



Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets

Hera Febrianti^{1*}, Widie Dwitami Sukendari², Isti Mudrikatun Azzahra³

^{1,2,3} Pendidikan Sejarah, Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia

* Corresponding author: hera_febrianti@student.unigal.ac.id

Article History:

Received: 22-01-2026

Revised: 31-01-2026

Accepted: 01-02-2026

Published: 02-02-2026

Keywords:

Pasar Kinanti, social media-capital, digital era-media, traditional market, community-based development, sustainability, local culture.

ABSTRACT

Digital transformation presents both challenges and opportunities for the sustainability of community-based traditional markets. This study aims to examine how social capital, cultural practices, and the use of digital media contribute to the sustainability of Pasar Kinanti as a community-based traditional market in the digital era. This research employs a qualitative descriptive approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews with ten key informants, including market managers, vendors, community volunteers, local artists, youth, and community leaders, complemented by digital documentation and literature review. Data analysis followed the interactive model of Miles and Huberman, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the sustainability of Pasar Kinanti is supported by the synergy between social capital (bonding, bridging, and linking), local cultural practices, and digital media strategies for market representation and visibility. The market functions not only as an economic space but also as a social and cultural arena that strengthens community identity through traditional art activities and intergenerational participation. Digital media expands audience reach and reinforces the market's image as an alternative cultural space. However, this study also identifies structural challenges, including internal role inequality, dependence on social media algorithms, and the risk of cultural commodification. This study proposes a conceptual model of community-based traditional market sustainability that integrates social capital, cultural practices, and the digital cultural economy. These findings contribute to the literature on traditional markets, community-based development, and digital cultural economy studies in local contexts.

Citation: Febrianti, H., Sukendari, W. D. & Azzahra, I. M. (2026). Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 2(1), 22 – 42.

DOI: <https://doi.org/10.25157/jamasan.v2i1.5810>



Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 International.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah secara fundamental pola konsumsi dan sistem pertukaran dalam masyarakat kontemporer. Digitalisasi tidak hanya memodifikasi mekanisme transaksi, tetapi juga merekonstruksi relasi antara produsen, pedagang, dan konsumen melalui platform daring dan media sosial (Purwanto et al., 2024). Dalam konteks ini, pasar tradisional menempati posisi yang secara struktural rentan. Di satu sisi, pasar dituntut beradaptasi dengan logika ekonomi digital yang menekankan kecepatan, visualitas, dan efisiensi; di sisi lain, pasar harus mempertahankan fungsi sosial dan budaya yang menjadi karakter dasarnya. Sejumlah studi menunjukkan bahwa pergeseran preferensi masyarakat menuju pasar modern dan digital berdampak pada melemahnya daya saing pasar tradisional, terutama bagi pedagang yang memiliki keterbatasan akses dan literasi teknologi (Amory & Mudo, 2025; Saputra, 2025).

Dinamika tersebut mengindikasikan bahwa tantangan yang dihadapi pasar tradisional bukan semata persoalan teknis pemasaran, melainkan persoalan struktural. Penurunan jumlah pengunjung dan melemahnya aktivitas ekonomi telah mengurangi fungsi pasar sebagai ruang interaksi sosial dan penguatan solidaritas warga (Siregar, 2025; Indah et al., 2024). Padahal, pasar tradisional secara historis berfungsi sebagai institusi sosial yang menopang kohesi masyarakat lokal dan merekatkan hubungan antarwarga (Noor, 2017; Mokodenseho & Puspitaningrum, 2022). Oleh karena itu, keberlanjutan pasar tradisional menjadi isu strategis dalam pembangunan sosial dan budaya lokal, terutama melalui pendekatan berbasis komunitas yang menempatkan partisipasi warga sebagai fondasi utama (Mansuri & Rao, 2013; Utami, 2025).

Dalam perspektif teori modal sosial, keberlanjutan pasar tradisional sangat ditentukan oleh kualitas relasi sosial yang terbangun di dalamnya, seperti kepercayaan (*trust*), norma sosial, dan jaringan komunitas yang memungkinkan aktivitas ekonomi berlangsung secara kolektif (Putnam, 2000). Namun, modal sosial tidak bersifat tunggal (Kimbal, 2015). Ia hadir dalam bentuk *bonding social capital* yang menguatkan solidaritas internal komunitas, *bridging social capital* yang menghubungkan komunitas dengan aktor eksternal, serta *linking social capital* yang merepresentasikan relasi vertikal dengan institusi atau otoritas tertentu (Gai et al., 2020; Sayuti et al., 2024; Sellang et al., 2025). Diferensiasi bentuk modal sosial ini berpotensi menciptakan distribusi manfaat dan kerentanan yang tidak merata di antara aktor-aktor pasar, terutama ketika pasar mulai berinteraksi dengan logika ekonomi digital dan media sosial (Rasda, 2021).

Febrianti, H., Sukendari, W. D. & Azzahra, I. M. (2026). Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 2(1), hlm 22 – 42.

Seiring berkembangnya media sosial, pasar tradisional berbasis komunitas memanfaatkan ruang digital sebagai sarana promosi, dokumentasi, dan pembentukan citra pasar (Wulandari & Tumanggor, 2024). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pemasaran, tetapi juga sebagai ruang representasi budaya yang memproduksi dan menyebarluaskan nilai, praktik, serta identitas kolektif komunitas (Astari et al., 2025; Aulia et al., 2025). Dalam kerangka ekonomi budaya digital, praktik ekonomi lokal tidak hanya menghasilkan nilai ekonomi, tetapi juga nilai simbolik dan kultural yang dikomodifikasi melalui representasi digital (Rofiah & Eryana, 2025). Proses ini menimbulkan persoalan teoretis mengenai sejauh mana representasi digital pasar mencerminkan realitas sosial komunitas serta bagaimana keuntungan dan risiko akibat digitalisasi terdistribusi di antara aktor-aktor lokal.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pasar tradisional berfungsi sebagai ruang investasi ekonomi masyarakat kecil sekaligus arena interaksi sosial dan pembentukan identitas kolektif (Putnam, 2000; Siregar, 2025; Setyaningrum & Pratiwi, 2023). Pasar juga berperan sebagai medium pewarisan nilai budaya dan praktik gotong royong yang memperkuat kohesi sosial komunitas (Bourdieu, 1986; Mansuri & Rao, 2013). Namun demikian, sebagian besar kajian tersebut masih menempatkan pasar tradisional dalam konteks konvensional dan menitikberatkan pada revitalisasi fisik atau intervensi kebijakan pemerintah. Dinamika relasi sosial, praktik budaya, dan representasi digital berbasis komunitas belum banyak dikaji secara terpadu (Gulo, 2023; Sayuti et al., 2024; Wahib & Susanto, 2024).

Research gap penelitian ini terletak pada masih terbatasnya kajian yang secara integratif menghubungkan teori modal sosial, pendekatan *community-based development*, dan ekonomi budaya digital untuk menjelaskan bagaimana praktik budaya lokal dan representasi digital melalui media sosial membentuk keberlanjutan pasar tradisional berbasis komunitas (Gulo, 2023; Sayuti et al., 2024; Wahib & Susanto, 2024). Ketiadaan pendekatan integratif ini menyebabkan pasar tradisional belum dipahami sebagai formasi sosial-ekonomi *hibrid* yang beroperasi secara simultan dalam logika komunitas dan logika platform digital.

Penelitian ini mengkaji Pasar Kinanti di Desa Cibunar, Kabupaten Ciamis, sebagai studi kasus pasar tradisional berbasis komunitas yang mampu bertahan di tengah transformasi digital. Berdiri sejak 2019 dan dikelola melalui partisipasi kolektif tanpa ketergantungan pada bantuan pemerintah, Pasar ini merepresentasikan praktik nyata pembangunan berbasis komunitas.



Karakteristik pasar seperti konsep pangan sehat, penggunaan koin kayu sebagai alat transaksi, serta penyelenggaraan pasar setiap Minggu Wage mencerminkan kuatnya *bonding social capital* dan prinsip *community-based development* sebagai fondasi keberlanjutan pasar (Fitria et al., 2025).

Selain bertumpu pada kekuatan komunitas lokal, Pasar Kinanti memanfaatkan media sosial sebagai strategi adaptasi di era digital. Dalam perspektif ekonomi budaya digital, media sosial berfungsi sebagai ruang produksi makna, representasi budaya, dan pembentukan identitas kolektif (Hesmondhalgh, 2019; Siregar, 2025). Aktivitas pasar seperti pertunjukan seni, praktik pangan sehat, dan partisipasi warga diterjemahkan ke dalam narasi digital yang memperluas visibilitas pasar tanpa sepenuhnya menggantikan interaksi tatap muka. Dengan demikian, Pasar Kinanti dipahami sebagai praktik ekonomi budaya digital yang mengintegrasikan modal sosial, pengelolaan berbasis komunitas, dan teknologi digital secara simultan.

Berdasarkan konteks tersebut, pertanyaan analitis utama penelitian ini adalah: **bagaimana relasi antara modal sosial komunitas, praktik pembangunan berbasis komunitas, dan representasi budaya digital melalui media sosial membentuk keberlanjutan Pasar Kinanti di era digital?** Penelitian ini bertujuan membangun pemahaman konseptual mengenai hubungan antara struktur sosial komunitas, praktik budaya lokal, dan logika platform digital dalam menopang sekaligus menantang keberlanjutan pasar tradisional berbasis komunitas. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dengan mengembangkan kerangka analisis integratif yang menghubungkan teori modal sosial, *community-based development*, dan ekonomi budaya digital dalam menjelaskan keberlanjutan pasar tradisional di era transformasi digital.

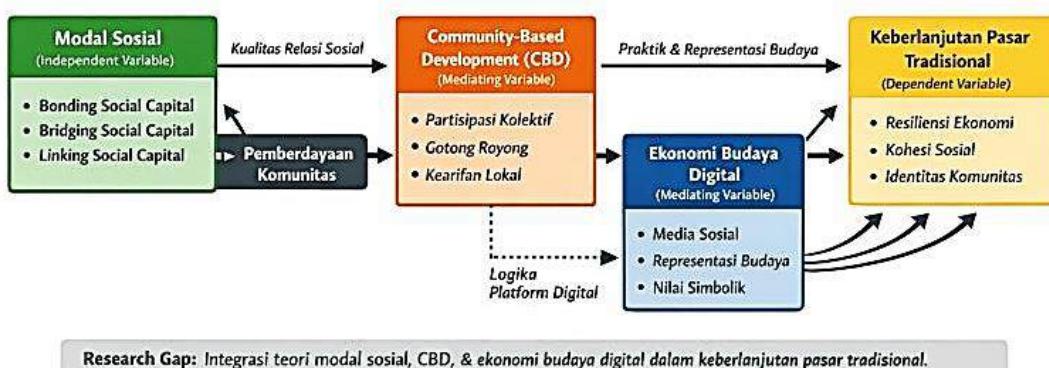
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan memperoleh pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial dalam konteks spesifik (Creswell, 2014; Yin, 2018). Fokus penelitian adalah Pasar Kinanti sebagai pasar tradisional berbasis komunitas yang memanfaatkan media sosial di era digital. Pendekatan ini memungkinkan analisis kontekstual terhadap makna, proses, dan strategi yang diterapkan pengelola serta masyarakat dalam mempertahankan keberlanjutan pasar di tengah digitalisasi (Moleong, 2017). Peneliti berperan sebagai instrumen utama dengan menerapkan refleksivitas melalui pencatatan lapangan sistematis,

Febrianti, H., Sukendari, W. D. & Azzahra, I. M. (2026). Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 2(1), hlm 22 – 42.

perbandingan data empiris dengan literatur, serta upaya meminimalkan bias subjektif.

Data dikumpulkan dari sumber primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 10 informan yang dipilih secara purposive (Sugiyono, 2019), meliputi pengelola pasar, pedagang, relawan komunitas, seniman lokal, pengunjung tetap, tokoh masyarakat, serta anak dan remaja yang terlibat dalam kegiatan seni. Informan mencerminkan aktor kunci dalam pengelolaan, aktivitas ekonomi, dan praktik budaya Pasar Kinanti. Kegiatan seni yang diamati berupa kaulinan tradisional lokal yang ditampilkan sebagai bagian dari aktivitas pasar. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip data saturation, yaitu ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak menghasilkan tema baru yang signifikan (Creswell, 2014). Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka serta dokumentasi digital berupa foto, video, dan unggahan media sosial Pasar Kinanti (Ncep Billal Gema TV, 2022).



Gambar 1. Kerangka Konseptual Keberlanjutan Pasar Tradisional Berbasis Komunitas di Era Digital

Sumber : Data penelitian 2025

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan model Miles and Huberman (2014) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Temuan utama menunjukkan bahwa: (1) Pasar Kinanti dikelola secara terbuka dan partisipatif; (2) nilai gotong royong menjadi dasar keberlanjutan pasar; (3) pedagang dan pengunjung membangun ikatan sosial yang kuat; (4) media sosial dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan dokumentasi; (5) kegiatan seni tradisional berfungsi sebagai ruang edukasi dan ekspresi budaya bagi anak dan remaja; serta (6) pasar dipahami tidak hanya sebagai ruang ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan budaya komunitas.

Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, dokumentasi digital, dan literatur ilmiah (Miles & Huberman, 2014), serta dengan memperhatikan prinsip etika penelitian. Refleksivitas metodologis dilakukan melalui pencatatan lapangan, perbandingan antar-informan, dan integrasi data empiris dengan kajian pustaka. Pendekatan ini menjaga keseimbangan antara apresiasi terhadap nilai budaya lokal dan analisis kritis terhadap dinamika sosial yang membentuk keberlanjutan Pasar Kinanti.

HASIL

1. Modal Sosial sebagai Struktur Organisasi Pasar Kinanti

Pasar tradisional dapat dipahami sebagai institusi sosial yang beroperasi melalui relasi kepercayaan, norma bersama, dan jaringan komunitas, bukan semata-mata mekanisme transaksi ekonomi (Brata, 2016; Putnam, 2000). Dalam konteks ini, perkembangan Pasar Kinanti menunjukkan bahwa modal sosial berfungsi sebagai struktur organisasi informal yang menopang keberlangsungan pasar. Sejak pendiriannya, partisipasi warga tidak hanya bersifat simbolik, tetapi menjadi basis utama perencanaan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan. Temuan ini sejalan dengan Putri et al. (2024) yang menegaskan bahwa pasar tradisional yang mampu bertahan umumnya ditopang oleh modal sosial yang kuat dan aktif.

Keberlanjutan Pasar Kinanti terutama ditopang oleh modal sosial yang berfungsi sebagai struktur organisasi informal pasar. Sejak berdiri pada 2019, pasar ini dikelola sepenuhnya melalui inisiatif warga tanpa dukungan dana pemerintah, sehingga relasi sosial menjadi fondasi utama pengelolaan. Praktik gotong royong, partisipasi sukarela, dan rasa saling percaya membentuk mekanisme koordinasi yang menggantikan struktur birokratis formal. Kondisi ini mencerminkan prinsip community-based development (CBD) yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam perencanaan dan pengelolaan kegiatan (Swadaya, n.d.).

Berdasarkan hasil wawancara, para responden sepakat bahwa perkembangan Pasar Kinanti sangat dipengaruhi oleh kuatnya partisipasi warga sejak tahap awal pendirian pasar. Fenomena serupa turut tampak pada Pasar Kinanti di Desa Cibunar, Ciamis, yang berkembang sebagai pasar berbasis komunitas dengan struktur sosial yang solid. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Kang Deni (40) selaku pengelola pasar yang menyatakan bahwa sejak awal



Febrianti, H., Sukendari, W. D. & Azzahra, I. M. (2026). Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 2(1), hlm 22 – 42.

“semua dibangun warga, 100% gotong royong,” yang menegaskan bahwa fondasi utama keberadaan pasar ini adalah partisipasi komunitas, bukan struktur formal atau intervensi pemerintah.

Pasar Kinanti berdiri pada tahun 2019 melalui inisiatif warga tanpa dukungan dana pemerintah. Keterlibatan warga dalam seluruh tahapan pengelolaan pasar membentuk rasa kepemilikan kolektif yang menjadi fondasi keberlanjutan pasar. Praktik ini merefleksikan pendekatan community-based development, di mana kontrol dan pengambilan keputusan berada di tangan komunitas lokal sebagai aktor utama pembangunan (Swadaya, n.d.). Modal sosial yang terbentuk melalui gotong royong menjadi daya dorong utama keberlanjutan Pasar Kinanti. Hal ini sejalan dengan temuan Fatihah & Purwanto (2025) yang menyatakan bahwa pasar tradisional dapat tetap eksis ketika komunitas mampu membangun rasa kepemilikan kolektif. Kang Deni menegaskan bahwa warga terlibat dalam seluruh proses, mulai dari penataan area hingga penyusunan kegiatan. Dengan demikian, sejak awal Pasar Kinanti memosisikan diri bukan hanya sebagai pasar ekonomi, tetapi sebagai ruang sosial yang memperkuat kohesi antarwarga.

Ciri khas utama Pasar Kinanti adalah komitmennya pada konsep pangan sehat. Mayoritas responden menyatakan bahwa standar pangan sehat menjadi identitas utama Pasar Kinanti yang membedakannya dari pasar tradisional lain. Semua produk yang dijual harus bebas bahan kimia, sehingga menciptakan citra pasar yang aman dan dipercaya masyarakat. Hal ini sejalan dengan kajian Harinie (2025) yang menjelaskan bahwa konsumen modern semakin memilih produk lokal dan pangan aman karena dinilai lebih sehat dan memiliki nilai keberlanjutan. Pernyataan Ibu Nani (45), pedagang pangan sehat, memperkuat hal tersebut: “Di Pasar Kinanti semua makanannya wajib sehat, tidak boleh pakai bahan kimia.” (Wawancara, 24 Desember 2025). Diferensiasi produk ini memberikan keunggulan kompetitif bagi Pasar Kinanti, terutama dalam konteks meningkatnya minat masyarakat terhadap gaya hidup sehat (Suhadak & Nugroho, 2025).





Gambar 2. Suasana aktivitas jual beli pangan sehat di Pasar Kinanti
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2025

Dalam perkembangannya, Pasar Kinanti tidak hanya berfungsi sebagai ruang jual beli, tetapi juga berkembang menjadi ruang budaya dan interaksi sosial. Aktivitas seni seperti pertunjukan gamelan Ki Pamanang, penampilan anak-anak Sekolah Motekar, serta pengajian warga menunjukkan integrasi antara praktik ekonomi dan ekspresi budaya komunitas. Kondisi ini sejalan dengan Sulistiyo et al. (2025) yang menyatakan bahwa pasar tradisional berpotensi menjadi destinasi budaya ketika aktivitas seni dilekatkan pada praktik ekonomi. Perubahan fungsi ini ditegaskan oleh Kang Deni yang menyebutkan bahwa “kalau dulu cuma dagang, sekarang banyak tampil-tampil” (Wawancara, 24 Desember 2025), sehingga Pasar Kinanti berperan sebagai ruang ekonomi sekaligus ruang edukasi dan pelestarian budaya lokal.

Keunikan lain Pasar Kinanti terletak pada penyelenggaraan pasar setiap Minggu Wage berdasarkan kalender Jawa serta penggunaan koin kayu sebagai alat transaksi melalui Bank Ringgit. Penjadwalan berbasis tradisi ini memperkuat identitas lokal pasar dan merefleksikan keterikatan masyarakat dengan nilai leluhur (Wibowo et al., 2022). Sementara itu, sistem koin kayu memiliki nilai simbolik dan edukatif yang memperkuat ikatan sosial antarwarga, sebagaimana dijelaskan oleh Aang bahwa “koinnya dari kayu, ditukar dulu baru belanja” (Wawancara, 24 Desember 2025). Praktik ini sejalan dengan Rinanda & Sibuea (2025) yang menekankan bahwa sistem transaksi berbasis komunitas mampu meningkatkan keterlibatan sosial dan menciptakan pengalaman ekonomi yang berbeda dari pasar modern.



Gambar 3. Transaksi jual beli dengan sistem koin kayu melalui Bank Ringgit.

Sumber: Dokumentasi Pribadi 2025

Meski Pasar Kinanti menunjukkan perkembangan positif, pasar ini tidak bebas dari tantangan. Pertama, ketergantungan pada tenaga relawan berpotensi menciptakan kejemuhan (community burnout), sebagaimana dipaparkan Kusumah et al. (2025). Aang (9) mengungkapkan bahwa persiapan pasar “kadang capek, apalagi semua dilakukan bareng-bareng” (Wawancara, 24 Desember 2025). Kedua, ritme penyelenggaraan yang hanya lima minggu sekali dapat membuat pendapatan pedagang tidak stabil, kondisi ini sesuai dengan temuan Wibowo et al. (2022) mengenai fluktuasi pendapatan pasar berbasis budaya. Ketiga, regenerasi pengelola menjadi isu penting. Saat ini, sebagian besar beban manajerial berada di pundak Kang Deni dan relawan muda seperti Rizky (23). Tanpa kaderisasi, keberlanjutan jangka panjang dapat terancam. Pertanyaan kritis yang muncul adalah “apakah struktur pengelolaan ini dapat bertahan dalam jangka waktu 10–15 tahun”? Kajian Afandi & Saputra (2025) menunjukkan bahwa pasar tradisional yang tidak membangun mekanisme regenerasi cenderung mengalami stagnasi.

Meskipun Pasar Kinanti sering dipahami sebagai hasil kerja kolektif komunitas, praktik pengelolaannya menunjukkan adanya ketimpangan peran antaranggota. Sejumlah aktor kunci, seperti pengelola inti dan relawan aktif, memegang peran dominan dalam pengambilan keputusan, pengelolaan kegiatan, serta representasi pasar di ruang digital, sementara sebagian besar warga berperan sebagai partisipan pendukung. Temuan ini menegaskan bahwa narasi gotong royong tidak selalu berbanding lurus dengan distribusi peran yang setara, serta berpotensi menutupi relasi kuasa internal dalam komunitas (Enggariano et al., 2024; Kusumah et al., 2025).

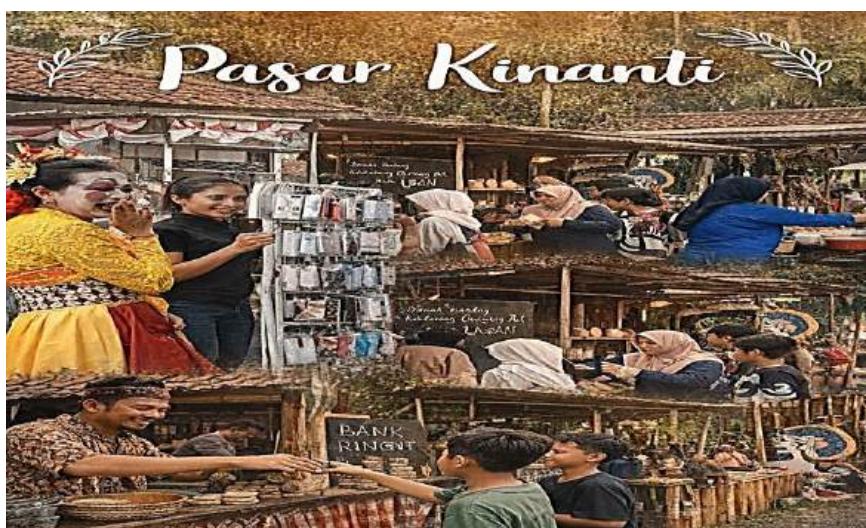
Dari sisi digital, media sosial menjadi sarana utama penyebarluasan informasi dan peningkatan visibilitas Pasar Kinanti, terutama bagi pengunjung dari luar desa. Namun, ketergantungan pada platform seperti Instagram dan YouTube

menjadikan keberlanjutan pasar rentan terhadap perubahan algoritma dan keterbatasan regenerasi pengelola media (Erwin et al., 2024). Dibandingkan pasar yang tidak memanfaatkan media digital dan mengalami penurunan visibilitas (Gulo, 2023), Pasar Kinanti memiliki keunggulan adaptif. Meski demikian, keberlanjutannya tetap bergantung pada kemampuan komunitas mengelola risiko teknologi dan dinamika sosial secara berkelanjutan (Wulandari & Tumanggor, 2024).

2. Budaya sebagai Identitas sekaligus Komoditas

Budaya lokal menjadi elemen penting dalam pembentukan identitas Pasar Kinanti. Praktik seperti konsep pangan sehat, penggunaan koin kayu, penjadwalan pasar berdasarkan kalender Jawa (Minggu Wage), serta pertunjukan seni tradisional membedakan Pasar Kinanti dari pasar tradisional lain. Budaya berfungsi sebagai penanda identitas kolektif yang memperkuat rasa memiliki komunitas sekaligus menarik minat pengunjung.

Di sisi lain, budaya juga mengalami proses komodifikasi. Aktivitas seni dan simbol tradisi tertentu ditampilkan secara rutin karena dinilai memiliki daya tarik ekonomi dan visual, terutama bagi pengunjung dan media sosial. Temuan ini menunjukkan adanya ketegangan antara budaya sebagai ekspresi nilai kolektif dan budaya sebagai aset ekonomi. Dalam konteks ini, budaya tidak hanya diproduksi untuk kepentingan internal komunitas, tetapi juga disesuaikan dengan selera audiens eksternal. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa keberlanjutan pasar berbasis budaya memerlukan pengelolaan reflektif agar pelestarian budaya tidak tereduksi menjadi sekadar konsumsi simbolik.



Gambar 4. Pasar Kinanti; pasar tradisional dan pengetahuan
Sumber: Dokumentasi penelitian 2025

Febrianti, H., Sukendari, W. D. & Azzahra, I. M. (2026). Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 2(1), hlm 22 – 42.

Keberlanjutan Pasar Kinanti bertumpu pada kuatnya modal sosial masyarakat yang menjadi fondasi utama pengelolaan pasar. Sejak berdiri pada 2019, seluruh proses perencanaan dan operasional dilakukan melalui gotong royong warga, sebagaimana disampaikan pengelola pasar bahwa “semua dari warga, 100% gotong royong” (Wawancara, 24 Desember 2025). Modal sosial ini berfungsi tidak hanya sebagai sumber daya sosial, tetapi juga sebagai mekanisme organisasi informal yang menjaga stabilitas pasar di tengah tekanan modernisasi (Putri et al., 2024).

Selain sebagai ruang ekonomi, Pasar Kinanti juga berfungsi sebagai ruang budaya yang memperkuat identitas komunitas. Aktivitas seni, penampilan anak-anak Sekolah Motekar, dan kegiatan pengajian menjadikan pasar sebagai ruang interaksi sosial dan produksi nilai budaya. Kondisi ini menunjukkan bahwa pasar tradisional dapat berperan sebagai arena pewarisan budaya sekaligus penguatan kohesi sosial masyarakat (Brata, 2016).

Namun demikian, pemanfaatan budaya sebagai daya tarik pasar juga berpotensi memicu komodifikasi budaya. Aktivitas seni dan simbol tradisi yang ditampilkan secara rutin cenderung disesuaikan dengan selera pengunjung dan kebutuhan visibilitas media sosial, sehingga berisiko bergeser dari ekspresi kultural menjadi aset ekonomi. Kondisi ini menimbulkan ketegangan antara pelestarian nilai tradisional dan tuntutan ekonomi pasar serta representasi digital. Dalam konteks ini, budaya tidak hanya dimaknai sebagai ekspresi kolektif komunitas, tetapi juga sebagai komoditas simbolik dalam ekonomi budaya digital (Ustianti, n.d.; Hesmondhalgh, 2019). Oleh karena itu, pengelolaan pasar berbasis budaya perlu dilakukan secara reflektif agar pelestarian budaya tidak tereduksi menjadi konsumsi simbolik semata (Siregar, 2025).

Pelibatan lintas generasi juga menjadi elemen penting dalam keberlanjutan pasar. Mayoritas responden menyatakan bahwa keterlibatan pemuda dan anak-anak dalam aktivitas pasar membuat Pasar Kinanti memiliki daya hidup yang lebih kuat dan berkelanjutan. Pemuda seperti Rizky bertanggung jawab atas dokumentasi kegiatan dan media sosial, sedangkan anak-anak terlibat dalam pertunjukan seni sehingga menarik perhatian pengunjung. Rizky menuturkan, “media sosial dimanfaatkan supaya orang luar tahu pasar ini bukan cuma tempat jualan, tapi ada budayanya” (Wawancara, 24 Desember 2025). Dengan keterlibatan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, pasar ini tidak hanya menjadi ruang ekonomi, tetapi juga ruang pembelajaran dan reproduksi budaya



yang selaras dengan Sulistiyo et al. (2025), yang menegaskan bahwa aktivitas budaya meningkatkan daya hidup pasar tradisional.

Di era digital, keberlanjutan Pasar Kinanti diperkuat oleh adaptasi melalui pemanfaatan media sosial. Instagram dan YouTube menjadi platform utama untuk mempromosikan kegiatan dan mendokumentasikan aktivitas budaya, pangan sehat, serta suasana pasar. Kang Deni menyebutkan bahwa “banyak yang tahu Pasar Kinanti dari IG, dari video kegiatan, atau dari anak-anak Motekar yang tampil di luar” (Wawancara, 24 Desember 2025). Hal ini sejalan dengan Malik & Iftikad (2025) bahwa media sosial mampu meningkatkan visibilitas dan memperluas jaringan audiens. Dengan demikian, media sosial berperan sebagai perpanjangan ruang interaksi pasar yang mampu memperluas jangkauan informasi sekaligus membentuk citra budaya pasar.

Namun, ketergantungan Pasar Kinanti pada media sosial juga menghadirkan kerentanan. Perubahan algoritma Instagram dan YouTube berpotensi menurunkan visibilitas konten, terutama bagi komunitas kecil yang tidak memiliki strategi digital profesional (Erwin et al., 2024). Selain itu, keberlanjutan digital pasar sangat bergantung pada aktor tertentu, sehingga tanpa regenerasi pengelola media, risiko stagnasi semakin besar.

Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi sebagai arena kuasa yang diatur oleh logika algoritmik platform. Visibilitas konten ditentukan oleh engagement dan preferensi pasar digital, yang menyebabkan narasi budaya tertentu lebih dominan dibandingkan konten reflektif atau informatif

Dari perspektif community-based development (CBD), pengelolaan Pasar Kinanti mencerminkan prinsip kemandirian, partisipasi, dan kontrol kolektif atas sumber daya lokal. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam perencanaan, pengambilan keputusan, dan pengelolaan pembangunan guna mencapai keberlanjutan sosial dan ekonomi (Mansuri & Rao, 2013). Dalam konteks Pasar Kinanti, prinsip tersebut tercermin melalui keterlibatan warga dalam penentuan jadwal pasar, penetapan standar pangan sehat, serta perancangan kegiatan budaya. Dengan demikian, struktur pengelolaan pasar tidak semata berbasis ekonomi, tetapi dibangun atas nilai, kesepakatan, dan praktik kolektif komunitas (Putnam, 2000).

Sementara itu, dalam perspektif digital cultural economy, media sosial berfungsi sebagai ruang produksi dan representasi makna budaya. Melalui dokumentasi visual dan naratif seperti aktivitas seni, penggunaan koin kayu,



Febrianti, H., Sukendari, W. D. & Azzahra, I. M. (2026). Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 2(1), hlm 22 – 42.

dan penjadwalan pasar berbasis kalender Jawa identitas Pasar Kinanti dikonstruksi sebagai pasar tradisional yang otentik dan berbasis budaya (Siregar, 2025). Dengan demikian, teknologi digital tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai medium pembentukan dan penguatan nilai budaya di ruang publik digital.

Keberlanjutan Pasar Kinanti dibentuk oleh sinergi antara modal sosial, budaya, dan teknologi. Modal sosial menyediakan struktur organisasi komunitas, budaya membentuk identitas dan daya tarik pasar, sementara media digital memperluas representasi dan jangkauan pasar. Pola ini sejalan dengan temuan Fatihah & Purwanto (2025) bahwa pasar tradisional dapat bertahan apabila mampu memadukan nilai lokal dengan strategi adaptif.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa pasar tradisional tidak lagi hanya berfungsi sebagai ruang ekonomi, melainkan sebagai ruang hibrid yang mengintegrasikan dimensi sosial, budaya, dan digital. Pasar Kinanti merepresentasikan model pasar berbasis komunitas yang adaptif di era digital, di mana identitas budaya dan praktik kolektif direproduksi sekaligus dinegosiasikan melalui media sosial (Putnam, 2000; Brata, 2016; Siregar, 2025).

Dalam kajian pasar tradisional berbasis komunitas, temuan ini memperluas pendekatan community-based development (CBD) yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam perencanaan dan pengelolaan pembangunan (Mansuri & Rao, 2013). Integrasi antara modal sosial, praktik budaya, dan pemanfaatan teknologi digital pada Pasar Kinanti menunjukkan bahwa keberlanjutan pasar tidak hanya ditentukan oleh aspek fisik maupun kebijakan struktural, tetapi juga oleh kemampuan komunitas dalam memelihara nilai kolektif serta beradaptasi dengan dinamika teknologi. Dengan demikian, pengalaman Pasar Kinanti dapat diposisikan sebagai refleksi konseptual bagi pengembangan pasar tradisional lain yang menghadapi tantangan serupa di era digital (Fatihah & Purwanto, 2025).

3. Media Digital sebagai Arena Representasi Kuasa

Media sosial memainkan peran strategis dalam keberlanjutan Pasar Kinanti dengan memediasi representasi pasar di ruang publik digital. Melalui Instagram dan YouTube, aktivitas budaya, praktik pangan sehat, dan keramaian pasar direpresentasikan sebagai identitas lokal yang otentik. Dalam perspektif digital cultural economy, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi sebagai ruang produksi makna budaya yang terintegrasi dengan logika ekonomi platform (Hesmondhalgh, 2019; Siregar, 2025).



Namun, representasi tersebut tidak bersifat netral. Visibilitas Pasar Kinanti di ruang digital sangat ditentukan oleh mekanisme algoritmik yang memprioritaskan konten visual, atraktif, dan berpotensi menghasilkan engagement. Akibatnya, narasi budaya tertentu memperoleh dominasi representasi, sementara praktik komunitas yang bersifat reflektif atau sehari-hari cenderung terpinggirkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa media digital berfungsi sebagai arena kuasa simbolik, di mana platform menentukan nilai, visibilitas, dan legitimasi budaya (Erwin et al., 2024; Ardhana et al., 2025). Ketergantungan pada aktor muda sebagai pengelola media sosial serta pada satu platform digital menjadikan keberlanjutan digital Pasar Kinanti bersifat rentan. Tanpa strategi regenerasi dan diversifikasi kanal komunikasi, pasar berbasis komunitas berisiko mengalami ketergantungan struktural pada logika platform digital (Wulandari & Tumanggor, 2024).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan Pasar Kinanti dibentuk melalui relasi dinamis antara modal sosial sebagai struktur organisasi informal, budaya sebagai identitas sekaligus komoditas simbolik, dan media digital sebagai arena representasi serta kuasa. Integrasi ketiga dimensi tersebut menegaskan bahwa pasar tradisional berbasis komunitas bertahan bukan semata karena faktor ekonomi, melainkan karena kemampuan komunitas mengelola relasi sosial, memproduksi makna budaya, dan bernegosiasi dengan logika platform digital secara reflektif (Putnam, 2000; Siregar, 2025; Fatihah & Purwanto, 2025).

PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa Pasar Kinanti beroperasi sebagai institusi sosial yang ditopang oleh relasi kepercayaan, norma kolektif, dan jaringan komunitas, bukan semata sebagai ruang transaksi ekonomi (Putnam, 2000; Brata, 2016). Sejak berdiri pada 2019 tanpa dukungan dana pemerintah, pengelolaan pasar sepenuhnya bergantung pada partisipasi warga melalui praktik gotong royong dan sukarelawan. Modal sosial dengan demikian berfungsi sebagai struktur organisasi informal yang menggantikan mekanisme birokratis formal.

Pola ini mencerminkan prinsip community-based development (CBD) yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam perencanaan dan pengelolaan pembangunan (Mansuri & Rao, 2013). Temuan ini sejalan dengan Putri et al. (2024) dan Fatihah & Purwanto (2025) yang menunjukkan bahwa



Febrianti, H., Sukendari, W. D. & Azzahra, I. M. (2026). Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 2(1), hlm 22 – 42.

pasar tradisional yang mampu bertahan umumnya memiliki tingkat partisipasi komunitas dan rasa kepemilikan kolektif yang kuat. Pasar Kinanti sejak awal diposisikan bukan hanya sebagai ruang ekonomi, tetapi sebagai ruang sosial yang memperkuat kohesi antarwarga.

Diferensiasi melalui konsep pangan sehat memperkuat kepercayaan konsumen dan membangun identitas pasar yang kredibel. Hal ini konsisten dengan Harinie (2025) dan Suhadak & Nugroho (2025) yang menyatakan bahwa konsumen semakin memilih produk lokal yang dianggap aman, sehat, dan berkelanjutan. Dengan demikian, modal sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber daya sosial, tetapi juga sebagai basis legitimasi ekonomi.

Namun, penelitian menemukan adanya ketimpangan distribusi peran dalam praktik pengelolaan pasar. Meskipun narasi gotong royong dominan, pengambilan keputusan dan representasi pasar cenderung terpusat pada aktor inti tertentu. Kondisi ini menguatkan kritik Enggariano et al. (2024) dan Kusumah et al. (2025) bahwa modal sosial tidak selalu menghasilkan relasi egaliter, melainkan dapat mereproduksi hierarki kuasa internal yang tersembunyi dalam wacana partisipasi.

Selain itu, ketergantungan pada tenaga relawan memunculkan risiko *community burnout* serta persoalan regenerasi kepemimpinan. Afandi & Saputra (2025) menunjukkan bahwa pasar tradisional tanpa mekanisme kaderisasi cenderung mengalami stagnasi jangka panjang. Oleh karena itu, keberlanjutan Pasar Kinanti tidak hanya bergantung pada kekuatan modal sosial, tetapi juga pada kapasitas institusional komunitas untuk membangun sistem organisasi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Budaya lokal menjadi elemen kunci dalam pembentukan identitas Pasar Kinanti melalui praktik pangan sehat, penggunaan koin kayu, penjadwalan pasar Minggu Wage, serta pertunjukan seni tradisional. Budaya berfungsi sebagai penanda identitas kolektif yang memperkuat rasa memiliki komunitas sekaligus membedakan pasar ini dari pasar tradisional lain. Temuan sejalan dengan Brata (2016) dan Sulistiyo et al. (2025) yang menyatakan bahwa pasar tradisional berperan sebagai ruang pewarisan nilai budaya dan penguatan kohesi sosial.

Namun, penelitian menunjukkan bahwa budaya juga mengalami proses komodifikasi simbolik. Aktivitas seni dan simbol tradisi tertentu diproduksi secara rutin karena memiliki nilai visual dan ekonomi, terutama untuk konsumsi pengunjung dan audiens media sosial. Hal ini menimbulkan ketegangan antara



budaya sebagai ekspresi nilai kolektif dan budaya sebagai aset ekonomi. Dalam perspektif digital cultural economy, budaya tidak hanya direproduksi untuk komunitas internal, tetapi juga disesuaikan dengan preferensi audiens eksternal (Hesmondhalgh, 2019; Ustianti, n.d.). Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberlanjutan pasar berbasis budaya memerlukan pengelolaan reflektif agar pelestarian budaya tidak tereduksi menjadi konsumsi simbolik semata (Siregar, 2025). Jika tidak dikritisi, budaya berpotensi kehilangan makna sosialnya dan berubah menjadi komoditas visual yang tunduk pada logika pasar dan media digital.

Keterlibatan lintas generasi memperkuat daya hidup pasar. Pemuda berperan sebagai pengelola media sosial dan dokumentasi, sementara anak-anak terlibat dalam pertunjukan seni. Pola ini menunjukkan bahwa Pasar Kinanti tidak hanya menjadi ruang ekonomi, tetapi juga ruang pembelajaran sosial dan reproduksi budaya. Temuan ini memperluas argumen Sulistiyo et al. (2025) bahwa aktivitas budaya meningkatkan vitalitas pasar tradisional sekaligus memperkuat keberlanjutan sosialnya.

Media sosial memainkan peran strategis dalam keberlanjutan Pasar Kinanti dengan memediasi representasi pasar di ruang publik digital. Melalui Instagram dan YouTube, aktivitas budaya, praktik pangan sehat, dan suasana pasar direpresentasikan sebagai identitas lokal yang otentik. Dalam kerangka digital cultural economy, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi sebagai ruang produksi makna budaya yang terintegrasi dengan logika ekonomi platform (Hesmondhalgh, 2019; Siregar, 2025).

Namun, representasi ini tidak bersifat netral. Visibilitas Pasar Kinanti sangat ditentukan oleh mekanisme algoritmik yang memprioritaskan konten visual dan atraktif. Akibatnya, narasi budaya tertentu menjadi dominan, sementara praktik komunitas yang bersifat reflektif atau keseharian cenderung terpinggirkan. Temuan ini mendukung Erwin et al. (2024) dan Ardhana et al. (2025) yang menegaskan bahwa media digital merupakan arena kuasa simbolik, di mana platform menentukan nilai, legitimasi, dan visibilitas budaya.

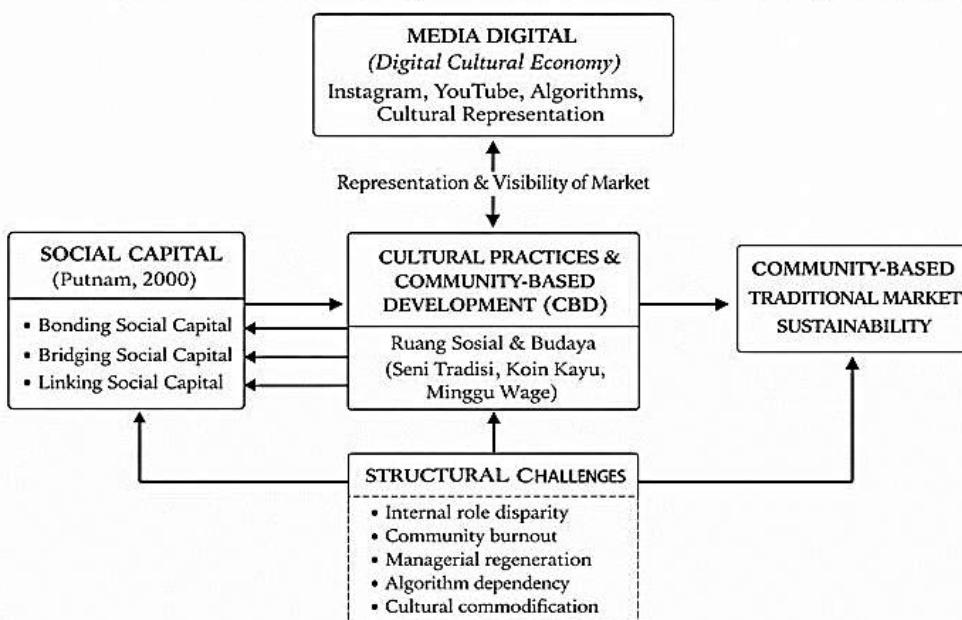
Ketergantungan pada aktor muda tertentu sebagai pengelola media serta pada satu platform digital menciptakan kerentanan struktural. Tanpa strategi regenerasi dan diversifikasi kanal komunikasi, pasar berbasis komunitas berisiko tunduk pada logika platform yang tidak sepenuhnya dapat dikendalikan oleh komunitas (Wulandari & Tumanggor, 2024). Dengan demikian, media digital

Febrianti, H., Sukendari, W. D. & Azzahra, I. M. (2026). Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 2(1), hlm 22 – 42.

berfungsi sekaligus sebagai peluang adaptasi dan sumber risiko baru bagi keberlanjutan pasar tradisional.

Secara konseptual, temuan penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan Pasar Kinanti dibentuk oleh relasi dinamis antara modal sosial, budaya, dan media digital. Modal sosial menyediakan struktur organisasi komunitas, budaya membentuk identitas sekaligus daya tarik simbolik, sementara media digital memperluas representasi dan jangkauan pasar. Pola ini menguatkan temuan Fatihah & Purwanto (2025) bahwa pasar tradisional bertahan ketika mampu memadukan nilai lokal dengan strategi adaptif. Pasar Kinanti merepresentasikan model pasar hibrid yang mengintegrasikan dimensi sosial, budaya, dan digital. Dengan demikian, pasar tradisional tidak lagi dipahami semata sebagai ruang ekonomi, melainkan sebagai arena produksi makna sosial dan negosiasi dengan logika platform digital (Putnam, 2000; Brata, 2016; Siregar, 2025).

Theoretical Model of Community-Based Traditional Market Sustainability in the Digital Era



Theoretical Model of Community-Based Traditional Market Sustainability in the Digital Era

Gambar 5. Diagram Konseptual Model Temuan Penelitian

Sumber : Data penelitian 2025

Kontribusi teoretis penelitian terletak pada perluasan pendekatan *community-based development* dengan memasukkan dimensi *digital cultural economy*. Keberlanjutan pasar tidak hanya ditentukan intervensi struktural atau revitalisasi fisik, tetapi oleh kemampuan komunitas mengelola modal sosial, mereproduksi budaya, dan bernegosiasi dengan teknologi digital secara reflektif. Dengan demikian, Pasar Kinanti diposisikan sebagai model konseptual bagi

pasar tradisional berbasis komunitas yang menghadapi tantangan serupa di era digital.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberlanjutan Pasar Kinanti sebagai pasar tradisional berbasis komunitas dibentuk oleh integrasi dinamis antara modal sosial komunitas, praktik budaya lokal, dan media digital. Modal sosial berfungsi tidak hanya sebagai perekat sosial, tetapi sebagai struktur organisasi informal yang menggantikan mekanisme birokrasi formal dalam pengelolaan pasar. Praktik budaya lokal berperan sebagai sumber identitas sekaligus aset simbolik yang dinegosiasikan dalam konteks ekonomi dan visibilitas digital.

Dari perspektif teoretis, penelitian berkontribusi dengan merumuskan model konseptual keberlanjutan pasar tradisional yang memadukan tiga dimensi utama: modal sosial sebagai fondasi organisasi, budaya sebagai identitas dan komoditas simbolik, serta media digital sebagai arena representasi dan kuasa. Temuan memperluas kajian pasar tradisional yang selama ini cenderung berorientasi pada revitalisasi fisik dan kebijakan negara, dengan menekankan peran relasi sosial, produksi makna budaya, dan logika algoritmik platform digital dalam membentuk keberlanjutan.

Namun, penelitian memiliki keterbatasan karena berfokus pada satu studi kasus dan belum mengkaji secara mendalam relasi kuasa algoritmik serta dampak ekonomi pasar secara terukur. Oleh karena itu, penelitian lanjutan perlu diarahkan pada studi komparatif lintas konteks, analisis kuantitatif dampak ekonomi, serta kajian kritis mengenai bagaimana algoritma media sosial membentuk representasi budaya dan ketimpangan visibilitas komunitas lokal. Pendekatan ini penting untuk memperkaya pemahaman teoretis tentang keberlanjutan ruang ekonomi-budaya komunitas di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. K., & Saputra, A. A. (2025). Dinamika Hubungan Sosial Dan Ekonomi Dalam Jaringan Pedagang Tradisional di Pasar Rakyat. *Journal Of Integrated Economi and Bisnis Studies*, 1(1), 1–6.
- Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28–37.

- Febrianti, H., Sukendari, W. D. & Azzahra, I. M. (2026). Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 2(1), hlm 22 – 42.
- Ardhana, V. Y. P., Sari, M. N., Kumoro, D. T., Hidayati, L., Prasetyo, Y. P. W., Liantoni, F., Mulyodiputro, M. D., Haryadi, D., & Setiawan, D. (2025). *Strategi dan Teknologi Media Sosial*. Mega Press Nusantara.
- Astari, A. R., Shilfa, I., Aulia, O. A., Hanafiah, T., & Purwanto, E. (2025). Strategi branding budaya dalam media digital oleh pemerintah daerah. *Journal of Technology and System Information*, 2(3), 12-12.
- Aulia, N., Nafsi, A., Fatimah, A. S., Nadhifa, A. A., & Caniago, S. A. (2025). Konsumerisme sebagai Bentuk Identitas Sosial Remaja Urban Di Era Media Sosial. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 884–909.
- Azizah, S., Pt, S., Sos, M., & Commun, M. (2025). Pengembangan Masyarakat. *Pengembangan Masyarakat Berbasis Digital*, 54.
- Brata, I. B. (2016). Pasar tradisional di tengah arus budaya global. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*, 6(1).
- Bourdieu, P. (1986). L'illusion biographique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 62(1), 69-72.
- Creswell, J. W. (2009). Research designs. Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. sage.
- Enggariano, A. A., Masrukin, M., & Primadata, A. P. (2024). Komodifikasi tenaga kerja dalam praktik gotong royong di masyarakat pedesaan. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(1), 172–185.
- Erwin, E., Judijanto, L., Yuliasih, M., Nugroho, M. A., Amien, N. N., & Mauliansyah, F. (2024). *Social Media Marketing Trends*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fatihah, R. P., & Purwanto, D. (2025). Peran Modal Sosial Memperkuat Eksistensi Pasar Gede Hardjonagoro Sebagai Destinasi Wisata Kuliner. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 9(1), 139–152.
- Fitria, N., Hasimi, D. M., & Malik, A. (2025). Eksistensi modal sosial pedagang pasar tradisional terhadap kesejahteraan dalam perspektif ekonomi Islam. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 5(1), 161–172.
- Gai, A. M., Witjaksono, A., & Maulida, R. R. (2020). *Perencanaan dan Pengembangan Desa*.
- Gulo, A. (2023). Revitalisasi budaya di era digital dan eksplorasi dampak media sosial terhadap dinamika Sosial-Budaya di tengah masyarakat. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan (JURDIKBUD)*, 3(3).
- Harinie, L. T. (2025). *Perilaku Konsumen Bagi Pasar Produk Lokal*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Kimbal, R. W. (2015). *Modal sosial dan ekonomi industri kecil: Sebuah studi kualitatif*. Deepublish.



- Kusumah, D., Mardani, D. A., & Nurnawati, R. (2025). Payung Geulis (Tasikmalaya City): Between Existence, Regeneration and Local Wisdom. *Al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 8(1), 1244–1258.
- Malik, D., & Iftikad, I. (2025). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Efektif Di Resto Ocean Garden Stasiun Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(7), 18–28.
- Mansuri, G., & Rao, V. (2013). Can participation be induced? Some evidence from developing countries. *Critical Review of International Social and Political Philosophy*, 16(2), 284-304
- Mokodenseho, S., & Puspitaningrum, T. L. (2022). Relasi sosial-ekonomi dan kekuasaan antara rentenir dan pedagang pasar tradisional di jawa tengah. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 13(1), 41-58. <https://doi.org/10.14710/politika.13.1.2022.41-58>
- Noor, T. R. (2017). Fungsi Sosial-Ekonomi Pasar Tradisional (Studi Tentang Pasar Karah Kec. Jambangan, Kota Surabaya). *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 5(1), 77-96.
- Putri, M. S. A., Azizah, P., & Amallia, D. (2024). Analisis Modal Sosial Pedagang Di Pasar Tradisional Di Desa Tanggul Wetan, Kec. Tanggul, Kab. Jember. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 2(2), 272–277.
- Purwanto, H., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2021). Traditional market transformation into digital market (Indonesian traditional market research library). *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 1980-1988.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rasda, M. (2021). *Struktur Sosial Dan Hubungan Sosial Di Pasar Tradisional* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Rinanda, T., & Sibuea, N. (2025). Analisis Strategi Pengembangan Pasar Kamu sebagai Destinasi Ekonomi Kreatif Berbasis Komunitas di Pantai Labu. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Sosity*, 5(4), 152–164.
- Rofiah, C., & Eryana, E. (2025). Menghidupkan Warisan Budaya Di Pasar Barongan: Kewirausahaan Sosial Sebagai Penggerak Ekonomi Lokal. *MARGIN ECO*, 9(1), 87-111.
- Saputra, H., Hidayah, A., Yuvelna, Y., Isnaini, I., & Indriyani, A. (2025). Analysis of Social Change: The Transformation of Traditional Traders at Pasar Raya Padang in the Digital Economy Era. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 14(1), 95-106.
- Sayuti, R. H., Mulyawati, S., Juniarish, N., Nurjannah, S., & Hadi, A. P. (2024). *Modal Sosial dan Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Yayasan Sahabat Alam Rafflesia.
- Sellang, K., Ahmad, J., Mustanir, A., Nonci, N., Ramadhanv, M. R., Lubis, S., ... & Latif, A. (2025). *Smart Village dan Penguatan Kapasitas Lokal Desa*. CV Eureka Media Aksara.

- Febrianti, H., Sukendari, W. D. & Azzahra, I. M. (2026). Existence of Kinanti Market in the Digital Age: The Role of Social Media in Preserving Traditional Markets. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 2(1), hlm 22 – 42.
- Siregar, C. G. (2025). *Dampak Ekonomi Digital Terhadap Identitas Budaya Periode 2010-2025: Studi Kasus Indonesia-Vietnam*. Universitas Kristen Indonesia.
- Stake, R. E. (1995). The art of case study research.
- Suhadak, E. S. N., & Nugroho, A. D. (2025). Analisis Strategi Daya Saing Pasar Tradisional Dan Modern Berdasarkan Minat Pembelian Pengunjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(6), 386–392.
- Sulistyo, T. D., Gantina, D., Haryono, J., Rachmatullah, A., & Aditya, M. K. (2025). Keberadaan Pasar Tradisional di Jakarta Sebagai Destinasi Wisata. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 30(1), 66–84.
- Swadaya, P. P. O. P. K., & Barat, H. N. D. I. S. (n.d.). *Ii. Konsep Community Based Development (CBD)*.
- Ustianti, S. P. (n.d.). *Bahasa Sebagai Wadah Kebudayaan*. Mosaik Peradaban, 70
- Utami, A. T. (2025). Integrasi Pasar Rakyat dengan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: Model Kebijakan Strategis untuk Revitalisasi Ekonomi Lokal. *PAMARENDA: Public Administration and Government Journal*, 5(1), 1-18. <https://doi.org/10.52423/pamarenda.v5i1.99>
- Wahib, M., & Susanto, A. (2024). Pendidikan berbasis komunitas: Membangun ekonomi kerakyatan melalui keterlibatan masyarakat. *Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences*, 2(6), 330-341.
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis dampak kehadiran pasar modern terhadap kinerja pemasaran pasar tradisional berbasis perspektif pedagang dan konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65.
- Wulandari, D. S., & Tumanggor, A. H. U. (2024). *Transformasi Digital pada Pasar Tradisional*. Penerbit NEM.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications* (Vol. 6). Thousand Oaks, CA: Sage.

