poin utama yang mampu menarik banyak konsumen untuk berpindah ke transaksi digital hingga menyebabkan pasar tradisional sepi pembeli.

Pembahasan

Fenomena migrasi dari perdagangan tradisional menuju ekosistem digital di Kota Padang dapat dianalisis melalui teori modernisasi Talcott Parsons, yang dimana teori ini menyoroti proses transformasi sosial dari sistem tradisional menuju masyarakat yang lebih rasional dan kompleks. Dalam konteks ini, pergeseran masyarakat dari pasar tradisional ke platform e-commerce seperti Shopee mencerminkan perubahan nilai dari orientasi kolektif menuju orientasi individualistik yang menekankan efisiensi, kenyamanan, dan fleksibilitas waktu. Transformasi ini sejalan dengan pemikiran Parsons mengenai diferensiasi sosial dan spesialisasi fungsi dalam masyarakat modern. Digitalisasi telah menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih terstruktur dan sistematis dibandingkan pasar tradisional yang informal dan personal, ternyata hal ini juga sejalan dengan pernyataan yang menjelaskan bahwa digitalisasi memudahkan akses informasi, mempercepat transaksi, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap sistem digital, yang pada akhirnya mendorong pergeseran besar dalam pola konsumsi Masyarakat (Dwi et al., 2025). Lonjakan pengguna internet di Indonesia, yang mencapai 175,4 juta jiwa, menjadi faktor dominan dalam peralihan masyarakat ke belanja daring. Shopee bahkan disebut sebagai platform e-commerce paling banyak digunakan masyarakat Indonesia saat ini. Hal ini menandakan bahwa digitalisasi bukan sekadar pilihan praktis, tetapi telah menjelma menjadi gaya hidup baru yang menyatu dalam keseharian Masyarakat (Pratama & Irwansyah, 2021).

Salah satu manifestasi dari gaya hidup digital ini adalah munculnya gaya hidup konsumtif di tengah masyarakat, yang ditandai dengan pola konsumsi yang cepat, visual, dan impulsif. Perkembangan ekonomi digital telah mengubah cara konsumsi masyarakat dari yang berbasis kebutuhan menjadi berbasis keinginan dan dorongan simbolik. Munculnya platform e-commerce, media sosial, dan layanan keuangan digital mendorong masyarakat melakukan aktivitas konsumsi hanya bermodalkan smartphone. Budaya konsumsi baru ini diperkuat oleh algoritma personalisasi dan strategi pemasaran visual yang canggih, yang secara psikologis mendorong pembelian impulsif. Konsumsi bukan lagi sekadar untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi simbol status, ekspresi diri, dan alat untuk mendapatkan pengakuan sosial. Barang-barang seperti gadget terbaru, kosmetik Korea, pakaian bermerek, hingga langganan digital menjadi indikator identitas sosial di era digital. Tidak hanya itu, digitalisasi juga telah mengubah cara orang berinteraksi. Interaksi sosial tradisional yang terjadi di pasar mulai tergantikan oleh komunikasi berbasis aplikasi.

Fenomena ini menyebabkan penurunan intensitas interaksi sosial di ruang nyata dan meningkatnya sifat individualistik masyarakat. Transaksi yang dulunya sarat makna sosial kini menjadi aktivitas otomatis dan efisien. Namun, seperti yang juga digambarkan Parsons, modernisasi tidak terjadi tanpa disfungsi. Penurunan interaksi sosial langsung dan keterasingan ekonomi di kalangan pedagang tradisional mencerminkan ketidakseimbangan sosial yang muncul akibat perubahan struktural yang cepat. Pedagang tradisional yang tidak mampu bersaing dengan platform digital menghadapi tantangan eksistensial, yang

mencerminkan konflik antara struktur lama dan struktur baru dalam sistem sosial yang sedang bertransformasi.

Selain itu, muncul kesenjangan digital antara kelompok masyarakat yang paham teknologi dan kelompok masyarakat yang tidak memahami teknologi. Kesenjangan ini berpotensi dapat menimbulkan marginalisasi sosial terhadap kelompok yang tidak mampu beradaptasi, penggunaan platform digital sebagai gaya hidup tidak hanya dimonopoli oleh generasi muda tetapi telah merambah ke seluruh lapisan masyarakat, dengan dominasi akses melalui smartphone. Hal ini mengindikasikan bahwa penguasaan teknologi menjadi faktor penting dalam stratifikasi sosial modern (Faulina et al., 2021). Selain harus memahami penggunaan teknologi, para pedagang tradisional juga dituntut untuk mampu memahami strategi pemasaran online yang berkaitan erat dengan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi dan platform didalamnya, pedagang tradisional menghadapi tiga tantangan utama, persaingan harga yang ketat, penurunan kunjungan pasar, dan rendahnya literasi digital (Ramadani, 2025). Bahkan sebagian pedagang yang mampu mengakses pasar digital masih menghadapi hambatan karena keterbatasan pelatihan dan infrastruktur yang mendukung. Adaptasi terhadap e-commerce menjadi strategi bertahan hidup yang penting di era digital. Integrasi pasar tradisional ke dalam ekosistem digital melalui program literasi digital dan kebijakan pemerintah menjadi kebutuhan mendesak (Fahrianisa, 2025).

Maraknya platform belanja online terutama shopee mengakibatkan berubahnya nilai-nilai sosial dalam membangun interaksi, hal ini sejalan dengan pernyataan (Ricky et al., 2021) platform belanja online tidak hanya mengubah cara berbelanja tetapi juga mengubah sistem nilai dalam masyarakat, dari interaksi sosial langsung ke hubungan berbasis transaksi digital, yang menuntut adanya mekanisme pengaturan baru melalui integrasi dan adaptasi. Adopsi teknologi oleh pedagang tradisional dapat meningkatkan volume penjualan meskipun sebelumnya mengalami penurunan drastis hingga 65% karena e-commerce. Menurut (Rimang et al., 2025) penetrasi e-commerce telah mengurangi minat konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional, berdampak negatif pada pendapatan pedagang. Hasil ini menekankan perlunya inovasi strategi pemasaran digital agar pasar tradisional dapat bersaing di era modern (Rustini et al., 2025). Dengan demikian, perubahan gaya hidup masyarakat Kota Padang akibat berkembangnya e-commerce merupakan wujud nyata dari modernisasi sebagaimana dijelaskan oleh Parsons. Proses ini menuntut sistem sosial untuk terus beradaptasi dan menjaga keseimbangan melalui penyediaan literasi digital, dukungan kebijakan inklusif, serta integrasi sistem sosial dan ekonomi yang lebih merata dan adil.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di pasar Raya Kota Padang, menunjukkan perubahan sosial yang signifikan dalam beberapa aspek. Pertama, perubahan gaya hidup masyarakat yang diantaranya adalah terbentuknya pola hidup konsumtif dalam masyarakat. Di mana pada masa digital ini, belanja dilakukan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan tapi untuk kesenangan semata. Hal ini di dorong oleh adanya fitur belanja online yang praktis, mudah, cepat, dan gampang di akses siapapun dan dimanapun. Kedua, perubahan interaksi sosial dalam masyarakat. Yaitu beralihnya sistem interaksi masyarakat dari langsung ke digital, di mana mereka tidak perlu lagi menghampiri penjual saat ada barang-barang tertentu yang diinginkan, karena platform belanja online telah mempermudah proses jual beli. Kedua perubahan besar ini membawa dampak positif dan negatif bagi pihak-pihak tertentu, misalnya para pedangang tradisional yang merasa di rugikan sebab pembeli semakin langka hingga menimbulkan kerugian hingga kebangkrutan, lalu dari sisi konsumen yang merasa di untungkan, sebab belanja online yang dirasa sangat praktis karena konsumen dapat belanja darimana saja dan kapan saja, dengan berbagai barang yang yang di sediakan mulai dari kebutuhan individu hingga kebutuhan rumah tangga. Penelitian ini terbatas pada data sekunder, belum menggali aspek psikologis dan variabel demografis secara mendalam. Studi lanjutan disarankan menggunakan data primer serta fokus pada faktor psikososial untuk mendukung integrasi digital yang adil dan berkelanjutan.

Rujukan

Ahmadi, F., Sunyoto, S., & Ardiansari, A. (2018). Pengaruh perdagangan online terhadap perilaku masyarakat kota semarang. *Jurnal Riptek*, 12(2), 107-118.

Arini, D. F. (2025). Dinamika Pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi dalam Digitalisasi Perdagangan 2009-2023. Universitas Andalas.

Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28-37.

Fadila, N., Zakiah, S. N., Lestari, W., Najia, F., & Husain, F. (2025). Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Era E-Commerce. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 162-175.

Fahrianisa, N., Nugroho, S. W., & Kurniawan, Y. D. (2025). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Literasi Keuangan, dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Madiun. *Equivalent: Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(1), 117-135.

Faulina, A. Dewi, R. & Arif, E. (2021). Fenomena Online Shopping sebagai Gaya Hidup dan Strategi Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, *7*(1), 46–59. https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/tathwir/index

Fedri, R., & Indrayani, T. I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Padang Dalam Memilih Aplikasi Bukalapak, Shopee dan Tokopedia Dimasa Pandemi Covid19. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, *7*(1), 123–132. https://doi.org/10.31869/me.v7i1.2858

Laily, E., & Syam, N. (2021). Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, *4*(2), 672–685. https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1303

Pokhrel, S. (2024). Perilaku Konsumsi Remaja Ponorogo di Era Digital Sebagai Dampak Dari Penggunaan Media Sosial. *Αγαη*, *15*(1), 37–48.

Pratama, A., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, *3*(1), 10–29. https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.181

Priadi, M. C., Listiana, E., Purmono, B. B., & Fitriana, A. (2025). Pengaruh GUX dan Content Marketing terhadap Satisfaction dan Loyalty Pemain Game Mobile. *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 3(2), 101-14.

Ramadani, F., & Nasution, M. I. P. (2024). Analisis Pengaruh Pasar Online Terhadap Pedagang Tradisional di Pasar Ditinjau dari Aspek Positif dan Negatif. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(6), 537-545.

Ricky, R. D. M., Kawung, E., & Goni, S. Y. V. . (2021). Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru Ii Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah*, *1*(2), 1.

Rimang, G., Anwar, K., & Sanistasya, P. A. (2025). Dampak E-Commerce Terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Klandasan II Kota Balikpapan. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3), 1002-1011.

Rustini, T., Putri, R. F., Nabiilah, F., & Vedwina, M. S. (2025). Kondisi Pasar Tradisional di Tengah Gempuran Supermarket dan E- Commerce. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 9(1), 1491–1501.