

DISRUPSI DIGITAL TERHADAP STRUKTUR PASAR TRADISIONAL: TANTANGAN BAGI PELAKU USAHA KECIL

Al Awali Hidayah¹, Amanda Aulia Pratama², Ela Rahma Yani³,
Nabila Syafira⁴, Muhammad Syahril⁵, Fera Zora⁶

^{1, 2, 3, 4, 5, 6}Universitas Mahaputra Muhammad Yamin, Jl. Jend. Sudirman, Solok, Sumatera Barat, Indonesia
Email: : alawalihidayah@gmail.com

Article History

Received: 06-05-2026

Revision: 22-06-2026

Accepted: 26-06-2026

Published: 30-06-2026

Abstract. Digital disruption has brought significant changes to traditional market structures in Indonesia, particularly through the development of digital technology, e-commerce, and online transaction systems, which have impacted consumption patterns and the level of business competition. This article aims to analyze the impact of digital disruption on changes in traditional market structures and identify the challenges faced by small businesses in navigating the digital economy era. This research uses a qualitative approach with a systematic literature review of relevant national scientific publications from the past five years. The research stages include source search, literature selection based on topic suitability criteria, and thematic analysis of key findings. The study results indicate that digitalization is driving changes in competition patterns, distribution systems, and interaction mechanisms between businesses and consumers. On the other hand, small businesses still face obstacles such as low digital literacy, limited capital, inadequate technological infrastructure, and weak innovation capacity. Nevertheless, digital disruption also opens up opportunities for market expansion and increased business efficiency if supported by adaptive policies and ongoing technological assistance. These findings emphasize the importance of synergy between the government, educational institutions, and businesses in strengthening the competitiveness of small businesses amidst the digital market transformation.

Keywords: Digital Disruption, Traditional Market Structure, Small Businesses, Digital Economy, Market Competition

Abstrak. Disrupsi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap struktur pasar tradisional di Indonesia, terutama melalui perkembangan teknologi digital, perdagangan elektronik, dan sistem transaksi daring yang memengaruhi pola konsumsi serta tingkat persaingan usaha. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis dampak disrupsi digital terhadap perubahan struktur pasar tradisional serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi pelaku usaha kecil dalam menghadapi era ekonomi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur yang dilakukan secara sistematis terhadap publikasi ilmiah nasional yang relevan dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Tahapan penelitian meliputi penelusuran sumber, seleksi literatur berdasarkan kriteria kesesuaian topik, serta analisis tematik terhadap temuan-temuan utama. Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi mendorong perubahan pola persaingan, sistem distribusi, dan mekanisme interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Di sisi lain, pelaku usaha kecil masih menghadapi kendala berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, minimnya infrastruktur teknologi, dan lemahnya kapasitas inovasi. Meskipun demikian, disrupsi digital juga membuka peluang perluasan pasar dan peningkatan efisiensi usaha apabila didukung oleh kebijakan yang adaptif serta pendampingan teknologi yang berkelanjutan. Temuan ini menegaskan pentingnya sinergi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku usaha dalam memperkuat daya saing usaha kecil di tengah transformasi pasar digital.

Kata Kunci: Disrupsi Digital, Struktur Pasar Tradisional, Usaha Kecil, Ekonomi Digital, Persaingan Pasar

How to Cite: Hidayah, A. A., Pratama, A. A., Yani, E. R., Syafira, N., Syahril, M., & Zora, F. (2026). Disrupsi Digital Terhadap Struktur Pasar Tradisional: Tantangan Bagi Pelaku Usaha Kecil. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 7 (3), 4487-4498. <http://doi.org/10.54373/imeij.v7i3.6469>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk aktivitas ekonomi dan pola perdagangan. Transformasi digital mendorong munculnya model bisnis baru yang lebih cepat, efisien, dan berbasis teknologi. Kehadiran *e-commerce*, aplikasi pembayaran digital, serta pemasaran berbasis media sosial menciptakan perubahan besar dalam struktur pasar tradisional yang sebelumnya didominasi oleh interaksi langsung antara penjual dan pembeli (Yuliana & Firmansyah, 2022). Perubahan tersebut dikenal sebagai disrupsi digital, yaitu kondisi ketika inovasi teknologi menggeser sistem ekonomi dan pola bisnis konvensional menuju sistem yang lebih modern dan terintegrasi secara digital. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada cara transaksi dilakukan, tetapi juga memengaruhi struktur persaingan dan keberlangsungan pelaku usaha.

Di Indonesia, perkembangan ekonomi digital berlangsung sangat pesat seiring meningkatnya penggunaan internet dan telepon pintar. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi usaha (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2022). Namun, di sisi lain, percepatan digitalisasi ini juga memunculkan tantangan serius, khususnya bagi pelaku usaha kecil yang masih bergantung pada pola perdagangan tradisional. Banyak usaha kecil mengalami penurunan daya saing akibat keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital. Kondisi ini menegaskan bahwa disrupsi digital tidak berdampak secara merata dan berpotensi memperlebar kesenjangan antara pelaku usaha yang siap beradaptasi dengan teknologi dan mereka yang memiliki keterbatasan sumber daya.

Perubahan struktur pasar akibat digitalisasi terlihat dari bergesernya pola transaksi masyarakat dari pasar fisik menuju pasar digital. Konsumen cenderung memilih sistem belanja daring karena dianggap lebih praktis, cepat, dan efisien (Hidayat & Lestari, 2021). Pergeseran ini menyebabkan pelaku usaha tradisional menghadapi tekanan persaingan yang semakin ketat. Dalam struktur pasar modern, perusahaan berbasis digital memiliki keunggulan dalam akses informasi, promosi, distribusi, dan efisiensi biaya sehingga mampu menjangkau konsumen lebih luas dibandingkan usaha kecil konvensional. Selain itu, digitalisasi juga memengaruhi pola hubungan antara produsen, distributor, dan konsumen. Sistem distribusi yang sebelumnya melibatkan banyak perantara mulai tergantikan oleh platform digital yang memungkinkan transaksi dilakukan secara langsung (Ardiansyah & Putri, 2022). Perubahan ini menciptakan pasar yang lebih kompetitif, tetapi sekaligus meningkatkan risiko marginalisasi bagi pelaku usaha kecil yang tidak mampu beradaptasi.

Pelaku usaha kecil memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Namun, mereka masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, kurangnya inovasi, serta minimnya akses terhadap teknologi (Sari & Putra, 2021). Jika kondisi ini tidak segera direspons secara sistematis, usaha kecil berpotensi mengalami penurunan produktivitas yang signifikan dan kehilangan posisi dalam struktur pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang tidak hanya menggambarkan fenomena disrupsi digital, tetapi juga mampu menjelaskan implikasinya terhadap struktur pasar tradisional dan posisi pelaku usaha kecil di dalamnya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak disrupsi digital terhadap perubahan struktur pasar tradisional serta mengkaji tantangan yang dihadapi pelaku usaha kecil dalam era ekonomi digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisisnya yang menempatkan disrupsi digital sebagai faktor struktural yang memengaruhi pola persaingan pasar, bukan sekadar sebagai isu adopsi teknologi. Dengan mengaitkan perubahan struktur pasar dan keterbatasan adaptasi pelaku usaha kecil, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif dibandingkan penelitian sebelumnya. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi perumusan strategi dan kebijakan yang lebih inklusif dalam memperkuat daya saing usaha kecil di tengah dinamika ekonomi digital yang terus berkembang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*library research*) dengan tujuan untuk mengkaji secara mendalam konsep disrupsi digital serta implikasinya terhadap perubahan struktur pasar tradisional. Literatur yang digunakan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan beberapa kriteria yang telah ditetapkan secara sistematis. Pertama, sumber literatur harus membahas secara langsung topik disrupsi digital, struktur pasar, ekonomi digital, atau usaha kecil dan menengah. Kedua, literatur berasal dari sumber yang kredibel, seperti jurnal ilmiah nasional terakreditasi, buku akademik, serta laporan resmi lembaga pemerintah. Ketiga, literatur yang digunakan dibatasi pada publikasi lima tahun terakhir guna memastikan keterbaruan dan relevansi data dengan kondisi perkembangan ekonomi digital saat ini.

Proses pemilihan literatur dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap awal diawali dengan penelusuran literatur menggunakan kata kunci yang relevan, seperti *disrupsi digital*, *struktur pasar*, *ekonomi digital*, dan *usaha kecil*. Selanjutnya, dilakukan proses penyaringan awal dengan menelaah judul dan abstrak untuk memastikan kesesuaian topik dengan fokus

penelitian. Literatur yang lolos pada tahap ini kemudian dikaji lebih mendalam melalui pembacaan teks secara utuh untuk menilai kedalaman pembahasan, kontribusi ilmiah, serta kesesuaian konteks dengan tujuan penelitian. Literatur yang tidak memenuhi kriteria relevansi atau memiliki keterbatasan substansi dikeluarkan dari daftar rujukan.

Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif melalui proses pengumpulan, pengelompokan, dan penafsiran informasi yang diperoleh dari berbagai sumber terpilih. Data yang telah diklasifikasikan kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola, kesamaan, dan perbedaan pandangan terkait dampak disrupsi digital terhadap struktur pasar tradisional. Untuk menjaga orisinalitas tulisan, penelitian ini menggunakan teknik parafrase dalam penyajian hasil kajian. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dengan membandingkan temuan dan argumen dari berbagai referensi ilmiah yang relevan. Melalui tahapan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pembahasan yang sistematis, objektif, dan memiliki landasan teoritis yang kuat sesuai dengan dinamika ekonomi digital yang berkembang.

HASIL DAN DISKUSI

Disrupsi Digital dan Perubahan Struktur Pasar

Hasil kajian literatur menunjukkan adanya kesamaan dan perbedaan pandangan antarpeneliti mengenai dampak disrupsi digital terhadap struktur pasar tradisional. Yuliana dan Firmansyah (2022) menekankan bahwa disrupsi digital berperan besar dalam membentuk struktur pasar yang lebih terbuka dan kompetitif melalui pemanfaatan teknologi digital seperti e-commerce dan sistem pembayaran daring. Temuan ini sejalan dengan Prasetyo dan Wijaya (2020) yang menyatakan bahwa digitalisasi memperluas ruang persaingan usaha, tidak hanya pada tingkat lokal, tetapi juga nasional dan global. Namun, Prasetyo dan Wijaya lebih menyoroti aspek persaingan lintas wilayah, sementara Yuliana dan Firmansyah menekankan perubahan pola interaksi pasar secara keseluruhan.

Perbedaan perspektif juga terlihat dalam pembahasan perubahan sistem transaksi. Prasetyo dan Wijaya (2020) menegaskan bahwa kemudahan akses informasi dan fleksibilitas waktu transaksi menjadi faktor utama yang mendorong pergeseran konsumen ke platform digital. Sementara itu, Hidayat dan Lestari (2021) lebih menyoroti perubahan perilaku konsumen, khususnya peran konsumen yang semakin aktif dalam memengaruhi pasar melalui ulasan dan penilaian produk. Dengan demikian, kedua penelitian tersebut sama-sama mengakui adanya perubahan pola transaksi, tetapi menekankan dimensi yang berbeda, yaitu aspek efisiensi transaksi dan aspek perilaku konsumen.

Dalam konteks sistem distribusi, Ardiansyah dan Putri (2022) menunjukkan bahwa digitalisasi memungkinkan pemangkasan rantai distribusi sehingga produsen dapat menjangkau konsumen secara langsung. Temuan ini memperkuat argumen Yuliana dan Firmansyah (2022) mengenai meningkatnya efisiensi pasar akibat penggunaan teknologi digital. Namun, Ardiansyah dan Putri menambahkan bahwa efisiensi tersebut sekaligus meningkatkan tingkat persaingan karena konsumen memiliki lebih banyak pilihan produk. Perbedaan penekanan ini menunjukkan bahwa perubahan distribusi tidak hanya berdampak positif bagi produsen, tetapi juga menciptakan tekanan kompetitif yang lebih tinggi di pasar.

Selain itu, kajian terhadap Hidayat dan Lestari (2021) menunjukkan bahwa disrupsi digital tidak hanya berdampak pada aspek struktural pasar, tetapi juga pada pola hubungan antara produsen dan konsumen. Berbeda dengan Prasetyo dan Wijaya (2020) yang lebih menitikberatkan pada aspek persaingan usaha, Hidayat dan Lestari menekankan pentingnya kepercayaan dan reputasi dalam pasar digital. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan struktur pasar akibat digitalisasi bersifat multidimensional, mencakup aspek teknologi, persaingan, distribusi, serta hubungan sosial-ekonomi antara pelaku pasar. Secara keseluruhan, perbandingan antarartikel menunjukkan bahwa meskipun seluruh penelitian sepakat bahwa disrupsi digital mengubah struktur pasar tradisional, setiap penelitian memiliki fokus analisis yang berbeda. Perbedaan fokus ini memperkaya pemahaman mengenai kompleksitas dampak disrupsi digital terhadap struktur pasar tradisional.

Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat

Hasil kajian menunjukkan bahwa perubahan pola konsumsi masyarakat akibat digitalisasi dipahami secara berbeda oleh para peneliti. Hidayat dan Lestari (2021) menekankan bahwa kemudahan akses informasi, perbandingan harga, serta sistem pembayaran digital menjadi faktor utama yang mendorong konsumen beralih ke transaksi daring. Temuan ini menempatkan konsumen sebagai aktor rasional yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam memenuhi kebutuhan. Sementara itu, Prasetyo dan Wijaya (2020) memandang perubahan pola konsumsi tidak hanya sebagai pilihan individu, tetapi sebagai pemicu meluasnya persaingan pasar akibat terbukanya akses produk dari berbagai wilayah.

Perbedaan penekanan juga terlihat pada dampak perubahan konsumsi terhadap pelaku usaha tradisional. Prasetyo dan Wijaya (2020) menunjukkan bahwa peralihan konsumen ke platform digital berdampak langsung pada menurunnya jumlah pelanggan dan pendapatan usaha kecil konvensional. Sebaliknya, Hidayat dan Lestari (2021) lebih menyoroti perubahan preferensi konsumen terhadap kenyamanan dan kecepatan layanan sebagai tantangan utama

bagi pasar tradisional. Dengan demikian, kedua penelitian sama-sama mengakui adanya tekanan terhadap usaha konvensional, tetapi menempatkan sumber tekanan pada aspek yang berbeda, yaitu struktur persaingan dan ekspektasi konsumen.

Dalam konteks pemasaran digital, Yuliana dan Firmansyah (2022) menekankan peran media sosial dalam membentuk pola konsumsi masyarakat. Menurut temuan mereka, keputusan pembelian konsumen semakin dipengaruhi oleh tren, konten visual, dan rekomendasi influencer. Temuan ini melengkapi pandangan Prasetyo dan Wijaya (2020) yang menyoroti perluasan persaingan, dengan menunjukkan bahwa keunggulan usaha besar tidak hanya terletak pada skala produksi, tetapi juga pada kemampuan mengelola strategi pemasaran digital. Di sisi lain, keterbatasan pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan media sosial memperbesar kesenjangan daya saing di pasar digital.

Sementara itu, Ardiansyah dan Putri (2022) menyoroti perubahan pola konsumsi dari sudut pandang kualitas pelayanan. Mereka menegaskan bahwa konsumen digital semakin menuntut layanan yang cepat, responsif, dan mudah diakses. Temuan ini berbeda dari Hidayat dan Lestari (2021) yang lebih fokus pada kemudahan transaksi, tetapi keduanya sama-sama menunjukkan bahwa perubahan ekspektasi konsumen menjadi faktor penting dalam perubahan struktur pasar. Pelaku usaha yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan tersebut cenderung mengalami penurunan daya saing.

Secara keseluruhan, perbandingan antar artikel menunjukkan bahwa perubahan pola konsumsi masyarakat akibat digitalisasi merupakan fenomena multidimensi. Hidayat dan Lestari (2021) menekankan aspek kemudahan dan efisiensi transaksi, Prasetyo dan Wijaya (2020) menyoroti dampaknya terhadap persaingan pasar, Yuliana dan Firmansyah (2022) fokus pada pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian, sementara Ardiansyah dan Putri (2022) menekankan perubahan ekspektasi konsumen terhadap pelayanan. Perbedaan fokus ini memperkaya pemahaman mengenai bagaimana digitalisasi membentuk perilaku konsumsi sekaligus mengubah struktur pasar tradisional.

Tantangan Pelaku Usaha Kecil di Era Digital

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa para peneliti memiliki kesamaan pandangan mengenai besarnya tantangan yang dihadapi pelaku usaha kecil dalam menghadapi disrupsi digital, namun berbeda dalam penekanan faktor utama yang dianggap paling dominan. Nasution dan Ramadhani (2024) menekankan bahwa ketidaksiapan usaha kecil dalam menghadapi transformasi digital merupakan persoalan struktural yang berkaitan dengan keterbatasan sumber daya dan ketimpangan kemampuan adaptasi dibandingkan pelaku usaha

berbasis digital. Temuan ini sejalan dengan Rahmawati dan Saputra (2023) yang sama-sama menempatkan kesiapan pelaku usaha sebagai faktor kunci, tetapi dengan fokus yang lebih spesifik pada aspek literasi digital individu.

Perbedaan sudut pandang terlihat pada identifikasi hambatan utama transformasi digital. Rahmawati dan Saputra (2023) mengidentifikasi rendahnya literasi digital sebagai kendala paling dominan yang menyebabkan pelaku usaha kecil sulit memanfaatkan media sosial dan marketplace secara optimal. Sebaliknya, Sari dan Putra (2021) menempatkan keterbatasan modal sebagai faktor penghambat utama, khususnya terkait biaya perangkat teknologi, akses internet, dan promosi digital. Kedua penelitian tersebut menunjukkan kesamaan dalam kesimpulan bahwa usaha kecil menghadapi hambatan internal, namun berbeda dalam penekanan apakah kendala utama bersumber dari kapasitas individu atau keterbatasan ekonomi usaha. Sementara itu, Prasetyo dan Wijaya (2020) melihat tantangan usaha kecil dari perspektif kemampuan inovasi dan adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen. Berbeda dengan Rahmawati dan Saputra (2023) yang menyoroti aspek keterampilan teknis digital, Prasetyo dan Wijaya (2020) menekankan bahwa ketertinggalan usaha kecil juga disebabkan oleh pola pikir bisnis yang masih mempertahankan model lama dan kurang responsif terhadap dinamika pasar digital. Temuan ini memperluas pemahaman bahwa tantangan transformasi digital tidak hanya bersifat teknis dan finansial, tetapi juga berkaitan dengan orientasi strategis pelaku usaha.

Selain faktor internal, beberapa artikel juga menyoroti hambatan eksternal yang memengaruhi keberhasilan digitalisasi usaha kecil. Badan Pusat Statistik (2023) dan Susanto dan Kurniawan (2024) sama-sama menegaskan bahwa keterbatasan infrastruktur teknologi dan akses internet yang belum merata menjadi kendala signifikan, terutama di wilayah tertentu. Perbedaannya, Badan Pusat Statistik (2023) lebih menekankan aspek ketersediaan jaringan dan fasilitas teknologi, sedangkan Susanto dan Kurniawan (2024) menyoroti kekhawatiran pelaku usaha terhadap keamanan transaksi digital sebagai faktor yang memperlambat adopsi teknologi.

Secara keseluruhan, perbandingan antar artikel menunjukkan adanya kesamaan bahwa disrupsi digital menghadirkan tantangan multidimensi bagi usaha kecil, meliputi literasi digital, modal, inovasi, dan infrastruktur. Namun, perbedaannya terletak pada fokus analisis masing-masing peneliti, baik pada faktor internal individu, kondisi ekonomi usaha, orientasi bisnis, maupun dukungan sistem eksternal. Temuan ini menunjukkan bahwa permasalahan transformasi digital usaha kecil tidak dapat dipahami secara tunggal, melainkan memerlukan pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan penguatan kapasitas pelaku usaha dan dukungan lingkungan kebijakan.

Peluang Digitalisasi bagi Usaha Kecil

Hasil kajian menunjukkan bahwa seluruh artikel sepakat bahwa perkembangan teknologi digital membuka peluang strategis bagi pelaku usaha kecil untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Ardiansyah dan Putri (2022) menekankan bahwa kehadiran marketplace dan platform perdagangan daring memungkinkan usaha kecil menjangkau konsumen lintas wilayah tanpa harus bergantung pada keberadaan toko fisik. Temuan ini sejalan dengan laporan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022) yang menyatakan bahwa digitalisasi mampu menekan biaya pemasaran sekaligus memperluas akses pasar. Kesamaan kedua sumber tersebut terletak pada pengakuan bahwa teknologi digital berfungsi sebagai alat ekspansi pasar yang efektif bagi usaha kecil.

Namun demikian, terdapat perbedaan fokus dalam menjelaskan manfaat digitalisasi bagi usaha kecil. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022) lebih menitikberatkan pada aspek efisiensi operasional, seperti kemudahan pencatatan keuangan, pembayaran digital, dan pengelolaan stok yang lebih terstruktur. Sementara itu, Ardiansyah dan Putri (2022) lebih menekankan peran digitalisasi dalam meningkatkan daya saing usaha melalui perluasan jaringan pemasaran dan akses konsumen yang lebih luas. Perbedaan ini menunjukkan bahwa sebagian penelitian melihat digitalisasi sebagai alat peningkatan efisiensi internal, sedangkan penelitian lainnya memandangnya sebagai sarana penguatan posisi usaha kecil di pasar yang kompetitif.

Perbedaan sudut pandang juga terlihat pada kajian yang menyoroti dimensi inovasi dan relasi dengan konsumen. Nasution dan Ramadhani (2024) menekankan bahwa teknologi digital membuka peluang bagi usaha kecil untuk menciptakan inovasi produk dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen melalui media sosial. Temuan ini didukung oleh Hidayat dan Lestari (2021) yang menunjukkan bahwa interaksi digital memungkinkan pelaku usaha memahami kebutuhan pasar dan mengikuti tren konsumen secara lebih cepat. Kedua penelitian tersebut memiliki kesamaan dalam melihat media sosial sebagai sarana strategis untuk membangun loyalitas pelanggan, namun Nasution dan Ramadhani (2024) lebih menekankan aspek inovasi produk, sedangkan Hidayat dan Lestari (2021) fokus pada perubahan perilaku dan preferensi konsumen.

Secara keseluruhan, perbandingan antar artikel menunjukkan bahwa peluang digitalisasi bagi usaha kecil dipahami secara beragam, mulai dari perluasan pasar, peningkatan efisiensi operasional, hingga penguatan inovasi dan hubungan dengan konsumen. Kesamaannya terletak pada pandangan bahwa teknologi digital merupakan faktor penting dalam mempertahankan

keberlangsungan usaha kecil di era ekonomi digital. Perbedaannya terletak pada penekanan aspek manfaat yang dianggap paling dominan, baik dari sisi internal usaha maupun dari sisi strategi pasar. Temuan ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital oleh usaha kecil bersifat multidimensi dan memerlukan pendekatan yang terintegrasi agar peluang yang ada dapat dimanfaatkan secara optimal.

Peran Pemerintah dalam Mendukung Transformasi Digital

Hasil kajian menunjukkan bahwa seluruh artikel sepakat bahwa pemerintah memegang peran kunci dalam membantu usaha kecil beradaptasi terhadap perubahan struktur pasar akibat disrupsi digital. Susanto dan Kurniawan (2024) menekankan pentingnya program pelatihan literasi digital sebagai upaya meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pengembangan usaha berbasis teknologi. Pandangan ini sejalan dengan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022) yang juga menempatkan peningkatan kompetensi digital sebagai fondasi utama agar usaha kecil mampu bertahan dan bersaing di era ekonomi digital. Kesamaan kedua sumber tersebut terletak pada penekanan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan prasyarat keberhasilan transformasi digital usaha kecil.

Meskipun demikian, terdapat perbedaan fokus dalam bentuk dukungan pemerintah yang dikaji. Susanto dan Kurniawan (2024) lebih menyoroti aspek penguatan kapasitas individu pelaku usaha melalui pelatihan dan peningkatan literasi digital. Sementara itu, Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022) lebih menekankan dukungan struktural berupa bantuan permodalan dan pembangunan infrastruktur teknologi, seperti pemerataan akses internet. Perbedaan ini menunjukkan bahwa sebagian literatur melihat peran pemerintah dari sisi pengembangan kemampuan pelaku usaha, sedangkan literatur lain menekankan pentingnya intervensi pemerintah pada aspek sumber daya dan fasilitas pendukung.

Perbedaan perspektif juga terlihat dalam pembahasan mengenai regulasi dan kebijakan. Badan Pusat Statistik (2023) menyoroti peran pemerintah dalam menciptakan regulasi yang kondusif bagi keberlangsungan usaha kecil, termasuk perlindungan dari persaingan tidak sehat dan dorongan terhadap penggunaan produk lokal. Berbeda dengan fokus teknis dan ekonomi pada dua sumber sebelumnya, kajian ini menempatkan kebijakan dan tata kelola pasar sebagai faktor penentu keberhasilan usaha kecil dalam menghadapi tekanan pasar digital. Hal ini menunjukkan bahwa peran pemerintah tidak hanya bersifat operasional, tetapi juga strategis dalam membentuk ekosistem pasar yang adil dan inklusif.

Secara keseluruhan, perbandingan antar artikel menunjukkan bahwa peran pemerintah dalam mendukung usaha kecil menghadapi disrupsi digital dipahami secara komplementer. Kesamaannya terletak pada pandangan bahwa intervensi pemerintah sangat dibutuhkan agar usaha kecil tidak tertinggal dalam persaingan pasar digital. Perbedaannya terletak pada penekanan bentuk dukungan, mulai dari peningkatan literasi digital, penyediaan modal dan infrastruktur, hingga penguatan regulasi pasar. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital usaha kecil memerlukan kebijakan pemerintah yang terpadu dan berkelanjutan.

Implikasi Disrupsi Digital terhadap Struktur Ekonomi

Hasil kajian menunjukkan bahwa seluruh artikel sepakat bahwa disrupsi digital berperan signifikan dalam mengubah struktur ekonomi masyarakat menuju sistem yang lebih modern dan berbasis teknologi. Badan Pusat Statistik (2023) menekankan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti *e-commerce* dan pembayaran digital, mendorong efisiensi ekonomi serta mempercepat proses perdagangan dan distribusi. Pandangan ini sejalan dengan Nasution dan Ramadhani (2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi membuka peluang pertumbuhan ekonomi melalui perluasan pasar dan peningkatan produktivitas usaha. Kesamaan temuan antar artikel tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi dipandang sebagai motor utama pertumbuhan ekonomi modern. Meskipun demikian, terdapat perbedaan penekanan dalam melihat dampak digitalisasi terhadap struktur ekonomi. Badan Pusat Statistik (2023) lebih menyoroti digitalisasi sebagai peluang ekonomi makro yang mampu mendorong efisiensi dan integrasi sistem ekonomi secara nasional. Sebaliknya, Nasution dan Ramadhani (2024) menekankan sisi ketimpangan yang muncul akibat perbedaan kesiapan antara usaha besar dan usaha kecil dalam mengadopsi teknologi digital. Artikel ini menunjukkan bahwa sementara digitalisasi mendorong pertumbuhan, pada saat yang sama juga berpotensi memperlebar kesenjangan ekonomi jika tidak disertai dengan kebijakan yang tepat.

Perbedaan perspektif juga terlihat dalam pembahasan mengenai dampak digitalisasi terhadap pola kerja dan aktivitas ekonomi masyarakat. Susanto dan Kurniawan (2024) menyoroti perubahan struktur ketenagakerjaan akibat munculnya pekerjaan berbasis platform digital serta berkurangnya beberapa jenis pekerjaan tradisional. Berbeda dengan dua artikel sebelumnya yang lebih fokus pada struktur pasar dan persaingan usaha, kajian ini menempatkan transformasi sumber daya manusia sebagai isu sentral dalam menghadapi disrupsi digital. Hal ini menunjukkan bahwa dampak digitalisasi tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial dan ketenagakerjaan.

Secara keseluruhan, perbandingan antar artikel menunjukkan adanya kesamaan pandangan bahwa disrupsi digital membawa perubahan mendasar pada struktur ekonomi masyarakat. Perbedaannya terletak pada fokus analisis, yaitu antara peluang pertumbuhan ekonomi, risiko ketimpangan usaha, dan perubahan pola kerja. Temuan ini menegaskan bahwa transformasi digital perlu diiringi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia, pemerataan akses teknologi, serta kebijakan pemerintah yang inklusif agar manfaat ekonomi digital dapat dirasakan secara lebih merata oleh seluruh lapisan masyarakat.

KESIMPULAN

Disrupsi digital terbukti membawa perubahan signifikan terhadap struktur pasar tradisional melalui pemanfaatan teknologi informasi, e-commerce, dan sistem transaksi digital. Perubahan tersebut mendorong terciptanya pasar yang lebih terbuka dan kompetitif, ditandai dengan meningkatnya kecepatan transaksi, perluasan jangkauan pasar, serta perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi. Kajian ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya memengaruhi mekanisme pasar, tetapi juga mengubah cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis agar tetap relevan dalam dinamika ekonomi modern. Hasil kajian juga menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil berada pada posisi yang rentan dalam menghadapi disrupsi digital. Keterbatasan literasi digital, modal usaha, inovasi, serta akses terhadap infrastruktur teknologi menjadi hambatan utama dalam proses adaptasi. Namun demikian, digitalisasi pada saat yang sama membuka peluang bagi usaha kecil untuk meningkatkan daya saing melalui efisiensi operasional, perluasan pasar, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan interaksi dengan konsumen. Oleh karena itu, kemampuan adaptasi dan pemanfaatan teknologi secara tepat menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan usaha kecil.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang umumnya membahas dampak digitalisasi secara parsial, penelitian ini menempatkan disrupsi digital sebagai fenomena struktural yang memengaruhi pasar, pelaku usaha, dan kebijakan secara terpadu. Posisi penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya dengan menekankan pentingnya peran pemerintah dan kolaborasi lintas sektor dalam mendukung transformasi digital yang inklusif. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dalam memahami disrupsi digital tidak hanya sebagai tantangan, tetapi juga sebagai peluang strategis dalam memperkuat struktur ekonomi nasional.

REFERENSI

- Ardiansyah, R., & Putri, M. A. (2022). Transformasi digital UMKM dalam menghadapi persaingan pasar modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 18(2), 115–126.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Perkembangan ekonomi digital Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Hidayat, A., & Lestari, D. (2021). Dampak digitalisasi terhadap perubahan perilaku konsumen di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 45–57.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Laporan perkembangan UMKM digital di Indonesia*. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Nasution, F., & Ramadhani, S. (2024). Strategi usaha kecil dalam menghadapi disrupsi ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 12(1), 88–101.
- Prasetyo, B., & Wijaya, R. (2020). Perubahan struktur pasar akibat perkembangan *e-commerce* di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Modern*, 7(3), 133–145.
- Rahmawati, I., & Saputra, H. (2023). Literasi digital dan daya saing UMKM pada era ekonomi digital. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 70–82.
- Sari, N., & Putra, Y. (2021). Tantangan UMKM dalam transformasi digital pada masa ekonomi modern. *Jurnal Sosial Ekonomi Indonesia*, 5(2), 99–111.
- Susanto, D., & Kurniawan, E. (2024). Peran pemerintah dalam mendukung digitalisasi usaha kecil di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Nasional*, 14(1), 54–67.
- Yuliana, T., & Firmansyah, R. (2022). Disrupsi digital dan perubahan pola perdagangan tradisional. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 6(1), 21–34.