MUSYTARI

ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

EKSPLORASI PEMANFAATAN INTELIJENSI BISNIS DALAM ADAPTASI PASAR TRADISIONAL DI ERA DIGITAL

Aulia Putri Siagian[1], Nazla Sabirah[2], Jayyid Zidan Pulungan[3], Nurbaiti[4]
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Korespondensi Penulis:
[1]auliaputri12072005@gmail.com, [2]nazlasabirah1@gmail.com, [3]pulunganjayyidzidan@gmail.com, [4]nurbaiti@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan intelijensi bisnis dalam membantu pasar tradisional beradaptasi di era digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif melalui studi kasus di lima pasar tradisional di Kota Medan, data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan telaah dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pedagang pasar telah mengadopsi teknologi digital dalam bentuk sederhana, seperti aplikasi pencatatan keuangan dan promosi melalui media sosial. Pemanfaatan data dari aplikasi tersebut mulai dimanfaatkan untuk pengambilan keputusan, seperti pengelolaan stok dan strategi harga. Namun, keterbatasan pemahaman teknologi dan kurangnya pelatihan masih menjadi kendala utama. Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan intelijensi bisnis, meskipun sederhana, berperan penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing pasar tradisional. Dengan dukungan pelatihan dan infrastruktur, pemanfaatan intelijensi bisnis dapat menjadi solusi strategis dalam transformasi digital pasar tradisional.

Kata kunci: intelijensi bisnis, pasar tradisional, transformasi digital, adaptasi teknologi, pengambilan keputusan berbasis data

ABSTRACT

This study aims to explore the utilization of business intelligence in supporting traditional markets to adapt in the digital era. Employing an exploratory qualitative approach through case studies in five traditional markets in Medan City, data were collected through in-depth interviews, direct observation, and document analysis. The findings indicate that some market vendors have adopted basic digital technologies such as financial recording apps and social media promotion. Data derived from these tools have started to be used in decision-making processes, such as

Article history
Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagirism checker no 886
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI

ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

inventory management and pricing strategies. However, limited technological literacy and lack of systematic training remain major challenges. This study emphasizes that even in its simplest form, business intelligence plays a significant role in improving operational efficiency and competitiveness in traditional markets. With adequate training and infrastructure support, business intelligence can serve as a strategic solution for the digital transformation of traditional markets.

***Keywords**: business intelligence, traditional market, digital transformation, technology adaptation, data driven decision making*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam sektor perdagangan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mendorong pertumbuhan e-commerce serta pasar modern yang menawarkan kemudahan akses, efisiensi, dan fleksibilitas dalam transaksi jual beli (Laudon & Laudon, 2020). Akibatnya, pasar tradisional yang selama ini menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat menghadapi tantangan besar untuk bertahan di tengah persaingan ini.

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan mendukung usaha kecil. Namun, meningkatnya dominasi pasar digital dan modern menyebabkan penurunan jumlah pengunjung serta daya saing pasar tradisional. Tantangan utama meliputi kurangnya inovasi pemasaran, keterbatasan akses teknologi, serta rendahnya literasi digital di kalangan pedagang (Zuliarti, 2022).

Menurut Nabillah Irbah dan Nazla Khairina dalam jurnalnya yang berjudul "Pemanfaatan Aplikasi Online dalam Digitalisasi Pasar Tradisional di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara", intelijensi bisnis adalah sistem berbasis teknologi yang memungkinkan pengumpulan, analisis, dan pemanfaatan data untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dan efektif. Dalam konteks pasar tradisional, intelijensi bisnis dapat membantu pedagang memahami pola konsumsi pelanggan, mengelola stok barang dengan lebih efisien, menetapkan strategi harga yang kompetitif, serta mengoptimalkan rantai pasokan. Selain itu, penggunaan intelijensi bisnis dapat meningkatkan efisiensi operasional pasar tradisional dengan memberikan wawasan berbasis data mengenai tren penjualan, permintaan pasar, serta pola transaksi pelanggan.

Pandemi COVID-19 semakin mempercepat perubahan pola konsumsi masyarakat, yang mendorong peralihan ke sistem perdagangan berbasis digital (Donthu & Gustafsson, 2020). Hal ini memperlebar kesenjangan antara pasar tradisional dan pasar modern, sehingga inovasi berbasis data diperlukan agar pasar tradisional tetap kompetitif. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah intelijensi bisnis *(business intelligence)*, yaitu sistem berbasis teknologi yang memungkinkan pengumpulan, analisis, dan pemanfaatan data guna mendukung pengambilan keputusan yang lebih akurat dan efektif.

Dalam konteks pasar tradisional, intelijensi bisnis dapat membantu pedagang memahami pola konsumsi pelanggan, mengelola stok secara efisien, menetapkan strategi harga yang lebih kompetitif, serta mengoptimalkan rantai pasokan. Selain itu, sistem ini juga meningkatkan

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

efisiensi operasional dengan memberikan wawasan berbasis data mengenai tren penjualan dan pola transaksi pelanggan. Beberapa negara telah berhasil mengintegrasikan intelijensi bisnis dalam sektor ritel untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas. Namun, di Indonesia, penerapannya masih terbatas pada perusahaan besar dan ritel modern, sementara pasar tradisional masih tertinggal akibat berbagai hambatan yang ada.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana pemanfaatan intelijensi bisnis dapat membantu pasar tradisional beradaptasi di era digital. Dengan memahami tantangan serta peluang yang ada, diharapkan penelitian ini dapat memberikan strategi yang tepat untuk mendorong transformasi digital pasar tradisional agar tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Meskipun telah ada sejumlah penelitian yang membahas tentang digitalisasi pasar tradisional serta pengenalan teknologi digital kepada para pedagang, masih terdapat beberapa celah yang belum banyak dijelajahi secara mendalam. Salah satu aspek yang belum banyak diteliti adalah bagaimana intelijensi bisnis dapat diintegrasikan secara langsung dalam operasional harian pasar tradisional, mengingat sebagian besar studi hanya berfokus pada aspek digitalisasi dasar. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara komprehensif menganalisis dampak nyata dari penerapan intelijensi bisnis terhadap kinerja pasar tradisional, seperti dalam hal peningkatan efisiensi operasional, volume penjualan, maupun kepuasan pelanggan. Tingkat kesiapan serta berbagai hambatan yang dihadapi oleh pedagang pasar tradisional dalam mengadopsi teknologi intelijensi bisnis juga masih jarang menjadi fokus utama kajian ilmiah. Di samping itu, minimnya pengembangan model implementasi intelijensi bisnis yang dirancang khusus sesuai dengan karakteristik pasar tradisional di Indonesia menjadi salah satu faktor penghambat penerapan teknologi ini secara efektif. Oleh karena itu, penting dilakukan eksplorasi lebih lanjut guna mengisi kekosongan penelitian tersebut dan merumuskan strategi integratif yang tepat untuk mendorong transformasi digital berbasis intelijensi bisnis di lingkungan pasar tradisional.

KAJIAN TEORITIS

1. Intelijensi Bisnis (Business Intelligence)

Intelijensi bisnis merupakan sistem berbasis teknologi informasi yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, menganalisis, dan menyajikan data dalam bentuk informasi yang dapat mendukung proses pengambilan keputusan bisnis. Menurut Nuryanto (2020), intelijensi bisnis membantu organisasi dalam mengakses data secara cepat dan akurat, sehingga dapat merumuskan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan pasar.

"Intelijensi bisnis adalah pendekatan strategis yang memungkinkan perusahaan untuk memahami lingkungan internal dan eksternal melalui analisis data sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif."

(Nuryanto, 2020, Sistem Informasi Manajemen).

2. Peran Intelijensi Bisnis dalam Dunia Perdagangan

Dalam konteks perdagangan, khususnya sektor usaha kecil dan menengah (UKM) serta pasar tradisional, intelijensi bisnis dapat digunakan untuk memantau tren penjualan, perilaku konsumen, dan efisiensi rantai pasokan. Menurut Rahardjo & Fauzi (2021), penerapan intelijensi bisnis pada skala UMKM berpotensi meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing di era digital.

"Penggunaan BI oleh pelaku UMKM dan pasar lokal dapat membantu mereka menyesuaikan produk dan strategi pemasaran berdasarkan data pasar yang dinamis."

MUSYTARI

ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

(Rahardjo & Fauzi, 2021, Jurnal Sistem Informasi Bisnis).

3. Tantangan Pasar Tradisional dalam Era Digital

Pasar tradisional di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi, serta minimnya dukungan pelatihan. Menurut Zuliarti (2022), salah satu hambatan utama adalah kurangnya pemahaman pedagang terhadap manfaat teknologi informasi, termasuk intelijensi bisnis.

"Digitalisasi pasar tradisional menuntut adanya pendampingan dan edukasi yang berkelanjutan kepada pedagang agar mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam aktivitas ekonomi mereka."

(Zuliarti, 2022, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital).

4. Model Implementasi Intelijensi Bisnis yang Relevan untuk Pasar Tradisional

Model implementasi intelijensi bisnis pada pasar tradisional harus disesuaikan dengan karakteristik lokal, seperti skala usaha, keterbatasan dana, serta tingkat adopsi teknologi yang masih rendah. Sari & Nugroho (2021) menyarankan pendekatan kolaboratif antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha untuk merancang sistem BI sederhana yang dapat diakses oleh pedagang pasar tradisional.

"Model BI yang ideal untuk pasar tradisional haruslah berbasis kebutuhan nyata pedagang dan disusun secara partisipatif agar mudah diadopsi."

(Sari & Nugroho, 2021, Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Informasi).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana pemanfaatan intelijensi bisnis dapat membantu pasar tradisional beradaptasi di era digital. Pendekatan ini dipilih mengingat kompleksitas dinamika adaptasi yang melibatkan aspek teknologi, sosial, dan budaya di lingkungan pasar tradisional.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pasar tradisional di Kota Medan yang telah menerapkan bentuk awal digitalisasi dalam operasionalnya. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive sampling, dengan kriteria bahwa pasar yang dipilih setidaknya telah mengadopsi satu bentuk teknologi digital, seperti pencatatan transaksi berbasis aplikasi, promosi melalui media sosial, atau penggunaan sistem pembayaran non-tunai. Berdasarkan kriteria tersebut, terpilih lima pasar tradisional yang menjadi objek penelitian.

Untuk memperoleh data yang komprehensif, penelitian ini mengandalkan kombinasi teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi langsung, dan telaah dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap pedagang, pengelola pasar, dan pihak penyedia layanan teknologi, menggunakan pedoman semi-terstruktur yang disusun berdasarkan kerangka adaptasi teknologi dan pemanfaatan intelijensi bisnis. Sementara itu, observasi dilakukan secara partisipatif untuk menangkap praktik nyata penggunaan teknologi di pasar, sedangkan dokumentasi melengkapi data yang diperlukan dalam memahami konteks dan dinamika di lapangan.

Instrumen penelitian yang digunakan meliputi panduan wawancara dan lembar observasi yang dirancang untuk menggali data seputar proses adaptasi teknologi, hambatan yang dihadapi, serta dampak penggunaan intelijensi bisnis terhadap operasional pasar. Pengembangan instrumen ini merujuk pada teori-teori terkait transformasi digital di sektor usaha kecil dan pasar tradisional.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Tahap pertama adalah reduksi data untuk memilah informasi penting yang relevan dengan fokus penelitian.

MUSYTARI
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359
ISSN : 3025-9495

Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk kategori dan tema untuk memudahkan interpretasi, dan tahap akhir adalah penarikan kesimpulan yang menghasilkan pemahaman mendalam tentang bagaimana intelijensi bisnis diterapkan di pasar tradisional.

Untuk memastikan keabsahan hasil penelitian, dilakukan triangulasi baik terhadap sumber data maupun metode pengumpulan data. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan teknik wawancara dan observasi agar hasil penelitian lebih kredibel dan objektif.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data dari tiga pasar tradisional di Kota Medan yang telah mulai mengadopsi bentuk awal digitalisasi, ditemukan bahwa pemanfaatan intelijensi bisnis memiliki pengaruh nyata terhadap adaptasi pasar tradisional di era digital. Beberapa pasar tradisional di medan yang sudah mulai mengadopsi digitalisasi diantaranya adalah:

1. Pasar Petisah: Sebagai salah satu pasar terbesar di Medan, Pasar Petisah telah menjadi pilot project dalam implementasi QRIS. Pedagang di pasar ini mulai menerima pembayaran non-tunai menggunakan QR code, memudahkan transaksi bagi pembeli dan meningkatkan efisiensi operasional.
2. Pasar Sei Sikambing: Pasar ini juga termasuk dalam empat pasar percontohan digitalisasi di Medan. Melalui sosialisasi dan pelatihan, pedagang didorong untuk menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari, mendukung percepatan pemulihan ekonomi daerah melalui digitalisasi pasar tradisional.
3. Pasar Kampung Lalang :Sebagai bagian dari program SIAP QRIS, Pasar Kampung Lalang telah mengadopsi sistem pembayaran digital. Implementasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan penggunaan sistem pembayaran digital di kalangan pedagang dan masyarakat.

Pembahasan ini disusun berdasarkan tiga tema utama yang muncul dari analisis tematik, yaitu: (1) Pola adaptasi teknologi oleh pedagang, (2) Peran intelijensi bisnis dalam pengambilan keputusan, dan (3) Tantangan serta peluang dalam penerapan intelijensi bisnis.

1. Pola Adaptasi Teknologi oleh Pedagang

Mayoritas pedagang di pasar yang menjadi objek studi telah memanfaatkan media sosial, terutama WhatsApp dan Instagram, sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya kehadiran digital, meskipun pemanfaatannya masih terbatas pada promosi dan belum menyentuh aspek analisis data secara sistematis. Sebagian pedagang telah menggunakan aplikasi pencatatan keuangan sederhana seperti BukuWarung dan Kasir Pintar, yang merupakan pintu masuk awal ke sistem intelijensi bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun belum semua pelaku pasar memahami konsep intelijensi bisnis secara utuh, mereka telah memulai langkah-langkah awal menuju digitalisasi berbasis data.

2. Peran Intelijensi Bisnis dalam Pengambilan Keputusan

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang yang menggunakan pencatatan digital lebih mampu mengevaluasi kinerja usahanya secara rutin. Salah satu pedagang menyatakan bahwa pencatatan digital membantunya mengetahui produk mana yang paling laris dan kapan waktu penjualan tertinggi terjadi. Informasi ini digunakan untuk menyusun strategi stok dan penawaran harga tertentu, terutama pada hari-hari sibuk seperti akhir pekan. Hal ini memperlihatkan bahwa intelijensi bisnis, meskipun dalam bentuk sederhana, telah memberikan dampak positif terhadap

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

pengambilan keputusan operasional. Pedagang juga mulai menyadari pentingnya data historis penjualan untuk memprediksi permintaan dan merespons fluktuasi pasar dengan lebih adaptif.

3. Tantangan dan Peluang dalam Penerapan Intelijensi Bisnis

Meskipun manfaatnya mulai dirasakan, tantangan yang dihadapi masih cukup signifikan. Hambatan utama terletak pada keterbatasan pemahaman teknologi dan kurangnya pelatihan sistematis mengenai penggunaan perangkat digital. Sebagian besar pedagang mengandalkan pembelajaran otodidak atau bantuan dari anak-anak mereka yang lebih melek teknologi. Di sisi lain, infrastruktur digital seperti koneksi internet yang tidak stabil dan keterbatasan perangkat juga menjadi kendala dalam penerapan sistem yang lebih kompleks. Namun demikian, peluang untuk mengembangkan pemanfaatan intelijensi bisnis terbuka lebar, terutama jika ada intervensi dari pemerintah daerah, pengelola pasar, atau mitra teknologi dalam bentuk pelatihan, penyediaan aplikasi yang mudah digunakan, serta integrasi sistem manajemen pasar berbasis data.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan intelijensi bisnis di pasar tradisional, meskipun masih berada pada tahap awal, telah menunjukkan kontribusi signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kemampuan adaptasi pedagang terhadap tuntutan era digital. Pemanfaatan data untuk mendukung pengambilan keputusan terbukti mampu meningkatkan daya saing pasar tradisional, sekaligus membuka jalan menuju transformasi digital yang lebih menyeluruh.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pemanfaatan intelijensi bisnis mulai menunjukkan dampak positif terhadap proses adaptasi pasar tradisional di era digital. Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan dan media sosial telah membantu pedagang dalam memahami perilaku konsumen serta mengelola operasional secara lebih efisien. Meskipun penerapan intelijensi bisnis belum sepenuhnya optimal, langkah awal digitalisasi yang telah dilakukan menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional.

Namun, keberhasilan transformasi ini sangat bergantung pada peningkatan literasi digital para pedagang serta dukungan dari pihak eksternal, seperti pemerintah, penyedia teknologi, dan pengelola pasar. Keseluruhan hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa intelijensi bisnis bukan hanya konsep teknologi canggih, tetapi juga alat yang relevan dan aplikatif untuk membantu pedagang tradisional bertahan dan berkembang di tengah kompetisi digital.

SARAN

1. Pelatihan dan Pendampingan: Diperlukan program pelatihan rutin dan pendampingan teknis kepada pedagang pasar mengenai penggunaan aplikasi pencatatan digital dan analisis data sederhana agar mereka dapat memahami dan memanfaatkan intelijensi bisnis secara optimal.
2. Pengembangan Aplikasi Ramah Pedagang: Pengembang teknologi disarankan menciptakan aplikasi yang mudah digunakan, ringan, dan sesuai dengan kebutuhan pedagang pasar tradisional, khususnya untuk pencatatan penjualan, manajemen stok, dan pemantauan pelanggan.
3. Kolaborasi Multi-Pihak: Pemerintah daerah, institusi pendidikan, dan pihak swasta perlu berkolaborasi dalam mendorong digitalisasi pasar tradisional, termasuk melalui penyediaan infrastruktur digital, pelatihan terpadu, serta penyuluhan tentang manfaat intelijensi bisnis.

MUSYTARI

ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

4. Penguatan Komunitas Pedagang: Perlu dibentuk komunitas digital antar pedagang pasar untuk saling berbagi praktik terbaik dan mendukung proses adaptasi bersama dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Ledi munthe.(2022). BI Ajak Pedagang Tradisional Gunakan QRIS dalam Pembayaran. *Go sumut .com*

Nuryanto, D. (2020). Sistem Informasi Manajemen. Yogyakarta: Deepublish.

Rahardjo, B., & Fauzi, M. (2021). Pemanfaatan Business Intelligence untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis,* 11(2), 112–120. https://doi.org/10.32764/jsib.v11i2.452

Sari, M. D., & Nugroho, A. (2021). Pengembangan Model Business Intelligence bagi Pasar Tradisional di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Informasi (SENTIKA),* 22(1), 87–94.

Zuliarti, R. (2022). Digitalisasi Pasar Tradisional: Tantangan dan Strategi Adaptasi Pedagang di Era Teknologi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 45–53.