

TRANSFORMASI DIGITAL PASAR TRADISIONAL BALI: PERAN KESIAPAN TEKNOLOGI DALAM MEMODERASI PENGARUH ADOPSI TEKNOLOGI DAN MODAL SOSIAL TERHADAP KEBERDAYAAN PEDAGANG

Made Pramana Putra¹, Komang Endrawan Sumadi Putra², Putu Yunartha Pradnyana Putra³, I Gusti Ketut Adi Winata⁴, Ni Putu Suciyawati⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia

Email: m.pramana.putra@undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh adopsi teknologi dan modal sosial terhadap keberdayaan pedagang serta menguji kesiapan teknologi sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan desain kuantitatif eksplanatori terhadap 100 pedagang yang dipilih melalui multistage sampling di Denpasar, Badung, Gianyar, Tabanan, dan Buleleng. Data dikumpulkan melalui kuesioner luring dan dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan SmartPLS. Model pengukuran memenuhi kriteria validitas konvergen dan konsistensi internal. Adopsi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberdayaan pedagang demikian pula modal sosial. Kesiapan teknologi memperkuat pengaruh adopsi teknologi terhadap keberdayaan serta memperkuat hubungan modal sosial dan keberdayaan. Temuan menegaskan bahwa manfaat teknologi meningkat ketika pedagang siap secara psikologis dan didukung jaringan komunitas yang tepercaya. Program pemberdayaan perlu mengintegrasikan pelatihan digital bertahap, pendampingan sebaya, infrastruktur yang mudah diakses, dan pelestarian nilai relasional lokal.

Kata Kunci: Adopsi Teknologi, Keberdayaan Pedagang, Kesiapan Teknologi, Modal Sosial, Pasar Tradisional.

Abstract

This study examines the effects of technology adoption and social capital on traditional market vendor empowerment and tests technology readiness as a moderator. A quantitative explanatory design was applied to 100 vendors selected through multistage sampling in Denpasar, Badung, Gianyar, Tabanan, and Buleleng. Data were collected through an offline questionnaire and analysed using partial least squares structural equation modelling with SmartPLS. The measurement model met convergent validity and internal consistency criteria. Technology adoption had a positive and significant effect on vendor empowerment, as did social capital. Technology readiness strengthened the effect of technology adoption on empowerment and also strengthened the relationship between social capital and empowerment. The findings show that digital tools generate greater benefits when vendors possess psychological readiness and are supported by trusted community networks. Digital empowerment programmes should therefore combine staged technology training, peer mentoring, accessible infrastructure, and the preservation of local relational values.

Keywords: Market Empowerment, Social Capital, Technology Adoption, Technology Readiness, Traditional Markets.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi beberapa tahun terakhir menciptakan fenomena terkait modernitas yang ditawarkan oleh teknologi digital dan nilai-nilai budaya yang melekat pada pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan salah satu pilar penting ekonomi lokal tidak hanya berfungsi sebagai pusat distribusi barang, tetapi juga sebagai ruang sosial-budaya. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, pasar tradisional menghadapi tantangan eksistensial di era revolusi industri 4.0 akibat kelemahan dalam transparansi harga, persaingan pasar dan tekanan biaya.

Pasar tradisional di Bali tidak hanya berfungsi sebagai pusat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan pelestari budaya. Melemahnya tren penjualan pasar tradisional di Bali beberapa tahun terakhir ditunjukkan oleh data dengan penurunan omzet pedagang pasar tradisional hingga 50% (Perumda Pasar Sewakadarma Kota Denpasar, 2025). Selain itu, gempuran pasar modern dan transformasi digital telah mengubah lanskap perdagangan secara fundamental. Data menunjukkan pasar modern di Bali berkembang pesat ditandai dengan rasio minimarket tertinggi nasional yaitu 59,7 per 100 ribu penduduk tahun 2021 (Rizaty, 2021). Tingginya kuantitas pasar modern tentu membuat persaingan bisnis pasar tradisional semakin ketat. Keterkaitan antara penawaran pasar dan persaingan yang semakin ketat membuat semakin sulit bagi suatu usaha mempertahankan posisi pasar, serta semakin sulit mempertahankan keunggulan kompetitifnya (Fahlefi & Indriani, 2021).

Variabel eksternal strategis yang menjadi ancaman baik saat ini maupun di masa depan bagi pasar tradisional di Bali adalah teknologi informasi, daya tawar dengan pembeli, dan pesaing. (Giantari et al., 2018). Adaptasi bisnis terhadap perkembangan teknologi menjadi salah satu strategi bagi pelaku pasar tradisional untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Namun demikian, adopsi teknologi di pasar tradisional menghadapi tantangan struktural yang kompleks. Transformasi digital dapat menjadi ancaman sekaligus peluang bagi pasar fisik; manfaatnya bergantung pada inovasi model bisnis, efek jaringan, dan kemampuan pasar mempertahankan keunggulan khususnya (Song et al., 2022). Oleh karena itu, modernisasi pasar tradisional Bali perlu dirancang secara kontekstual agar teknologi memperkuat, bukan menghilangkan, nilai lokal.

Inovasi pemberdayaan bagi pedagang kecil di pasar tradisional memerlukan pemahaman terhadap karakteristik sosiodemografis dan perilaku ekonomi para pedagang. Studi menunjukkan 36,7% pedagang pernah berurusan dengan lembaga keuangan non-formal terkait hutang, menyoroti kerentanan pedagang pasar tradisional terhadap praktik pinjaman predator. Temuan ini menekankan pentingnya dukungan modal sosial, baik akses finansial, pendidikan, serta adopsi teknologi dalam meningkatkan kapasitas dan keberdayaan pedagang pasar tradisional. Penelitian tentang jejaring sosial sebagai determinan kesejahteraan pedagang belum mengkaji bagaimana jejaring sosial berinteraksi dengan adopsi teknologi di era digital. Konsep *ethnotechnology* yang dikembangkan dalam konteks produk Noken-Papua memberikan landasan teoritis bahwa teknologi dan kearifan lokal dapat berjalan beriringan. Namun konsep ini belum banyak diterapkan dalam konteks adopsi teknologi oleh pedagang pasar tradisional, terutama di Provinsi Bali yang memiliki kearifan lokal sangat kuat seperti konsep Tri Hita Karana.

Berdasarkan *research gap* di atas, fokus penelitian ini adalah mengkaji pengaruh adopsi teknologi serta modal sosial terhadap keberdayaan pedagang pasar tradisional di Bali menggunakan kesiapan teknologi sebagai variabel moderasi. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk mengembangkan solusi kontekstual yang mampu menjembatani kesenjangan antara desakan modernisasi pasar dan pelestarian identitas kultural di tengah ancaman nyata yang dialami pasar tradisional Bali sebagai simbol ekonomi dan budaya masyarakat. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan adopsi teknologi,

modal sosial, dan kesiapan teknologi dalam satu kerangka untuk mengkaji keberdayaan pedagang pasar tradisional Bali.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh adopsi teknologi dan modal sosial terhadap keberdayaan pedagang pasar tradisional di Bali serta menguji peran kesiapan teknologi dalam memoderasi kedua hubungan tersebut. Kontribusi penelitian terletak pada penyatuan faktor teknologi dan faktor sosial dalam konteks pasar tradisional yang informal, kolektif, dan berakar pada nilai Tri Hita Karana.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Adopsi Teknologi dan Keberdayaan Pedagang

Adopsi teknologi merupakan proses penerimaan dan pemanfaatan inovasi teknologi oleh individu atau organisasi dalam aktivitasnya. Dalam konteks usaha kecil dan menengah, adopsi teknologi menjadi faktor krusial dalam mempertahankan daya saing di era digital. Davis (1989) mengembangkan Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan merupakan determinan utama penerimaan teknologi. Model ini telah banyak digunakan untuk memahami adopsi teknologi di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk pedagang pasar tradisional.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi pasar tradisional di Indonesia menghadapi tantangan signifikan terkait literasi digital dan motivasi pedagang. Rendahnya adopsi teknologi di kalangan pedagang tradisional disebabkan oleh keterbatasan akses terhadap pelatihan, infrastruktur digital yang belum memadai, serta resistensi terhadap perubahan kualitas pelayanan yang terjadi di pasar tradisional Bali.

2. Modal Sosial sebagai Determinan Keberdayaan

Modal sosial didefinisikan sebagai sumber daya yang melekat dalam jaringan sosial, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi tindakan kolektif. Dalam konteks pasar tradisional, modal sosial berperan penting dalam membangun solidaritas, pertukaran informasi, dan dukungan timbal balik antar pedagang. Jejaring sosial menjadi determinan penting kesejahteraan pedagang kaki lima di Indonesia, meskipun belum mengkaji interaksinya dengan adopsi teknologi di era digital.

Modal sosial dalam pasar tradisional Bali memiliki keunikan tersendiri karena berakar pada kearifan lokal Tri Hita Karana, yang menekankan keseimbangan hubungan dengan Tuhan, sesama manusia, dan lingkungan. Nilai-nilai ini membentuk struktur sosial yang khas dan memengaruhi perilaku ekonomi pedagang. Penelitian terdahulu menyoroti kerentanan pedagang pasar tradisional terhadap praktik pinjaman predator, yang menunjukkan pentingnya penguatan modal sosial untuk meningkatkan akses finansial dan pendidikan bagi pedagang.

3. Kesiapan Teknologi sebagai Variabel Moderasi

Kesiapan teknologi (*technology readiness*) mengacu pada kecenderungan seseorang untuk menerima dan menggunakan teknologi baru, yang dipengaruhi oleh faktor optimisme, inovasi, ketidaknyamanan, dan rasa tidak aman (Parasuraman, 2000). Konsep ini penting untuk memahami variasi adopsi teknologi di kalangan pedagang pasar tradisional, mengingat karakteristik sosiodemografis yang beragam. Transformasi digital pada pasar tradisional dapat memperluas jangkauan pasar dan mendorong inovasi model bisnis, tetapi juga dapat mengubah struktur kekuasaan saluran dan daya tarik pasar fisik (Song et al., 2022). Karena itu, adopsi teknologi di pasar tradisional Bali perlu disesuaikan dengan karakter pasar dan nilai lokal agar digitalisasi memperkuat identitas budaya serta keberlanjutan usaha.

4. Keberdayaan Pedagang dan Kapabilitas Bersaing

Keberdayaan (*empowerment*) pedagang mengacu pada peningkatan kapasitas individu untuk mengakses sumber daya, berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, dan mengatasi tantangan ekonomi. Variabel eksternal strategis yang menjadi ancaman bagi pasar tradisional di Bali adalah teknologi informasi, daya tawar pembeli, dan pesaing. Penelitian ini menekankan perlunya strategi revitalisasi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan.

Ketatnya persaingan pasar mempersulit usaha dalam mempertahankan posisi dan keunggulan kompetitif. Dalam konteks ini, adopsi teknologi dan penguatan modal sosial menjadi strategi komplementer untuk meningkatkan keberdayaan pedagang. Penelitian menunjukkan adopsi teknologi dalam bentuk electronic word of mouth (e-WOM) melalui media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli ulang konsumen, yang mengindikasikan potensi pemanfaatan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar.

5. Pengembangan Hipotesis dan Kebaruan Model

Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada konteks pemasaran modern berbasis digital dengan struktur bisnis formal dan sumber daya memadai, sebagaimana ditemukan dalam studi tentang pemasaran digital berbasis AI pada sosial media dan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen (Putra & Putra, 2025). Keunikan yang disajikan penelitian ini adalah implementasi strategi pemasaran modern pada ekosistem pasar tradisional yang bersifat informal, kolektif, dan kental dengan nilai sosial.

Penelitian sebelumnya menyoroti kuatnya peran desa adat dalam pengelolaan destinasi wisata, penyediaan fasilitas, kerja sama kelembagaan, serta pelestarian alam dan budaya (Paristha et al., 2024), tetapi belum menghubungkannya secara operasional dengan strategi peningkatan daya saing bisnis pedagang pasar tradisional. Kebaruan penelitian terletak pada upaya pertama yang meneliti model integratif dengan memasukkan strategi pemasaran modern sebagai inovasi, peran modal sosial sebagai determinan keberdayaan pedagang, dan kultur THK sebagai penyaring nilai sosial untuk menjelaskan keberdayaan pasar tradisional Bali.

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Adopsi teknologi berpengaruh positif terhadap keberdayaan pedagang

H₂: Modal sosial berpengaruh positif terhadap keberdayaan pedagang

H₃: Kesiapan teknologi memperkuat pengaruh adopsi teknologi terhadap keberdayaan pedagang

H₄: Kesiapan teknologi memperkuat pengaruh modal sosial terhadap keberdayaan pedagang.

C. METODE

Penelitian ini mengembangkan model hubungan antara adopsi teknologi, modal sosial, kesiapan teknologi, dan keberdayaan pedagang pasar tradisional di Bali. Penelitian bersifat eksplanatori menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis serta memprediksi hubungan kausalitas antar konstruk yang diteliti. Penelitian dilaksanakan di pasar tradisional yang tersebar di Provinsi Bali. Pemilihan lokasi didasarkan pada karakteristik pasar yang representatif serta tingkat keterpaparan terhadap persaingan dengan pasar modern.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pasar tradisional di Provinsi Bali. Populasi bersifat tidak terbatas karena jumlah pedagang yang terus berubah serta tidak tersedianya data pasti mengenai total populasi pedagang di seluruh pasar tradisional Bali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah multistage sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara bertahap yang menggabungkan beberapa metode sampling, diantaranya tahap purposive sampling terkait Pemilihan kabupaten/kota di Bali yang memiliki pasar tradisional dengan karakteristik omzet pedagang mengalami penurunan signifikan (Suyatna et al., 2026), berada di wilayah dengan pertumbuhan pasar modern tinggi (Perumda Pasar Sewakadarma Kota Denpasar, 2025), dan memiliki nilai kearifan lokal Tri Hita Karana

yang masih kuat (Rizaty, 2021). Berdasarkan kriteria tersebut, ditetapkan lima kabupaten/kota: Kota Denpasar, Kabupaten Badung, Kabupaten Gianyar, Kabupaten Tabanan, dan Kabupaten Buleleng. Tahap kedua menggunakan proporsional random sampling terkait penentuan jumlah sampel pedagang dari setiap pasar secara proporsional berdasarkan jumlah pedagang aktif di masing-masing pasar.

Karena jumlah populasi pedagang pasar tradisional di Provinsi Bali tidak diketahui secara pasti, jumlah sampel minimum ditentukan menggunakan rumus Cochran untuk populasi besar atau tidak terbatas, yaitu $n_0 = Z^2 p(1-p)/e^2$ (Cochran, 1977). Dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), proporsi maksimum $p = 0,50$, dan tingkat kesalahan 10% ($e = 0,10$), diperoleh $n_0 = 96,04$ yang dibulatkan ke atas menjadi 97 responden. Untuk memberikan jumlah sampel di atas batas minimum dan mendukung kecukupan analisis PLS-SEM, jumlah sampel penelitian ditetapkan sebanyak 100 pedagang. Selanjutnya, sampel tersebut dialokasikan secara proporsional pada setiap pasar menggunakan rumus $n_h = (N_h/N) \times 100$, dengan n_h sebagai jumlah sampel pada setiap pasar, N_h sebagai jumlah pedagang aktif pada setiap pasar, dan N sebagai jumlah seluruh pedagang aktif pada pasar-pasar terpilih; responden pada setiap pasar kemudian dipilih secara acak sesuai dengan kriteria penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan dalam definisi operasional variabel. Kuesioner dirancang dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan menggunakan skala interval berupa agree-disagree scale pada rentang nilai 1 sampai 10. Penggunaan skala 1–10 dipilih untuk memberikan variasi jawaban yang lebih luas dan mengurangi kecenderungan responden memilih jawaban tengah (central tendency bias). Hal ini dilanjutkan dengan evaluasi model pengukuran melalui uji validitas konvergen (beban faktor $> 0,7$, AVE $> 0,5$) dan uji reliabilitas (reliabilitas komposit $> 0,7$). Selain itu, model struktural diuji menggunakan metode bootstrapping untuk mengevaluasi signifikansi koefisien jalur (nilai $p < 0,05$), daya prediksi (R^2), dan relevansi prediksi ($Q^2 > 0$) dan dilanjutkan dengan analisis moderasi terhadap variabel kesiapan teknologi serta pelaporan hasil berupa koefisien jalur, nilai t , dan ukuran efek (f^2) untuk menjawab pertanyaan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan penyebaran kuesioner secara langsung (offline) kepada responden. Pendekatan ini dipilih mengingat karakteristik responden yang merupakan pedagang pasar tradisional dengan tingkat literasi digital yang bervariasi.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. PLS-SEM dipilih karena penelitian berorientasi pada prediksi, melibatkan konstruk laten dan efek moderasi, serta tidak mensyaratkan normalitas multivariat secara ketat. Analisis dilakukan dalam dua tahap. Pertama, evaluasi model pengukuran mencakup outer loading, Average Variance Extracted (AVE), Cronbach's Alpha, Composite Reliability, ρ_A , dan validitas diskriminan melalui Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Kedua, evaluasi model struktural mencakup collinearity statistics (VIF), koefisien jalur, R^2 , Q^2 , f^2 , serta pengujian signifikansi melalui prosedur bootstrapping pada tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2022).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dan telah mengisi kuesioner yang disediakan. Responden merupakan pedagang pasar tradisional dengan kriteria telah menjalankan usaha minimal satu tahun serta memiliki pengalaman dalam pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan usahanya. Secara umum, sampel penelitian didominasi oleh pedagang dalam usia produktif, khususnya kelompok usia 35–50 tahun yang mencakup 55% dari total responden. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pedagang pasar tradisional di Bali berada pada tahap karier yang matang dengan tingkat pengalaman bisnis yang tergolong

mumpuni. Dari sisi gender, responden perempuan mendominasi dengan proporsi 60%, sementara itu, jenis komoditas yang paling banyak diperdagangkan adalah kebutuhan pokok dan bahan pangan dasar (42%), diikuti oleh hasil bumi segar seperti buah-buahan dan sayuran (27%). Konsentrasi responden pada kelompok usia produktif dengan dominasi perempuan menunjukkan bahwa segmen pedagang ini memiliki potensi yang cukup besar untuk diberdayakan melalui pendekatan yang tepat, baik dalam hal adopsi teknologi maupun penguatan modal sosial. Temuan ini menegaskan pentingnya perancangan program pemberdayaan yang mempertimbangkan karakteristik demografis serta jenis komoditas yang diperdagangkan oleh para pedagang.

Tabel 1 menyajikan data mengenai perilaku pedagang dalam hal pemanfaatan teknologi digital dan modal sosial di lingkungan pasar. Berdasarkan hasil survei, mayoritas responden (42%) diketahui telah menggunakan sistem pembayaran digital, seperti QRIS, dalam transaksi sehari-hari. Angka ini menunjukkan tingkat adopsi teknologi yang cukup menggembirakan, meskipun pada saat yang sama literasi digital di kalangan pedagang masih tergolong terbatas. Kondisi ini mengindikasikan bahwa teknologi memegang peranan penting dalam mendukung kelangsungan usaha para pedagang, terlebih lagi di tengah persaingan yang kian ketat dengan kehadiran pengecer modern di berbagai wilayah Bali.

Dari sisi modal sosial, sebanyak 65% responden mengaku memiliki hubungan pertemanan yang erat dengan sesama pedagang serta tingkat saling percaya yang tinggi. Hubungan ini menjadi landasan sosial yang kuat bagi terbentuknya sistem dukungan kolektif dalam menghadapi berbagai tantangan usaha. Sementara itu, kepadatan minimarket yang cukup tinggi di kawasan Denpasar dan Badung turut menjadi faktor eksternal yang mendorong pedagang untuk semakin terbuka terhadap perubahan menuju transformasi digital. Saat ini, pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp juga menunjukkan tren peningkatan yang positif, dengan sebanyak 22% responden menggunakannya terutama untuk keperluan promosi produk dan komunikasi dengan pelanggan setia.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Frekuensi (n = 100)
Kategori Usia	18-25 Tahun	12
Kategori Usia	26-35 Tahun	28
Kategori Usia	36-50 Tahun	42
Kategori Usia	> 50 Tahun	18
Jenis Kelamin	Laki-Laki	40
Jenis Kelamin	Perempuan	60
Status Pekerjaan Pedagang	Penuh Waktu (penuh waktu)	67
Status Pekerjaan Pedagang	Paruh Waktu (paruh waktu)	33
Lama Berjualan	< 2 Tahun	18
Lama Berjualan	2–5 tahun	26
Lama Berjualan	6–10 tahun	32
Lama Berjualan	> 10 tahun	24
Intensitas Penggunaan Teknologi Digital	Jarang (< 1 jam per hari)	21
Intensitas Penggunaan Teknologi Digital	Sedang (1–3 jam/hari)	35
Intensitas Penggunaan Teknologi Digital	Sering (3–5 jam/hari)	29
Intensitas Penggunaan Teknologi Digital	Sangat sering (>5 jam/hari)	15

Sumber: Data Diolah, 2026

2. Evaluasi Model Pengukuran

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan pengukuran yang akurat dan konsisten. Validitas konvergen dievaluasi menggunakan nilai beban faktor $> 0,7$ (signifikan pada $p < 0,05$) dan Average Variance Extracted (AVE) $> 0,5$, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara kuat mewakili konstruk (Hair et al., 2022). Validitas diskriminan terpenuhi ketika akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar-konstruk (Fornell & Larcker, 1981). Reliabilitas diuji menggunakan Reliabilitas Komposit (CR) $> 0,7$ dan Cronbach's Alpha $> 0,7$, yang menunjukkan konsistensi internal (Henseler et al., 2015). Tabel 2 menyajikan hasil uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Adopsi Teknologi	0.885	0.887	0.929	0.812
Modal Sosial	0.912	0.913	0.944	0.805
Kesiapan Teknologi	0.908	0.909	0.942	0.844
Keberdayaan Pedagang	0.878	0.879	0.924	0.802

Sumber: Data Diolah, 2026

Nilai Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk mengukur seberapa besar proporsi varians yang mampu dijelaskan oleh setiap konstruk melalui indikator-indikatornya. Seluruh nilai AVE dalam penelitian ini telah melampaui batas minimum yang disarankan, yaitu 0,50, sehingga dapat dikatakan bahwa validitas konvergen terpenuhi dengan baik (Fornell & Larcker, 1981). Nilai Composite Reliability (CR) untuk masing-masing konstruk juga menunjukkan angka di atas 0,70, yang mengindikasikan bahwa konsistensi internal instrumen tergolong tinggi. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan terbukti secara konsisten mengukur variabel laten yang menjadi sasarannya (Bagozzi & Yi, 1988). Secara keseluruhan, hasil pengujian yang dirangkum dalam Tabel 2 memperkuat tingkat keandalan dan ketepatan konstruk yang dioperasionalkan dalam penelitian ini, sehingga menyediakan fondasi yang kokoh bagi tahapan analisis selanjutnya. Dengan demikian, keempat variabel utama, yaitu Adopsi Teknologi, Modal Sosial, Kesiapan Teknologi, dan Keberdayaan Pedagang, telah memenuhi seluruh kriteria validitas dan reliabilitas yang dipersyaratkan. Hal ini menegaskan bahwa instrumen penelitian layak digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

3. Evaluasi Model Struktural dan Pengujian Hipotesis

Tabel 3 menyajikan hasil pengujian pengaruh langsung dalam model struktural PLS-SEM. Adopsi Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberdayaan Pedagang ($\beta = 0,584$; $t = 8,124$; $p < 0,001$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pemanfaatan teknologi digital berkaitan dengan meningkatnya kapasitas pedagang dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Modal Sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberdayaan Pedagang ($\beta = 0,542$; $t = 7,683$; $p < 0,001$). Dengan demikian, H1 dan H2 didukung. Kepercayaan, jaringan sosial, dan norma timbal balik antarpedagang menjadi sumber daya penting yang membantu pedagang memperoleh informasi, dukungan, dan peluang usaha.

Tabel 3. Uji Pengaruh Langsung

Hipotesis	Hubungan	Pengaruh Langsung (β)	Pengaruh Total	Nilai t	Nilai p	Hasil
H1	Adopsi Teknologi $\rightarrow$ Keberdayaan Pedagang	0.584	0.584	8.124	< 0.001	Didukung
H2	Modal Sosial $\rightarrow$ Keberdayaan Pedagang	0.542	0.542	7.683	< 0.001	Didukung

Sumber: Data Diolah, 2026

Tabel 4. Uji Efek Moderasi

Hipotesis	Term Interaksi	β	f^2	Nilai t	Nilai p	Hasil
H3	TA $\times$ TR $\rightarrow$ VE	0.185	0.038	2.618	0.009	Didukung
H4	SC $\times$ TR $\rightarrow$ VE	0.132	0.021	1.982	0.048	Didukung

Sumber: Data Diolah, 2026

Hasil pengujian H3 menunjukkan bahwa Kesiapan Teknologi memoderasi hubungan antara Adopsi Teknologi dan Keberdayaan Pedagang dengan koefisien interaksi positif dan signifikan ($\beta = 0,185$; $t = 2,618$; $p = 0,009$; $f^2 = 0,038$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kesiapan teknologi pedagang, semakin kuat pengaruh adopsi teknologi terhadap peningkatan keberdayaan mereka. Fenomena ini mencerminkan bahwa adopsi teknologi semata tidak cukup untuk mendorong pemberdayaan; dua pedagang yang menggunakan teknologi yang sama dapat mengalami dampak yang sangat berbeda tergantung pada kesiapan psikologis masing-masing. Pedagang dengan kesiapan teknologi tinggi, optimis, dan inovatif cenderung mengeksplorasi fitur lanjutan, memanfaatkan data transaksi, dan mengombinasikan strategi digital dengan pendekatan personal khas pasar tradisional. Temuan ini memperluas *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989) yang selama ini berfokus pada persepsi kegunaan dan kemudahan, dengan menunjukkan bahwa kesiapan teknologi berperan sebagai katalisator yang memperkuat hubungan antara adopsi dan dampaknya terhadap pemberdayaan. Tanpa kesiapan psikologis yang memadai, dampak adopsi teknologi terhadap pemberdayaan menjadi tidak maksimal.

Hasil pengujian H4 juga menunjukkan bahwa Kesiapan Teknologi memoderasi hubungan antara Modal Sosial dan Keberdayaan Pedagang dengan koefisien interaksi positif dan signifikan ($\beta = 0,132$; $t = 1,982$; $p = 0,048$; $f^2 = 0,021$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kesiapan teknologi pedagang, semakin efektif modal sosial yang mereka miliki dalam mendorong peningkatan keberdayaan. Fenomena ini menunjukkan bahwa modal sosial yang kuat tidak otomatis menghasilkan pemberdayaan di era digital; pedagang dengan jaringan sosial luas dan kepercayaan tinggi, tetapi kesiapan teknologi rendah cenderung memanfaatkan modal sosialnya hanya untuk hal-hal konvensional seperti meminjam uang atau berbagi informasi harga harian. Sementara itu, pedagang dengan modal sosial kuat dan kesiapan teknologi tinggi mampu berbagi pengetahuan digital, menciptakan sistem dukungan kolektif untuk adopsi teknologi, dan mengubah norma gotong royong menjadi mekanisme berbagi strategi pemasaran digital.

4. Pengaruh Adopsi Teknologi terhadap Keberdayaan Pedagang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Adopsi Teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan pedagang pasar tradisional di Bali. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya adopsi teknologi dalam meningkatkan kinerja bisnis dan daya saing pemilik usaha kecil. Model Penerimaan Teknologi (TAM) menyatakan bahwa penerimaan teknologi oleh seseorang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan, yang pada gilirannya mendorong penggunaan teknologi secara berkelanjutan dalam kegiatan bisnis (Davis, 1989). Efektivitas komunikasi pemasaran digital sangat dipengaruhi oleh kredibilitas sumber dan sikap konsumen terhadap produk atau layanan yang dipromosikan; kedua faktor tersebut berkontribusi pada terbentuknya perilaku pembelian (Ooi et al., 2023). Ketika pedagang memandang teknologi sebagai alat yang berguna dan mudah digunakan serta memiliki kesiapan teknologi yang memadai, mereka cenderung mengadopsi sistem pembayaran digital dan platform pemasaran online, yang pada akhirnya memberdayakan bisnis mereka.

Adopsi teknologi digital terbukti mampu membuka akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi transaksi bagi pedagang pasar tradisional. Studi pada pedagang pasar tradisional di Kota Denpasar menunjukkan bahwa kesiapan menggunakan pembayaran

nontunai didukung oleh program digitalisasi pasar, tetapi masih terkendala oleh keterbatasan pemahaman sebagian pedagang terhadap sistem pembayaran digital (Prasetia & Lestari, 2023). Fenomena adopsi teknologi di kalangan pedagang pasar tradisional Bali tidak hanya formalitas semata, melainkan terjadi di tengah realitas sosial-ekonomi yang dinamis dan sarat dengan kompleksitas kultural. Sebagian besar pedagang mulai menggunakan QRIS dan platform media sosial bukan karena dorongan internal semata, tetapi karena desakan eksternal dari pelanggan yang semakin akrab dengan sistem pembayaran non-tunai serta tekanan persaingan dari ritel modern yang menawarkan kemudahan serupa. Namun, di balik tren positif ini, masih banyak pedagang yang menggunakan teknologi secara terbatas, misalnya hanya untuk menerima pembayaran tanpa memanfaatkan data transaksi untuk memahami pola pembelian pelanggan, atau hanya memposting produk di media sosial tanpa strategi konten yang terarah.

Kondisi ini mencerminkan *technology adoption gap*, yaitu kesenjangan antara penggunaan teknologi sebagai alat operasional dengan pemanfaatannya sebagai instrumen strategis untuk menciptakan nilai pelanggan (*customer value creation*) dan membangun hubungan jangka panjang (*relationship marketing*). Padahal, menurut perspektif Service-Dominant Logic nilai tidak melekat pada teknologi itu sendiri, melainkan lahir dari interaksi dan koproduksi antara pedagang dan pelanggan melalui proses pertukaran yang dimediasi oleh teknologi (Vargo & Lusch, 2016). Ketika pedagang hanya menggunakan teknologi secara pasif, mereka kehilangan peluang untuk berbagi pengetahuan tentang produk, menceritakan kisah di balik barang dagangan, atau membangun kepercayaan emosional yang justru merupakan keunggulan kompetitif utama pasar tradisional dibandingkan ritel modern. Oleh karena itu, pemberdayaan sejati melalui adopsi teknologi baru akan tercapai ketika pedagang tidak hanya mahir secara teknis, tetapi juga mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi pemasaran relasional yang memanusiakan interaksi, memperkuat identitas lokal, dan menciptakan pengalaman berbelanja yang khas terhadap sesuatu yang tidak dapat ditiru oleh platform digital massal atau modern.

5. Pengaruh Modal Sosial terhadap Keberdayaan Pedagang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Modal Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan pedagang pasar tradisional di Bali. Modal sosial dalam bentuk kepercayaan, jaringan sosial, dan norma-norma yang terbangun di antara para pedagang terbukti mampu meningkatkan kapasitas usaha dan ketahanan ekonomi mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya modal sosial dalam mendukung keberlanjutan usaha pedagang pasar tradisional. Pasar dengan ikatan sosial yang lebih kuat mampu melakukan investasi infrastruktur yang lebih besar, menyediakan lebih banyak layanan bagi pedagang, menunjukkan pembayaran iuran yang lebih teratur, dan mengalami pertumbuhan yang lebih tinggi setelah masuknya ritel modern. Modal sosial, bersama dengan modal manusia dan inovasi, secara signifikan memengaruhi kinerja usaha pedagang kaki lima di Indonesia, terutama melalui pembentukan hubungan yang kuat dengan pemasok dan pelanggan lokal serta penggunaan sistem pembayaran digital (Bakhri et al., 2024).

Program pemberdayaan pedagang pasar melalui pemanfaatan aplikasi daring menunjukkan bahwa pelatihan WhatsApp Business, teknik foto produk, dan penyusunan pesan promosi membantu pedagang memperluas promosi serta memperoleh pelanggan baru (Purwani et al., 2023). Pendekatan berbasis kelompok juga memudahkan pertukaran pengetahuan dan dukungan ketika pedagang menghadapi kendala teknis dalam proses digitalisasi. Hal ini menggambarkan modal sosial yang kuat memungkinkan pedagang membangun kualitas individu dan *trust-based relationships* dengan pelanggan, di mana kepercayaan tidak hanya dibangun melalui kualitas produk, tetapi juga melalui interaksi personal yang berulang dan dukungan emosional yang diberikan. Dengan demikian,

pemberdayaan pedagang melalui penguatan modal sosial harus diarahkan pada upaya menjembatani nilai-nilai lokal dengan tuntutan digitalisasi, menciptakan sinergi antara tradisi dan inovasi, serta memastikan bahwa transformasi digital tidak meninggalkan pedagang kecil, melainkan justru memperkuat peran mereka dalam ekosistem ekonomi lokal yang berkelanjutan.

6. Peran Moderasi Kesiapan Teknologi

Hasil pengujian H3 menunjukkan bahwa Kesiapan Teknologi memperkuat pengaruh Adopsi Teknologi terhadap Keberdayaan Pedagang. Koefisien interaksi yang positif ($\beta = 0,185$) dan signifikan ($t = 2,618$; $p = 0,009$) menunjukkan bahwa manfaat adopsi teknologi terhadap pemberdayaan menjadi lebih besar ketika pedagang memiliki optimisme, inovatif, dan keyakinan yang lebih tinggi dalam menggunakan teknologi.

Meskipun koefisien interaksi sebesar 0,185 menunjukkan arah penguatan, besar-kecilnya efek moderasi diklasifikasikan menggunakan nilai f^2 dari output SmartPLS. Berdasarkan kriteria Cohen (1988), nilai $f^2 = 0,038$ tergolong dalam efek kecil, yang berarti bahwa kontribusi moderasi kesiapan teknologi secara statistik tergolong kecil namun tetap bermakna. Dalam konteks praktis, efek kecil ini tetap memiliki signifikansi yang penting karena jika dikalikan dengan ribuan pedagang pasar tradisional di Bali, dampak kumulatifnya menjadi substansial terhadap peningkatan pendapatan, ketahanan usaha, dan kesejahteraan rumah tangga. Temuan ini mendukung penyusunan program pendampingan digital yang disesuaikan dengan tingkat kesiapan teknologi pedagang, di mana pedagang dengan kesiapan rendah memerlukan pendekatan yang lebih intensif dalam membangun kepercayaan dan mengurangi kecemasan terhadap teknologi, sementara pedagang dengan kesiapan tinggi dapat diberikan pelatihan yang lebih kompleks dan mendalam.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi kesiapan teknologi pedagang, semakin efektif modal sosial yang mereka miliki dalam mendorong peningkatan keberdayaan. Fenomena ini menunjukkan bahwa modal sosial yang kuat tidak otomatis menghasilkan pemberdayaan di era digital. Pedagang dengan jaringan sosial luas dan kepercayaan tinggi tetapi kesiapan teknologi rendah cenderung memanfaatkan modal sosialnya hanya untuk hal-hal konvensional seperti meminjam uang atau berbagi informasi harga harian. Sementara itu, pedagang dengan modal sosial kuat dan kesiapan teknologi tinggi mampu berbagi pengetahuan digital, menciptakan sistem dukungan kolektif untuk adopsi teknologi, dan mengubah norma gotong royong menjadi mekanisme berbagi strategi pemasaran digital. Tanpa kesiapan teknologi yang memadai, modal sosial yang kuat justru dapat menjadi penghambat jika norma-norma yang berlaku terlalu kaku dan menolak perubahan (Suyatna et al., 2026). Secara praktis, temuan ini menegaskan bahwa program pemberdayaan tidak boleh hanya fokus pada penguatan modal sosial atau adopsi teknologi secara terpisah, tetapi harus mengintegrasikan keduanya dengan membangun kesiapan teknologi sebagai fondasi, serta memanfaatkan pemimpin informal dalam komunitas pedagang sebagai agen perubahan digital.

Penelitian ini dapat memberikan peluang untuk memperluas *Technology Acceptance Model* (TAM) dari Davis (1989) dengan mengintegrasikan dimensi *collective readiness* sebagai konstruk baru. Selama ini TAM lebih berfokus pada persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) pada tingkat individu, namun temuan tentang efek moderasi kesiapan teknologi di pasar tradisional Bali menunjukkan bahwa adopsi teknologi dalam komunitas pedagang tidak semata-mata merupakan keputusan rasional individual, melainkan proses sosial yang dipengaruhi oleh dinamika kelompok, norma bersama, dan solidaritas kelompok. Oleh karena itu, implementasi teoritis yang relevan adalah dengan mengadopsi perspektif Social Shaping of Technology (Williams & Edge, 1996), yang menekankan bahwa teknologi dibentuk oleh konteks sosial, budaya, dan kelembagaan di mana ia diimplementasikan. Dalam kerangka ini, modal sosial tidak hanya berfungsi sebagai variabel

independen yang mempengaruhi pemberdayaan, tetapi juga sebagai sebuah kondisi tertentu yang menentukan bagaimana teknologi diterima, diadaptasi, dan bahkan dimodifikasi oleh komunitas pedagang sesuai dengan nilai-nilai lokal seperti gotong royong dan kepercayaan interpersonal. Dengan demikian, model teoritis yang dihasilkan tidak lagi bersifat linear, tetapi bersifat kontekstual, di mana teknologi, modal sosial, dan pemberdayaan saling membentuk melalui proses penyesuaian berkelanjutan di tingkat komunitas pedagang pasar tradisional Bali.

Penguatan teori modal sosial Putnam (2000) juga diperlukan berdasarkan hasil penelitian bahwa ikatan internal yang kuat (*bonding*) di antara sesama pedagang memang berkontribusi pada penegakan aturan dan aksi kolektif, namun untuk menghadapi persaingan ritel modern yang semakin agresif, pedagang juga membutuhkan penghubung (*bridging*) modal sosial, yaitu jaringan yang menghubungkan mereka dengan aktor eksternal seperti pemerintah daerah, asosiasi pengusaha, penyedia platform digital, dan bahkan konsumen dari berbagai latar belakang. Secara teoritis, modal sosial yang terlalu kuat secara internal justru dapat menimbulkan hubungan saling ketergantungan antar individu yang menghambat inovasi dan masuknya informasi baru dari luar komunitas. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memperkaya teori modal sosial dalam konteks ekonomi digital, dengan mengusulkan bahwa pemberdayaan pedagang yang berkelanjutan membutuhkan keseimbangan antara ikatan dan penghubung modal sosial, di mana teknologi berperan sebagai jembatan yang menghubungkan komunitas lokal dengan peluang pasar yang lebih luas tanpa harus mengorbankan hubungan internal yang telah terbangun. Kontribusi teoritis ini sekaligus memperkaya teori Putnam yang dinilai terlalu optimis terhadap efek positif modal sosial, dengan menunjukkan bahwa dalam kondisi tertentu, modal sosial yang kuat justru memerlukan intervensi teknologi untuk mencegahnya menjadi terlalu eksklusif, sehingga tetap relevan dalam ekosistem bisnis yang semakin terbuka dan kompetitif.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif adopsi teknologi dan modal sosial terhadap keberdayaan pedagang. Berdasarkan hasil tersebut penulis memberikan beberapa saran praktis yang dapat digunakan sebagai referensi pengembangan berbagai pihak. Pertama, pedagang pasar tradisional disarankan untuk mulai mengadopsi teknologi secara bertahap sesuai dengan kemampuan, misalnya dengan memulai dari hal yang paling sederhana yaitu mengunggah foto produk ke WhatsApp Status atau Instagram, menerima pembayaran via QRIS, dan mencatat penjualan harian menggunakan aplikasi gratis. Teknologi tidak harus menggantikan interaksi personal yang menjadi ciri khas pasar tradisional, tetapi justru dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi digital yang lebih praktis.

Bagi pemerintah daerah dan pengelola pasar, disarankan untuk merancang program pelatihan literasi digital yang bersifat bertahap dan kontekstual, dimulai dari pengenalan fitur-fitur dasar seperti pembayaran QRIS dan promosi melalui media sosial, kemudian secara progresif meningkat ke pemanfaatan data transaksi untuk analisis sederhana. Program ini sebaiknya melibatkan pedagang senior sebagai mentor bagi pedagang muda, sehingga transfer pengetahuan teknologi berjalan seiring dengan penguatan modal sosial yang telah ada. Selain itu, pemerintah daerah dapat memfasilitasi penyediaan infrastruktur digital seperti jaringan Wi-Fi gratis di area pasar dan mengembangkan platform digital khusus pasar tradisional yang terintegrasi dengan sistem pembayaran dan logistik lokal, dengan tetap mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal Tri Hita Karana sebagai landasan etis dalam setiap intervensi kebijakan. Terakhir, bagi pedagang pasar tradisional secara individual, disarankan untuk mulai mengadopsi teknologi secara bertahap sesuai tingkat kesiapan masing-masing, memanfaatkan platform digital sebagai alat pelengkap untuk memperluas jangkauan pasar tanpa meninggalkan interaksi personal yang menjadi ciri khas pasar tradisional.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menggambarkan adanya hubungan yang signifikan antara adopsi teknologi dan modal sosial terhadap pemberdayaan pedagang di pasar tradisional Bali, dengan kesiapan teknologi sebagai variabel moderator. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian mengenai pemberdayaan pedagang pasar tradisional melalui pemanfaatan teknologi dan modal sosial, terutama di tengah tantangan yang ditimbulkan oleh persaingan dengan ritel modern yang sedang mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia khususnya di Bali. Ikatan sosial yang kuat di antara pedagang pasar tradisional berkontribusi pada penegakan peraturan pasar formal yang lebih ketat, peningkatan aksi kolektif, dan ketahanan penjualan pasar yang lebih besar terhadap masuknya supermarket modern.

Penelitian ini memperluas pengetahuan mengenai Model Penerimaan Teknologi (TAM) Davis (1989) dan teori modal sosial Putnam (2000), dengan mengintegrasikan penerimaan teknologi dan jaringan sosial dalam konteks pemberdayaan ekonomi di komunitas pedagang pasar tradisional. Dalam konteks ini, hubungan yang didasarkan pada saling percaya dan norma-norma gotong royong di antara para pedagang dapat berfungsi sebagai katalisator dalam mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan daya saing usaha. Efek moderasi kesiapan teknologi yang signifikan pada hubungan Adopsi Teknologi dan Keberdayaan Pedagang menegaskan pentingnya menyesuaikan program dukungan digital dengan tingkat kesiapan pedagang. Dengan demikian, kesimpulan empiris penelitian saat ini mendukung pengaruh langsung Adopsi Teknologi dan Modal Sosial serta efek moderasi Kesiapan Teknologi pada hubungan Adopsi Teknologi terhadap Keberdayaan Pedagang.

ACKNOWLEDGEMENT

Penelitian ini dapat terlaksana berkat dukungan dana dari DIPA Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) Tahun Anggaran 2026 sesuai dengan surat perjanjian pelaksanaan penelitian yang telah disepakati. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Undiksha yang telah memfasilitasi pendanaan dan proses administrasi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Avianto, B. N., Marjanto, D. K., Ulumuddin, I., Sudrajat, U., & Julizar, K. (2021). Ethnotechnology Noken-Papua as carrying capacity for enhancing local economic development. *International Journal of Social Economics*, 48(10), 1476–1491. <https://doi.org/10.1108/IJSE-12-2020-0819>
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74–94. <https://doi.org/10.1007/BF02723327>
- Bakhri, S., Suharno, Ahmad, A. A., & Suyono, E. (2024). Social capital as a major factor of street vendors sustainability: An insight for public regulation policy in emerging economy. *Journal of Governance & Regulation*, 13(3), 105–114. <https://doi.org/10.22495/jgrv13i3art9>
- Cochran, W. G. (1977). Sampling techniques. John Wiley & Sons.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fahlefi, D. R., & Indriani, F. (2021). The competitiveness advantage of enterprises: A decision strategy. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)* (pp. 260–263). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.051>

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Giantari, I. G. A. K., Surya, I. B. K., Yasa, N. N. K., & Yasa, I. B. A. (2018). Development and revitalization strategies for traditional markets in Bali. *International Journal of Social Economics*, 45(7), 1058–1070. <https://doi.org/10.1108/IJSE-09-2017-0414>
- Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Handoyo, E., & Wijayanti, T. (2021). The factors affecting the welfare of street vendors in Indonesia. *Planning Malaysia*, 19(18). <https://doi.org/10.21837/pm.v19i18.1048>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Irawati, D. A., Astuti, P., Kurniawan, W., Herawati, S., Putra, R. I., & Ariyadi, M. Y. (2024). Response of small traders in traditional markets to the Iman Portal innovation in avoiding usury. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(Special Issue), 489–495. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v10iSpecialIssue.8598>
- Lim, W. M., Rasul, T., Kumar, S., & Ala, M. (2022). Past, present, and future of customer engagement. *Journal of Business Research*, 140, 439–458. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.014>
- Ooi, K. B., Lee, V. H., Hew, J. J., Leong, L. Y., Tan, G. W. H., & Lim, A. F. (2023). Social media influencers: An effective marketing approach? *Journal of Business Research*, 160, 113773. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113773>
- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (TRI): A multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies. *Journal of Service Research*, 2(4), 307–320. <https://doi.org/10.1177/109467050024001>
- Paristha, N. P. T., Mirayani, N. K. S., Wea, E., Selamat, I. W. A., & Satia Negara, I. M. W. (2024). The role of Sangeh customary village towards the development of Sangeh tourism attraction. *Journey*, 7(1), 97–106. <https://doi.org/10.46837/journey.v7i1.197>
- Perumda Pasar Sewakadarma Kota Denpasar. (2025). *Omzet pedagang di pasar tradisional disebut merosot tajam*. Diakses dari: <https://www.pdpasar.denpasarkota.go.id/berita/omzet-pedagang-di-pasar-tradisional-disebut-merosot-tajam>
- Prasetya, P. B. W., & Lestari, N. P. N. E. (2023). Cashless society: Tantangan dan kesiapan pedagang pasar tradisional di Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 28(1), 83–94. <https://doi.org/10.24843/BSE.2023.v28.i01.p08>
- Purwani, D. A., Pratiwi, F. D., Puspitasari, N., Virga, R. L., & Nusa, L. (2023). Pemberdayaan pedagang pasar dengan pemanfaatan aplikasi online menuju digitalisasi pasar rakyat di Kabupaten Bantul. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(2), 150–158. <https://doi.org/10.21067/jpm.v8i2.8183>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Putra, M. P., & Putra, P. Y. P. (2025). Era baru pemasaran: Analisis pengaruh artificial intelligence terhadap minat beli konsumen. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 75–89.
- Rizaty, M. A. (2021). *Rasio minimarket di Bali tertinggi nasional*. Diakses dari: <https://databoks.katadata.co.id/perdagangan/statistik/471a6e1e8b88199/rasio-minimarket-di-bali-tertinggi-nasional>

- Song, Y., Escobar, O., Arzubiaga, U., & De Massis, A. (2022). The digital transformation of a traditional market into an entrepreneurial ecosystem. *Review of Managerial Science*, 16(1), 65–88. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00438-5>
- Suyatna, H., Kafaa, K. A., Budiono, M. F., Firdaus, R. S. M., & Wibowo, I. A. (2026). Digitalising traditional markets: Challenges and opportunities for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 29(3), 265–277. <https://doi.org/10.22146/jsp.104248>
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2016). Institutions and axioms: An extension and update of service-dominant logic. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(1), 5–23. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0456-3>
- Williams, R., & Edge, D. (1996). The social shaping of technology. *Research Policy*, 25(6), 865–899. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(96\)00885-2](https://doi.org/10.1016/0048-7333(96)00885-2)