

APPLICATION REPASTRA-G: REVOLUTION PASAR TRADISIONAL GUBENG UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING GLOBALISASI UMKM SEBAGAI PENINGKATAN EKONOMI SOSIAL EKONOMI/UMKM

Dwi Damara Agasta^{1*}

¹Universitas Negeri Malang

*damaraagast08@gmail.com



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Di era digitalisasi pemanfaatan teknologi menjadi hal lumrah dalam peningkatan ekonomi, namun tidak dengan pasar tradisional yang seolah-olah ketertinggalan zaman. Indonesia saat ini memiliki kurang lebih 13.450 pasar tradisional yang mampu menampung sekitar 13 juta pedagang kios dan lebih dari 9 juta pedagang yang berstatus Pedagang Kaki Lima (PKL). Alih-alih menjadi penunjang, perkembangan pesat e-commerce dan belanja online kini menjadi kompetitor utama, mengancam persentase perekonomian yang selama ini ditopang oleh sektor ini. Potensi positif teknologi untuk pasar tradisional sebenarnya sangat melimpah. Namun realitanya, teknologi justru menjadi ancaman bagi keberlangsungan pasar tradisional dan UMKM yang bernaung di bawahnya. Penulis menggunakan metode literature review, berfokus pada peran digitalisasi teknologi dalam peningkatan ekonomi yang siap bersaing dengan pasar modern (online). Oleh karenanya, penulis mengembangkan sebuah platform yang dapat digunakan bagi konsumen maupun penjual yang mampu merevolusi konsep penjualan pada pasar tradisional Gadang malang. Platform yang bernama, REPASTRA-G menggabungkan teknologi digital dengan kekayaan budaya lokal untuk menciptakan ekosistem yang menguntungkan bagi UMKM dan PKL. Platform ini menawarkan fitur-fitur seperti Maps REPASTRA-G, Smart Pecagin, dan Serc Kios, serta mempromosikan produk-produk lokal dan menampilkan cerita di balik setiap produk, untuk menjaga kelestarian budaya lokal. REPASTRA-G menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi kunci untuk memberdayakan UMKM dan PKL, menghidupkan kembali pasar tradisional, dan melestarikan budaya lokal. Dengan pendekatan yang cerdas dan terintegrasi, REPASTRA-G dapat menjadi contoh bagi pasar tradisional lainnya di Indonesia, membantu mereka bersaing di era digital.

Kata Kunci: Digitalisasi Pasar Tradisional, UMKM dan PKL, Platform REPASTRA-G, Pelestarian Budaya Lokal

Abstract: In the digital age, technology utilization is common place in economic growth, but traditional markets seem to be lagging behind. Indonesia currently has approximately 13,450 traditional markets that accommodate around 13 million stall vendors and over 9 million street vendors. Instead of being a support,

the rapid development of e-commerce and online shopping has become a major competitor, threatening the percentage of the economy that has been supported by this sector. The positive potential of technology for traditional markets is actually abundant. However, in reality, technology has become a threat to the sustainability of traditional markets and the MSMEs that operate under them. The author uses a literature review method, focusing on the role of digital technology in economic growth that is ready to compete with modern (online) markets. Therefore, the author developed a platform that can be used by both consumers and sellers, capable of revolutionizing the concept of sales in the Gadang Malang traditional market. The platform, named REPAstra-G, combines digital technology with local cultural richness to create an ecosystem that benefits MSMEs and street vendors. This platform offers features such as Maps REPAstra-G, Smart Pecagin, and Serc Kios, as well as promoting local products and showcasing the stories behind each product, to preserve local culture. REPAstra-G demonstrates that technology can be the key to empowering MSMEs and street vendors, reviving traditional markets, and preserving local culture. With a smart and integrated approach, REPAstra-G can serve as an example for other traditional markets in Indonesia, helping them compete in the digital age.

Keywords: *Digitalization of Traditional Markets, MSMEs and Street Vendors, REPAstra-G Platform, Preservation of Local Culture*

PENDAHULUAN

Lebih dari sekadar tempat berbelanja, pasar tradisional merupakan warisan leluhur yang hingga kini masih hidup dan relevan. Keberadaan pasar tradisional bukan sekadar nostalgia masa lampau. Pasar tradisional memegang peranan penting dalam perekonomian rakyat. Di Indonesia saat ini ada lebih kurang 13.450 pasar tradisional yang mampu menampung sekitar 13 juta pedagang kios dan lebih dari 9 juta pedagang yang berstatus Pedagang Kaki Lima (PKL) (Qolbi et al., 2023). Seperti halnya Pasar Gubeng Malang, pasar tradisional merupakan jantung ekonomi bagi warga Kota Malang. Tempat bertemunya penjual dan pembeli, menghidupi ratusan PKL dan UMKM, serta menjaga roda perekonomian lokal tetap berputar.

Teknologi, sebagai pisau bermata dua, menghadirkan dilema bagi pasar tradisional. Di satu sisi, potensi peningkatan ekonomi melalui teknologi sangat besar, namun realitanya, teknologi justru menjadi ancaman bagi keberlangsungan pasar tradisional dan UMKM yang bernaung di bawahnya (Hasna & Mayvani, 2023). Alih-alih menjadi penunjang, perkembangan pesat *e-commerce* dan belanja *online* kini menjadi kompetitor utama, mengancam persentase perekonomian yang selama ini ditopang oleh sektor ini. Potensi positif teknologi untuk pasar tradisional sebenarnya sangat melimpah (Syukria, 2023). Namun, realitas di lapangan menunjukkan cerita yang berbeda. Banyak pedagang tradisional yang masih

kesulitan beradaptasi dengan teknologi. Sangat disayangkan jika generasi penerus bangsa Indonesia hanya terpaku pada kemewahan pasar modern, sehingga mengabaikan nilai-nilai penting yang terkandung dalam pasar tradisional. Pasar tradisional bukan sekadar tempat bertransaksi, tetapi juga merupakan cerminan sejarah, budaya, dan identitas bangsa.

Keterbatasan akses internet, keterampilan digital yang minim, dan biaya operasional yang tinggi menjadi hambatan utama. Sementara itu, raksasa *e-commerce* dengan sumber daya dan infrastruktur yang memadai, menawarkan kemudahan dan pilihan yang lebih beragam bagi konsumen, menarik minat belanja online dan secara perlahan menggerus pangsa pasar tradisional (Safira, 2023). Akibatnya, UMKM yang bergantung pada pasar tradisional menghadapi penurunan omset dan ancaman penutupan usaha. Padahal, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, karena berkontribusi sekitar 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% angkatan kerja (Wiragung et al., 2023). Hal ini berdampak langsung pada penurunan persentase kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional.

Tantangannya bukan sekadar mengadopsi teknologi, tetapi bagaimana mengintegrasikan teknologi secara efektif dan inklusif (Jayanti & Karnowati, 2023). Pemerintah dan pihak terkait perlu berperan aktif dalam memfasilitasi akses teknologi bagi pedagang tradisional, memberikan pelatihan dan pendampingan yang komprehensif, serta menciptakan ekosistem digital yang mendukung keberlanjutan pasar tradisional (Effendi et al., 2024). Di tengah arus digitalisasi ini, sebuah inisiatif inovatif muncul di Kota Malang: REPASTRA-G. REPASTRA-G hadir sebagai solusi untuk memanfaatkan teknologi dalam mendukung UMKM dan PKL di Pasar Tradisional Gubeng, membantu mereka bersaing dengan *online shop* dan pasar modern.

REPASTRA-G dengan judul "*Application* Repastra-G: Revolusi Pasar Tradisional Gubeng Upaya Meningkatkan Daya Saing Globalisasi UMKM Sebagai Peningkatan Ekonomi" mengusung konsep "Revolusi" dengan memadukan inovasi digital dan kekayaan budaya lokal. Inisiatif ini berupaya menciptakan ekosistem yang menguntungkan bagi para pelaku usaha UMKM atau PKL. REPASTRA-G menawarkan fitur, Maps REPASTRA-G, Smart Pecagin, dan Serc Kios. REPASTRA-G tidak hanya fokus pada aspek digital, tetapi juga menekankan pentingnya pelestarian budaya lokal. Platform ini memfasilitasi promosi produk-

produk lokal dan menampilkan cerita di balik setiap produk. Tujuannya adalah mengingatkan masyarakat tentang kekayaan budaya yang terkandung dalam pasar tradisional dan menumbuhkan rasa bangga terhadap produk lokal. REPAstra-G merupakan bukti bahwa teknologi dapat menjadi alat untuk memberdayakan UMKM dan PKL, menghidupkan kembali pasar tradisional, dan menjaga kelestarian budaya lokal (Simamora, 2022). Dengan memanfaatkan teknologi secara bijak dan mengintegrasikan nilai-nilai budaya, REPAstra-G berpotensi untuk menjadi model yang dapat ditiru oleh pasar tradisional lainnya di Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Pasar Tradisional

Pasar tradisional telah ada sejak zaman dahulu kala, berfungsi sebagai pusat pertukaran barang dan jasa dalam masyarakat. Sistem barter awal berevolusi menjadi transaksi moneter, namun esensi interaksi langsung antara penjual dan pembeli tetap dipertahankan (Yusida et al., 2021). Pasar tradisional merupakan jantung perekonomian lokal yang menawarkan interaksi langsung dan personal antara penjual dan pembeli (Ranggayoni, 2023). Dalam suasana yang hangat dan penuh keakraban, proses transaksi tidak hanya sebatas pertukaran barang dan uang, tetapi juga diwarnai dengan pertemuan tatap muka yang menciptakan hubungan manusiawi dan kepercayaan yang kuat. Tantangan dan upaya revitalisasi pasar tradisional sangat penting untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM serta mempertahankan warisan budaya lokal.

Gubeng

Gubeng merupakan salah satu pasar tradisional yang sangat vital dalam mendukung perekonomian warga lokal, khususnya masyarakat Kota Malang. Karena keberadaan pasar ini, warga dapat dengan mudah mengakses berbagai kebutuhan sehari-hari, mulai dari bahan pangan segar, sayuran, buah-buahan, hingga produk kerajinan lokal, semuanya tersedia dengan harga yang kompetitif.

Peran Pasar Tradisional untuk UMKM

Pasar tradisional memainkan peran penting dalam perekonomian, khususnya bagi UMKM dan perekonomian lokal. Mereka menyediakan akses pasar bagi produsen lokal, menciptakan lapangan kerja, dan mendukung ketahanan pangan. Ekonomi dapat mengukur kontribusi pasar tradisional terhadap PDB, menganalisis

struktur pasar, dan mengevaluasi efisiensi ekonomi dari sistem perdagangan ini (Wahdania & Hr, 2020). Pasar tradisional merupakan pusat aktivitas ekonomi yang menawarkan beragam produk, mulai dari pakaian, sayuran, buah-buahan, hingga makanan. Keberagaman produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan perekonomian warga lokal.

Banyak pedagang di pasar tradisional adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergantung pada pasar untuk menjual produk mereka. Melalui pemberian akses langsung kepada konsumen, UMKM dapat meningkatkan penjualan dan, pada gilirannya, memperbaiki kondisi ekonomi mereka (Yulianti et al., 2021). Produk yang dijual di pasar tradisional sering kali mencerminkan budaya lokal dan kearifan tradisional, seperti makanan khas atau kerajinan tangan. Ini tidak hanya memberikan identitas bagi masyarakat, tetapi juga menarik wisatawan yang ingin merasakan pengalaman lokal.

Digitalisasi UMKM dalam Pasar Tradisional

Digitalisasi UMKM di pasar tradisional adalah kunci untuk meningkatkan perekonomian warga lokal dan menghadapi persaingan dari pasar modern dan belanja online (Sitompul, 2022). Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM tradisional dapat meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, dan daya saing mereka. Namun, keberhasilannya bergantung pada upaya kolaboratif antara pemerintah, lembaga swasta, dan UMKM sendiri untuk mengatasi tantangan yang ada (Lesmana, 2021).

METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai bahan analisis didapatkan dari berbagai sumber antara lain:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka digunakan sebagai landasan teori dan pijakan penulis dalam menganalisis masalah yang dikaji. Studi pustaka didapatkan dari teori dan pendapat para ahli baik dari buku, jurnal, skripsi maupun hasil penelitian.

2. Pengamatan Hasil

Pengamatan terhadap permasalahan yang terjadi digunakan sebagai titik tolak terhadap pembahasan suatu masalah, dan mencari masalah mana yang paling penting sehingga layak untuk diangkat. Pengamatan ditujukan pada peran

digitalisasi teknologi dalam peningkatan ekonomi yang siap bersaing dengan pasar modern (*online*).

Analisis Data

Langkah selanjutnya dalam penulisan karya tulis ini adalah mengolah dan menulis semua data yang diperoleh secara runtut dan sistematis menurut pedoman penulisan karya tulis. Agar menjadi sebuah karya tulis yang bermutu, maka dilakukan beberapa kegiatan yang bisa membantu tulisan semakin berkualitas, antara lain: diskusi dengan beberapa teman, konsultasi dengan dosen pembimbing, dan merevisi karya tulis berdasarkan saran dan kritik dari dosen pembimbing dan pendapat teman.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam karya tulis ini adalah deskriptif analitik, yaitu menganalisis permasalahan yang ada dari hasil pengamatan atau identifikasi dan studi kepustakaan tentang permasalahan serta hubungan antara masalah tersebut yang didasarkan pada suatu teori atau konsep keilmuan yang relevan. Peneliti mengangkat permasalahan permasalahan yang terjadi mengenai pasar tradisional. Berdasarkan karakteristik yang terdapat pada permasalahan tersebut, maka peneliti berusaha menggunakan metode pemecahan masalah yang sesuai dengan konteks permasalahan sebagai solusi yang efektif.

Melalui analisis konteks masalah, peneliti mengangkat sebuah gagasan yaitu revolusi Pasar Tradisional Gubeng. Penulis juga menyusun gagasan-gagasan tersebut dalam penerapan digitalisasi teknologi dengan pemerintah yang menangani hal tersebut sebagai pelaksana program untuk membantu dalam merealisasikan gagasan tersebut.

Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penulis menarik kesimpulan yang konsisten dengan analisis permasalahan. Kesimpulan yang diperoleh disesuaikan dengan pembahasan dalam karya tulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi REPASTRA-G

Aplikasi REPASTRA-G merupakan aplikasi sebagai digitalisasi yang dirapkan di pasar gubeng malang. Lebih dari sekadar teknologi, REPASTRA-G adalah bukti

nyata dari komitmen untuk melestarikan dan mengembangkan pasar tradisional secara berkelanjutan.



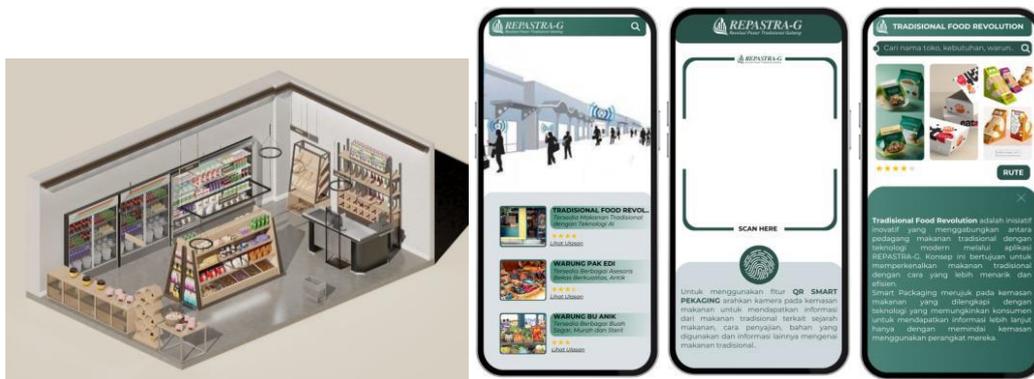
Gambar 1. *Prototype* Aplikasi REPASTRA-G

Aplikasi REPASTRA-G membantu menjaga nilai budaya dan keakraban yang melekat pada pasar tradisional. Interaksi langsung antara pedagang dan pembeli, suasana yang hangat dan penuh keakraban, serta nilai-nilai tradisional yang diwariskan selama bergenerasi, tetap terjaga dan bahkan diperkuat melalui platform digital ini.

Dengan menggabungkan teknologi dan nilai tradisional, REPASTRA-G menciptakan model baru yang dapat ditiru oleh pasar tradisional lainnya di Indonesia. Aplikasi ini menunjukkan bahwa pasar tradisional tidak harus kehilangan jati dirinya dalam menghadapi era digital. Justru, dengan memanfaatkan teknologi dengan bijak, pasar tradisional dapat berkembang dan beradaptasi dengan zaman, menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih modern dan efisien tanpa meninggalkan nilai-nilai budaya yang telah menjadi ciri khasnya.

Tawaran Solusi Aplikasi REPASTRA-G

REPASTRA-G bukanlah sekadar aplikasi digitalisasi pasar tradisional, namun sebuah ekosistem digital yang dirancang untuk memberdayakan baik UMKM (penjual) maupun konsumen di Pasar Gubeng Malang. Keunggulan REPASTRA-G terletak pada fitur-fitur inovatif yang belum pernah ditawarkan oleh aplikasi sejenis, menciptakan nilai tambah bagi kedua pihak dan membentuk sebuah kemitraan yang saling menguntungkan.



Gambar 2. Home REPASTRAG, Fitur Maps, Fitur *Smart Packaging*, dan Fitur Serc Kios

Home REPASTRAG, sebuah bangunan khusus yang dirancang untuk para penjual makanan tradisional yang bekerja sama dengan REPASTRAG. Home REPASTRAG bukan sekadar tempat berjualan, tetapi sebuah pusat kuliner modern yang memadukan tradisi dan teknologi. Di sini, para penjual makanan akan mendapatkan kesempatan untuk merevolusi kemasan makanan mereka, yang akan diintegrasikan dengan fitur *Smart Packaging* dalam aplikasi REPASTRAG. Smart Packaging adalah teknologi canggih yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan informasi lebih detail tentang makanan yang mereka beli. Melalui aplikasi REPASTRAG, konsumen dapat memindai kode QR pada kemasan makanan untuk mendapatkan informasi lengkap.

Fitur Maps dalam aplikasi REPASTRAG merupakan inovasi penting yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman berbelanja, baik bagi konsumen lokal maupun warga asing. Fitur ini tidak hanya memberikan akses lokasi pasar Gubeng Malang, tetapi juga menyediakan navigasi yang mendetail di dalam area pasar secara menyeluruh. Konsumen, terutama warga asing yang mungkin belum familiar dengan daerah tersebut, dapat dengan mudah menemukan jalan menuju pasar. Ini sangat penting mengingat kompleksitas pasar tradisional yang sering kali memiliki berbagai jalur dan gang.

Fitur Smart Packaging pada aplikasi REPASTRAG merupakan inovasi yang terintegrasi dengan Home REPASTRAG, sebuah pusat kuliner tradisional modern. Fitur ini memanfaatkan teknologi pemindaian untuk memberikan informasi lengkap tentang makanan yang dibeli. Setelah konsumen memindai kode QR pada kemasan makanan, aplikasi akan menampilkan berbagai informasi melalui tayangan video 3D yang interaktif dan menarik.

Video 3D akan memandu konsumen melalui langkah-langkah memasak makanan secara detail, memastikan konsumen dapat menikmati hidangan dengan rasa dan kualitas terbaik. Smart Pecaging akan menunjukkan cara yang tepat untuk menyajikan makanan, mulai dari penataan hidangan hingga penggunaan peralatan makan yang sesuai. Hal ini akan meningkatkan pengalaman kuliner konsumen dan memberikan sentuhan estetika pada hidangan tradisional. Tidak hanya itu, Smart Pecaging akan menyoroti unsur-unsur tradisional yang terkandung dalam makanan, seperti bahan baku lokal, teknik memasak turun temurun, kisah di balik resep dan kekreatifan budaya.

Fitur serc kios pada aplikasi REPASTRA-G merupakan alat pencarian yang cerdas dan spesifik, dirancang untuk membantu konsumen menemukan kios atau warung yang mereka cari di Pasar Gubeng Malang dengan mudah dan akurat. Fitur ini menawarkan dua mode pencarian yang berbeda, disesuaikan dengan kebutuhan konsumen:

1. Pencarian Berdasarkan Kategori

Konsumen mencari bahan makanan, fitur serc kios akan menyarankan warung di Pasar Gubeng dengan rating tertinggi untuk kategori bahan makanan tersebut. Ini membantu konsumen menemukan warung yang terpercaya dan berkualitas, berdasarkan rekomendasi dari pengguna lain. Setelah memilih warung aplikasi REPASTRA-G akan langsung menavigasi konsumen menuju warung yang dipilih, dengan rute yang terfokus dan efisien.

2. Pencarian Berdasarkan Nama Warung

Konsumen sudah mengetahui nama warung yang ingin mereka kunjungi, mereka cukup memasukkan nama warung tersebut ke dalam fitur serc kios. Aplikasi REPASTRA-G akan langsung menavigasi konsumen menuju warung yang dicari, menampilkan rute yang paling cepat dan mudah.

KESIMPULAN

Kemunculan aplikasi REPASTRA-G memang menjadi langkah signifikan dalam menunjang perekonomian UMKM tentunya di Pasar Tradisional Gubeng Malang dan sekaligus strategi cerdas dalam persaingan pasar modern. Aplikasi ini menawarkan solusi yang menjawab tantangan yang di hadapi UMKM, Serta memberikan keunggulan kompetitif di tengah persaingan bisnis yang semakin kuat. Melalui fitur yang ditawarkan, aplikasi REPASTRA-G menjadikan aplikasi ini unggul

dari aplikasi yang lainnya. Pasalnya, aplikasi ini memiliki fitur yang tidak dimiliki oleh aplikasi lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendi, D. R. R., Ramadhani, M. A., Saputra, S. B., Wulandari, A. C., Victhori, I., Mahrinasari, M., & Roslina, R. (2024). Pengembangan Digitalisasi Pemasaran UMKM Pada Kelompok Pengolah dan Pemasar Ikan Waluya Kota Bandar Lampung. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 1016-1028.
- Hasna, F., & Mayvani, T. C. S. (2023). Identifikasi Modal Sosial Fungsi Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kapas Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro). *Neo-Bis*, 12(1), 48-66.
- Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi Umkm Dan Literasi Keuangan Untuk Keberlanjutan Umkm Di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51-64.
- Lesmana, M. (2021). Tinjauan Ekonomi Islam Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Pada Pasar Induk Tradisional Giwangan).
- Qolbi, A. U., Awali, H., Stiawan, D., & Devy, H. S. (2023). Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional Di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19-30.
- Ranggayoni, S. (2023). *Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pasar Ulee Kareng di Kota Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN ArRaniry).
- Safira, S. P. (2023). *PERAN PEMERINTAH KABUPATEN WONOGIRI DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI REVITALISASI PASAR TRADISIONAL PURWANTORO* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Simamora, V. (2022). Peningkatan Pengetahuan Digitalisasi Bisnis UMKM Kedai Kopi, Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara. *ABDIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 31-35.
- Sitompul, P. (2022, October). Digitalisasi Marketing UMKM. In *Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi* (Vol. 1).
- Syukria, A. (2023). Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 306-311.
- Wahdania, H., & Hr, A. S. (2020). Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Cekkeng di Kab. Bulukumba). *Jurnal Ar-Ribh*, 3(1).
- Wiragung, T., Romli, A. D., & PD, M. (2023). STRATEGI INOVASI DAN DIGITALISASI PRODUK UMKM DI DESA CIGUNUNGSARI. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(2), 5959-5964.

- Yulianti, D., Musthofa, M. A., & Yatima, K. (2021). Analisis Peran Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Lagan Tengah Kecamatan Geragai. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 65-76.
- Yusida, E., Putra, F. N. M., & Sumarsono, H. (2021). Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Kertosono Kabupaten Nganjuk. *Ecoplan*, 4(1), 54-66.