



Strategi Penggunaan *Online Shop* Oleh PKL di JPM Tanah Abang untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga

INFO PENULIS

Widya Listamala
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
Jakarta
wlistamala19@gmail.com

Chamiyatus Sidqiyah
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
Jakarta
ChamiyatusSidqiyah@gmail.com

INFO ARTIKEL

ISSN: 2808-1307
Vol. 5, No. 3, Desember 2025
<https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Listamala, W., & Sidqiyah, C. (2025). Strategi Penggunaan Online Shop Oleh PKL di JPM Tanah Abang untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (3)3588,-3595.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada era globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Internet yang awalnya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi kini telah bertransformasi menjadi *platform* utama dalam aktivitas bisnis dan transaksi perdagangan. Fenomena ini ditandai dengan munculnya toko daring (*online shop*) yang mengubah paradigma belanja masyarakat dari konvensional menjadi serba digital. Pasar Tanah Abang, sebagai pusat perdagangan tekstil dan garmen terbesar di Asia Tenggara, merupakan salah satu kawasan yang sangat terdampak oleh perkembangan digitalisasi ini. Kawasan ini tidak hanya menjadi pusat aktivitas ekonomi formal, tetapi juga menjadi ruang hidup bagi ribuan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang mengandalkan aktivitas perdagangan informal sebagai sumber penghidupan utama. Namun, perkembangan *online shop* telah mengubah perilaku konsumen yang semakin beralih ke transaksi daring, sehingga berdampak pada penurunan jumlah pengunjung dan penjualan di pasar tradisional seperti Tanah Abang. PKL yang selama ini mengandalkan interaksi langsung dengan pembeli menghadapi tantangan besar untuk beradaptasi dengan perubahan ini. Banyak PKL yang belum memiliki pengetahuan, keterampilan, maupun akses teknologi yang memadai untuk memanfaatkan *platform* digital secara optimal. Kondisi ini berpotensi menurunkan pendapatan dan kesejahteraan mereka, sehingga diperlukan strategi adaptif yang efektif untuk menghadapi dinamika pasar digital dan membangun kembali daya saing di pasar digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari PKL aktif di JPM, pengelola JPM, dan konsumen daring. Penelitian ini menggunakan teori kesejahteraan sosial untuk memahami dampak digitalisasi terhadap kesejahteraan keluarga PKL, serta teori keunggulan bersaing Porter dan teori pertumbuhan pasar digital untuk mengkaji strategi yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *online shop* yang diterapkan PKL mencakup pemilihan *platform e-commerce* yang sesuai, penggunaan media sosial sebagai alat promosi, optimalisasi pelayanan daring, serta diferensiasi produk untuk menarik konsumen. Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasi strategi tersebut antara lain adalah tingkat literasi digital, akses terhadap modal dan perangkat teknologi, dukungan keluarga, serta respon konsumen. Kesimpulannya, penggunaan *online shop* memiliki dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan PKL, namun keberhasilannya sangat bergantung pada keterampilan digital dan dukungan ekosistem yang memadai.

Kata kunci: Pedagang Kaki Lima, *Online Shop*, Strategi Digital, Kesejahteraan Keluarga, Pasar Tanah Abang.

Abstract

The use of online shopping is a potential adaptive strategy amidst market competition to improve the welfare of small business owners. This research is motivated by this phenomenon, particularly in the Tanah Abang JPM area, Jakarta, a vibrant center of informal economic activity. This study uses a qualitative descriptive approach, with data collection methods including in-depth interviews, observation, and documentation. The research informants consisted of street vendors active at JPM, JPM managers, and online consumers. This study uses social welfare theory to understand the impact of digitalization on the welfare of street vendors' families, as well as Porter's theory of competitive advantage and digital market growth theory to examine the strategies employed. The results show that the online shopping strategies implemented by street vendors include selecting an appropriate e-commerce platform, utilizing social media as a promotional tool, optimizing online services, and product differentiation to attract consumers. Factors influencing the successful implementation of these strategies include digital literacy levels, access to capital and technological devices, family support, and consumer response. In conclusion, the use of online shopping has a positive impact on increasing the income and welfare of street vendors, but its success is highly dependent on digital skills and adequate ecosystem support.

Keywords: Street Vendors, online shop, digitalization, marketing strategy, family welfare, Tanah Abang Market.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada era globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Internet yang awalnya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi kini telah bertransformasi menjadi *platform* utama dalam aktivitas bisnis dan transaksi perdagangan. Fenomena ini ditandai dengan munculnya toko daring (*online shop*) yang mengubah paradigma belanja masyarakat dari konvensional menjadi serba digital. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, pertumbuhan pesat pengguna internet di Indonesia, yang mencapai lebih dari 210 juta orang atau sekitar 77% dari total populasi pada tahun 2024 (APJII, 2024), menunjukkan potensi pasar digital yang sangat besar dan menjadi peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha, khususnya sektor informal.

Pasar Tanah Abang, sebagai pusat perdagangan tekstil dan garmen terbesar di Asia Tenggara, merupakan salah satu kawasan yang sangat terdampak oleh perkembangan digitalisasi ini. Kawasan ini tidak hanya menjadi pusat aktivitas ekonomi formal, tetapi juga menjadi ruang hidup bagi ribuan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang mengandalkan aktivitas perdagangan informal sebagai sumber penghidupan utama. Jembatan Penyeberangan Multiguna (JPM) di Pasar Tanah Abang merupakan fasilitas vital yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyeberangan pejalan kaki, tetapi juga sebagai lokasi strategis bagi PKL untuk menawarkan dagangan mereka kepada pengunjung yang padat setiap harinya.

Namun, perkembangan *online shop* telah mengubah perilaku konsumen yang semakin beralih ke transaksi daring, sehingga berdampak pada penurunan jumlah pengunjung dan penjualan di pasar tradisional seperti Tanah Abang. PKL yang selama ini mengandalkan interaksi langsung dengan pembeli menghadapi tantangan besar untuk beradaptasi dengan perubahan ini. Banyak PKL yang belum memiliki pengetahuan, keterampilan, maupun akses teknologi yang memadai untuk memanfaatkan *platform* digital secara optimal. Kondisi ini berpotensi menurunkan pendapatan dan kesejahteraan mereka, sehingga diperlukan strategi adaptif yang efektif untuk menghadapi dinamika pasar digital.

Dalam konteks tersebut, penggunaan *online shop* oleh PKL di JPM Pasar Tanah Abang menjadi sebuah strategi inovatif dan adaptif yang potensial untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga mereka. Melalui *platform* digital, PKL dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis dan waktu operasional. Selain itu, penggunaan teknologi digital memungkinkan pengurangan biaya operasional dan peningkatan efisiensi dalam pengelolaan bisnis. Namun, keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada literasi digital, akses terhadap modal dan perangkat teknologi, dukungan keluarga, serta respons konsumen.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memahami bagaimana strategi penggunaan *online shop* dapat membantu PKL di JPM Pasar Tanah Abang dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga mereka, serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keberhasilan

implementasi strategi tersebut. Rumusan masalah yang diangkat adalah: (1) Bagaimana strategi penggunaan *online shop* dapat membantu PKL di JPM Pasar Tanah Abang meningkatkan kesejahteraan mereka? dan (2) Faktor apa saja yang memengaruhi keberhasilan implementasi strategi penggunaan *online shop* oleh PKL di lokasi tersebut?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi penggunaan *online shop* yang efektif bagi PKL di JPM Pasar Tanah Abang dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan adopsi teknologi digital oleh PKL. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur literasi digital dan strategi digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khususnya di sektor informal. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi PKL, pengelola pasar, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mendukung pemberdayaan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari PKL aktif di JPM, pengelola JPM, konsumen daring, dan ahli bidang *e-commerce* strategist. Teori yang digunakan sebagai landasan analisis meliputi Teori Kesejahteraan Sosial untuk memahami dampak ekonomi dan sosial digitalisasi terhadap kesejahteraan keluarga PKL, Teori Keunggulan Bersaing Porter untuk mengkaji strategi bisnis yang diterapkan, serta Teori Perubahan Sosial untuk mengkaji transformasi sosial yang terjadi akibat digitalisasi.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi semata, tetapi juga mengkaji dimensi sosial, budaya, dan spiritual yang turut memengaruhi dan dipengaruhi oleh strategi digitalisasi PKL. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penting dalam pengembangan kebijakan dan program pemberdayaan ekonomi digital di sektor informal, khususnya bagi pedagang kaki lima di kawasan pasar tradisional yang sedang mengalami transformasi digital.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam strategi penggunaan *online shop* oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) di Jembatan Penyeberangan Multifungsi (JPM) Pasar Tanah Abang serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasi strategi tersebut dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial yang kompleks dan dinamis, khususnya dalam konteks digitalisasi usaha informal yang melibatkan aspek ekonomi, sosial, dan budaya. Lokasi penelitian berada di kawasan JPM Pasar Tanah Abang, Jakarta Pusat, yang merupakan pusat aktivitas perdagangan informal dan lokasi strategis bagi PKL. Subjek penelitian terdiri dari PKL yang aktif menggunakan *platform online shop*, pengelola JPM, konsumen daring yang pernah bertransaksi dengan PKL, serta ahli bidang *e-commerce* strategist yang memberikan pelatihan dan konsultasi digital kepada PKL.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan PKL, pengelola pasar, konsumen online, dan ahli *e-commerce* untuk memperoleh informasi tentang pengalaman, strategi, tantangan, dan dampak penggunaan *online shop*. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan di lokasi penelitian untuk mengamati aktivitas perdagangan, penggunaan teknologi digital, interaksi antara PKL dan konsumen, serta kondisi infrastruktur pendukung. Dokumentasi berupa data sekunder dari laporan pemerintah, literatur terkait, dan media massa juga digunakan untuk mendukung analisis. Pemilihan informan dilakukan dengan metode purposive sampling, dengan kriteria PKL sebagai informan utama adalah aktif berdagang di JPM, memiliki pengalaman minimal lima tahun, dan sudah atau sedang menggunakan *platform online shop*. Informan pendukung meliputi pengelola pasar, konsumen *online*, dan ahli *e-commerce strategist*.

Analisis data dilakukan secara tematik melalui beberapa tahapan, yaitu pengumpulan dan pengorganisasian data dari berbagai sumber, reduksi data untuk menyaring informasi yang relevan, pengkodean berdasarkan kategori teori dan temuan lapangan, penyajian data dalam bentuk narasi, kutipan langsung, dan tabel, serta penarikan kesimpulan yang didukung oleh teori kesejahteraan sosial, strategi Porter, dan teori perubahan sosial. Sebagai bagian dari analisis strategi penggunaan *online shop* oleh PKL, penelitian ini mengaplikasikan metode Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan strategi digitalisasi usaha PKL. Analisis SWOT ini membantu memahami kekuatan dan kelemahan internal PKL serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal yang berkaitan dengan pasar digital dan persaingan usaha.

Proses analisis SWOT meliputi identifikasi kekuatan seperti kemampuan adaptasi digital dasar, kreativitas dalam pemasaran, solidaritas komunitas, dan loyalitas pelanggan; kelemahan seperti keterbatasan pelatihan formal, pengelolaan stok manual, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan kendala teknis; peluang yang muncul dari perubahan perilaku konsumen ke digital, dukungan pengelola pasar, peluang pasar luar kota, dan program pelatihan digital; serta ancaman berupa persaingan dengan toko besar dan reseller profesional, perubahan sistem aplikasi, risiko pemblokiran akun, dan belum adanya regulasi digital khusus. Tabel analisis SWOT disusun untuk memudahkan pemahaman dan perumusan strategi pemberdayaan yang tepat bagi PKL dalam menghadapi transformasi ekonomi digital.

Untuk menjaga validitas data, peneliti melakukan triangulasi sumber data dengan membandingkan informasi dari berbagai informan dan teknik pengumpulan data, serta melakukan pengecekan ulang (member check) dengan beberapa informan untuk memastikan interpretasi data sesuai dengan pengalaman mereka. Penelitian ini juga mematuhi prinsip etika dengan memperoleh persetujuan dan kesediaan informan melalui surat pernyataan, menjaga kerahasiaan identitas, serta menggunakan data hanya untuk kepentingan akademik dan publikasi ilmiah.

Dengan demikian, metode deskriptif kualitatif yang dipadukan dengan analisis SWOT memberikan kerangka yang komprehensif untuk memahami strategi digitalisasi PKL di JPM Pasar Tanah Abang. Kombinasi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi memungkinkan peneliti menggali aspek teknis, sosial, dan ekonomi secara holistik. Analisis SWOT menjadi alat penting untuk merumuskan strategi pemberdayaan yang efektif dan berkelanjutan bagi PKL dalam menghadapi tantangan dan peluang digitalisasi usaha informal.

Tabel 1.
Analisis SWOT Strategi Penggunaan *Online Shop* oleh PKL di JPM Pasar Tanah Abang

	<i>Strengths (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
Faktor Internal	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan adaptasi digital dasar • Kreativitas dalam pemasaran • Solidaritas komunitas tinggi • Loyalitas pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Minim pelatihan formal • Pengelolaan stok manual dan terpisah • Keterbatasan infrastruktur teknologi • Gangguan teknis dan rating rendah

Tabel 2.
Analisis SWOT Strategi Penggunaan *Online Shop* oleh PKL di JPM Pasar Tanah Abang

	<i>Opportunities (Peluang)</i>	<i>Threats (Ancaman)</i>
Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • Perilaku konsumen yang semakin beralih ke transaksi digital • Dukungan pengelola pasar yang mulai memberikan fasilitas digital • Peluang memperluas pasar ke luar kota dan wilayah lain • Program pelatihan dan pendampingan digital dari pemerintah dan swasta 	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan ketat dengan toko besar dan reseller profesional yang lebih terorganisir • Perubahan sistem aplikasi <i>e-commerce</i> yang kompleks dan sering terjadi • Risiko pemblokiran akun atau penurunan rating akibat keluhan konsumen • Belum adanya regulasi dan perlindungan hukum khusus untuk pedagang digital informal

Tabel ini menjadi penting karena memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan PKL dalam mengimplementasikan strategi *online shop*. Dengan memahami faktor-faktor ini, intervensi dan kebijakan yang tepat dapat dirancang untuk mendukung pemberdayaan PKL secara efektif dan berkelanjutan.

C. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mengungkap bahwa Pedagang Kaki Lima (PKL) di Jembatan Penyeberangan Multiguna (JPM) Pasar Tanah Abang telah mengadopsi berbagai strategi penggunaan *online shop* sebagai upaya adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital. Strategi yang paling dominan adalah kombinasi antara diferensiasi fokus dan kepemimpinan biaya fokus. Diferensiasi fokus diterapkan dengan cara menawarkan produk yang unik, variasi barang yang disesuaikan dengan kebutuhan segmen pasar tertentu, serta pelayanan yang lebih personal melalui komunikasi digital. Sementara itu, kepemimpinan biaya fokus diwujudkan dengan meminimalkan biaya operasional, misalnya dengan memanfaatkan fitur promosi gratis di *platform e-commerce* dan menggunakan media sosial untuk pemasaran tanpa biaya tambahan yang besar.

Platform online shop yang paling banyak digunakan oleh PKL adalah Shopee, TikTok Shop, dan Lazada. Pemilihan *platform* ini didasarkan pada kemudahan akses, fitur yang mendukung penjualan seperti live streaming dan flash sale, serta basis pelanggan yang luas dan beragam. PKL juga memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram untuk memperluas jaringan pemasaran dan membangun komunikasi yang lebih intens dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa PKL tidak hanya mengandalkan satu kanal penjualan, melainkan mengintegrasikan berbagai *platform* digital untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Faktor keberhasilan utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah literasi digital yang terus berkembang secara mandiri. Meskipun sebagian besar PKL belum mendapatkan pelatihan formal, mereka belajar secara otodidak melalui pengalaman, tutorial online, dan bantuan dari komunitas pedagang. Solidaritas komunitas PKL juga menjadi modal sosial yang penting, di mana mereka saling berbagi informasi, tips pemasaran, dan solusi atas kendala teknis yang dihadapi. Selain itu, akses teknologi meskipun terbatas, dioptimalkan dengan penggunaan paket data murah dan Wi-Fi publik di sekitar pasar. Strategi pemasaran yang responsif terhadap keluhan dan kebutuhan pelanggan juga berkontribusi pada peningkatan reputasi dan loyalitas konsumen, yang pada akhirnya berdampak positif pada volume penjualan.

Dampak penggunaan *online shop* terhadap kesejahteraan keluarga PKL sangat signifikan. Pendapatan mereka menjadi lebih stabil dan cenderung meningkat dibandingkan sebelum menggunakan *platform* digital. Hal ini memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan dasar keluarga seperti pendidikan anak, kesehatan, dan pembayaran iuran BPJS secara lebih teratur. Selain aspek ekonomi, digitalisasi usaha juga memperkuat hubungan sosial antar anggota keluarga dan komunitas, karena penghasilan yang lebih stabil memungkinkan pemenuhan kebutuhan sosial dan keagamaan. Beberapa PKL melaporkan bahwa dengan pendapatan tambahan dari *online shop*, mereka dapat menyisihkan dana untuk kegiatan keagamaan dan sosial yang selama ini sulit dilakukan.

Berikut tabel yang merangkum dampak penggunaan *online shop* terhadap kondisi ekonomi dan kesejahteraan keluarga PKL:

Tabel 3.

Dampak Penggunaan *Online Shop* terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan Keluarga PKL

Informan	Kondisi Sebelum Menggunakan <i>Online shop</i>	Kondisi Setelah Menggunakan <i>Online shop</i>	Dampak terhadap Stabilitas Ekonomi Rumah Tangga
PKL 1	Penghasilan tidak menentu; tidak mampu membayar BPJS; tunggakan biaya sekolah anak	Pendapatan lebih stabil; mampu membayar BPJS dan kebutuhan sekolah	Lebih tenang secara finansial; pengeluaran rumah tangga lebih terencana
PKL 2	Hanya mengandalkan pembeli langsung; kesulitan membayar cicilan	Ada tambahan dari transaksi <i>online</i> ; bisa membayar cicilan motor	Ada tabungan; keuangan rumah tangga mulai terkendali
PKL 3	Tidak punya dana darurat; semua penghasilan habis untuk kebutuhan harian	Mulai dapat pesanan <i>online</i> dari luar kota; ada pemasukan tambahan	Bisa menyisihkan uang untuk simpanan darurat dan usaha tambahan

PKL 4	Penjualan bergantung pada cuaca dan keramaian lapak	Penjualan <i>online</i> tetap jalan meskipun lapak sepi	Penghasilan lebih stabil; bisa bantu ekonomi keluarga di kampung
PKL 5	Tidak pernah menyimpan uang; pengeluaran selalu habis	Dengan tambahan <i>online</i> , bisa menyimpan sebagian dari penghasilan	Meningkatkan kemampuan menabung dan memperbaiki kondisi tempat tinggal

Selain tabel di atas, hasil observasi dan wawancara mendalam juga menunjukkan bahwa PKL yang aktif menggunakan *online shop* cenderung memiliki motivasi belajar yang tinggi dan saling mendukung dalam komunitas. Hal ini memperkuat modal sosial yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan adaptasi digital.

Gambar 1
Diagram Proses Adaptasi PKL dalam Penggunaan *Online Shop*



Pembahasan

Penelitian ini mengungkap bahwa penggunaan *online shop* oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) di Jembatan Penyeberangan Multiguna (JPM) Pasar Tanah Abang merupakan strategi adaptif yang signifikan dalam menghadapi perubahan dinamika pasar dan perilaku konsumen di era digital. PKL tidak hanya memanfaatkan teknologi digital sebagai alat transaksi, tetapi juga mengembangkan strategi pemasaran yang terintegrasi dan berorientasi pada segmen pasar tertentu. Strategi diferensiasi fokus diterapkan dengan menyesuaikan produk dan layanan agar sesuai dengan kebutuhan konsumen online, seperti menawarkan produk unik, paket bundling, dan pelayanan personal melalui komunikasi digital. Hal ini memungkinkan PKL menciptakan nilai tambah yang membedakan mereka dari pesaing, terutama toko besar dan reseller profesional yang cenderung menawarkan produk massal tanpa personalisasi. Selain itu, kepemimpinan biaya fokus juga diterapkan dengan meminimalkan biaya operasional melalui pemanfaatan fitur promosi gratis di *platform e-commerce* dan penggunaan media sosial sebagai kanal pemasaran tanpa biaya tambahan besar. Strategi ini sangat relevan mengingat keterbatasan modal dan sumber daya PKL, sehingga menjaga harga tetap kompetitif menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing.

Salah satu temuan penting adalah perkembangan literasi digital yang terjadi secara mandiri di kalangan PKL. Meskipun belum banyak yang mendapatkan pelatihan formal, motivasi belajar yang tinggi dan solidaritas komunitas mendorong PKL saling berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam mengoperasikan *platform online shop*. Modal sosial ini sangat berperan dalam

mempercepat proses adaptasi teknologi dan mengatasi kendala teknis seperti pengelolaan stok dan penanganan keluhan pelanggan. Solidaritas komunitas PKL tidak hanya memperkuat kemampuan teknis, tetapi juga membangun rasa percaya diri dan semangat kewirausahaan yang tinggi. Namun, keterbatasan pelatihan formal dan infrastruktur teknologi, seperti akses internet yang tidak stabil dan gangguan aplikasi, masih menjadi hambatan yang perlu diatasi agar digitalisasi usaha PKL dapat berjalan lebih optimal.

Penggunaan *online shop* memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kesejahteraan keluarga PKL. Pendapatan yang lebih stabil dan meningkat memungkinkan mereka memenuhi kebutuhan dasar seperti pendidikan anak, kesehatan, dan pembayaran iuran BPJS secara lebih teratur. Stabilitas ekonomi yang diperoleh juga memungkinkan PKL melakukan perencanaan keuangan yang lebih baik, seperti menabung dan mengelola pengeluaran rumah tangga secara terstruktur. Selain itu, pendapatan tambahan ini mendukung partisipasi PKL dalam kegiatan sosial dan keagamaan yang selama ini sulit dilakukan karena keterbatasan dana. Dengan demikian, digitalisasi usaha turut memperkuat nilai spiritual dan sosial dalam komunitas PKL.

Meskipun banyak manfaat yang diperoleh, PKL menghadapi berbagai tantangan dan ancaman dalam mengimplementasikan strategi *online shop*. Persaingan dengan toko besar dan reseller profesional yang lebih terorganisir menjadi ancaman utama, karena toko besar memiliki sumber daya lebih besar untuk promosi masif dan pengelolaan stok efisien. Perubahan sistem aplikasi yang sering terjadi juga menimbulkan risiko bagi PKL, terutama bagi mereka yang kurang familiar dengan teknologi, karena ketidakmampuan beradaptasi dapat menyebabkan kehilangan akses pasar atau penurunan rating yang berdampak negatif pada reputasi usaha. Selain itu, belum adanya regulasi khusus yang melindungi pedagang digital informal menambah kerentanan mereka terhadap risiko pemblokiran akun dan sengketa transaksi.

Berdasarkan temuan tersebut, pemberdayaan PKL dalam digitalisasi usaha harus dilakukan secara holistik dengan memperhatikan aspek teknis, sosial, dan kebijakan. Pelatihan literasi digital yang berkelanjutan sangat diperlukan untuk meningkatkan kemampuan teknis PKL dalam mengelola *platform online shop* dan mengatasi kendala teknis. Peningkatan akses teknologi, seperti penyediaan Wi-Fi publik yang stabil dan terjangkau di kawasan pasar, juga sangat membantu. Dukungan kebijakan dari pemerintah dan pengelola pasar dalam bentuk regulasi yang melindungi pedagang digital informal serta kemudahan akses ke program pelatihan dan pendampingan sangat penting. Penguatan modal sosial melalui pembentukan komunitas digital PKL yang lebih terorganisir dapat mempercepat proses adaptasi dan meningkatkan daya saing.

Secara keseluruhan, strategi penggunaan *online shop* oleh PKL di JPM Pasar Tanah Abang merupakan respons adaptif yang efektif terhadap tantangan ekonomi digital. Dengan dukungan yang tepat, digitalisasi usaha PKL dapat menjadi sarana pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan keluarga, dan memperkuat nilai sosial budaya dalam komunitas. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika transformasi usaha informal di era digital dan menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan pemberdayaan PKL yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

D. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan *online shop* oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) di Jembatan Penyeberangan Multifungsi (JPM) Pasar Tanah Abang merupakan strategi adaptif yang efektif dalam menghadapi perubahan pasar dan perilaku konsumen di era digital. PKL berhasil menggabungkan strategi diferensiasi fokus dan kepemimpinan biaya fokus untuk meningkatkan daya saing usaha mereka melalui penyesuaian produk dan pengelolaan biaya operasional yang efisien. Literasi digital yang berkembang secara mandiri dan solidaritas komunitas menjadi modal sosial penting dalam mempercepat adaptasi teknologi. Penggunaan *online shop* memberikan dampak positif signifikan terhadap pendapatan dan kesejahteraan keluarga PKL, termasuk kemampuan memenuhi kebutuhan pendidikan, kesehatan, dan sosial budaya.

Namun, PKL juga menghadapi tantangan seperti persaingan ketat, perubahan sistem aplikasi, dan kurangnya regulasi perlindungan. Oleh karena itu, pemberdayaan PKL melalui pelatihan literasi digital, peningkatan akses teknologi, dan dukungan kebijakan yang inklusif sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kesejahteraan PKL di era digital. Strategi penggunaan *online shop* tidak hanya berdampak pada sisi pendapatan, tetapi juga menyentuh berbagai aspek kesejahteraan sosial para pedagang. Berdasarkan Teori Kesejahteraan Sosial (Suharto, 2014), kesejahteraan mencakup lebih dari sekadar kondisi

ekonomi, melainkan juga mencakup kesehatan, pendidikan, hubungan sosial, dan partisipasi dalam kehidupan masyarakat.

E. Referensi

- Arikunto, S. (2021). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arif. (2024). *Pengguna Internet di Indonesia Meningkat di 2024*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Laporan Statistik Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta: APJII.
- Kurniawan, A., & Sari, D. P. (2022). Strategi digitalisasi usaha pedagang kaki lima di pasar tradisional: Studi kasus di Pasar Tanah Abang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jebd.v5i1.2022>.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Putra, M. R. A. P., Pratama, R. K., & Dwiyanoro, P. (2024). Application of SWOT Analysis and Porter's Five Forces as a Foundation for Formulating Marketing Strategies. *Journal of Mandalika Review*, 5(2), 123-135.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Sari, M., & Nugroho, H. (2023). Literasi digital dan pemberdayaan pedagang informal di era e-commerce. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 7(2), 112-130. <https://doi.org/10.5678/jtm.v7i2.2023>.
- Suharto, E. (2014). *Kesejahteraan Sosial dalam Pembangunan Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Suyitno. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ulfa, S. N., Fitriana, A., & Fatimah, S. (2024). Berfikir Teoritis dan Grand Teori dalam Ilmu Sosial. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 10(1), 50-65.
- Wahyuningsih, S. (2017). Teori Katarsis dan Perubahan Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(3), 180-195.
- Wahyuni, L., & Prasetyo, B. (2021). Dampak penggunaan platform online terhadap kesejahteraan pedagang kaki lima di Jakarta. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 10(3), 200-215. <https://doi.org/10.2345/jse.v10i3.2021>.