

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pasar adalah sebuah tempat bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan jual beli atau perdagangan. Pasar sudah menjadi bagian yang menyatu serta memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam perekonomian. Di Indonesia, banyak masyarakat yang menggantungkan nasibnya pada pasar tradisional. Hal tersebut dikarenakan pasar ini menjadi tempat jual beli berbagai produk kebutuhan pokok berskala ekonomi rakyat khususnya bagi masyarakat ekonomi menengah kebawah. Oleh karena itu tak heran jika pasar tradisional menjadi pilihan utama sebagian besar masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya.

Pasar tradisional diartikan sebagai sebuah tempat dimana pedagang dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual beli secara langsung yang biasanya ditandai dengan adanya proses tawar menawar. Bangunan pasar tradisional umumnya terdiri atas los, gerai atau kios-kios serta dasaran terbuka yang disediakan oleh suatu pengelola pasar maupun pedagang. Pasar tradisional menjual berbagai kebutuhan pokok seperti bahan-bahan makanan berupa daging, sayur-sayuran, ikan, telur, dan buah. Selain itu, terdapat pula yang menjual kain, kue, barang elektronik, pakaian, jasa dan sebagainya (Malano, 2011: 1).

Keberadaan pasar tradisional menjadi wadah usaha bagi para pedagang kecil menengah untuk memenuhi kebutuhan pokok keluarganya. Namun seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang pesat, terdapat variasi

baru dalam dunia perdagangan, yaitu dengan hadirnya *online shop*. *Online shop* merupakan tempat atau sarana untuk menawarkan jasa dan barang melalui jaringan internet atau dapat dikatakan juga sebagai sarana untuk melakukan kegiatan jual beli secara *online* atau daring melalui media seperti *handphone*, *notebook* atau komputer yang terhubung dengan jaringan internet.

Kehadiran *online shop* memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja. Dengan adanya *online shop*, masyarakat dapat berbelanja tanpa harus pergi ke pasar, *mall*, toko dan sebagainya sehingga dapat menghemat tenaga dan waktu. Kemudahan atau kelebihan lainnya yaitu masyarakat dapat membeli barang dari tempat yang jauh, dapat membandingkan harga dengan mudah, barang bisa diantarkan langsung ke rumah, terdapat banyak pilihan toko, produk, serta metode pembayaran. Tak hanya itu, *online shop* juga memberikan penawaran-penawaran yang menarik dan menggiurkan seperti halnya dengan menyediakan berbagai macam promo mulai dari potongan harga atau diskon, *cashback*, *point reward*, bonus produk, sampai promo gratis ongkos kirim. Kemudian setiap tanggal 12 Desember terdapat diskon besar-besaran bagi para pengguna *e-commerce* karena tanggal tersebut diperingati sebagai hari belanja *online* nasional (Harbolnas).

Berbagai kemudahan serta penawaran yang diberikan *online shop* membuat masyarakat tertarik sehingga saat ini lebih banyak yang memilih belanja *online* dibandingkan pergi ke pasar tradisional, terlebih di masa sekarang ini akibat adanya pandemi *Covid-19*. *Covid-19* ialah sebuah virus yang dapat mengakibatkan kematian dimana virus ini menyerang sistem pernapasan dan merupakan penyakit

menular yang menyebar dengan cepat pada hampir ke seluruh negara, termasuk Indonesia. Adanya pandemi *Covid-19* membuat masyarakat menjadi khawatir untuk berbelanja secara konvensional, seperti halnya belanja ke pasar tradisional. Hal ini terbukti dari hasil survei Jakpat yang dikutip dari (DataIndonesia.id, 2022) mengenai preferensi belanja orang Indonesia, mencatat bahwa per semester I/2021 sebanyak 75% masyarakat memilih untuk berbelanja secara *online*. Sedangkan masyarakat yang memilih berbelanja secara konvensional hanya 25%. Data tersebut menunjukkan bahwa di tengah pandemi saat ini, minat masyarakat Indonesia terhadap *online shop* sangat tinggi. Tingginya minat masyarakat tersebut membuat *online shop* semakin berkembang pesat dan merajalela.

Pada satu sisi maraknya penjualan *online* atau perkembangan *online shop* telah membuat aktivitas belanja menjadi lebih mudah dan praktis, dimana masyarakat dapat belanja kapanpun dan dimanapun tanpa perlu ke luar rumah. Namun di sisi lain, keberadaan pasar tradisional menjadi tersisihkan akibat banyaknya masyarakat yang beralih dari belanja konvensional ke belanja *online*, terlebih di tengah pandemi saat ini. Seperti halnya yang terjadi di salah satu pasar tradisional di Kota Bandung, yaitu Pasar Kosambi. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti di lapangan pada tanggal 15 Februari 2022, peneliti menemukan fakta bahwa kondisi Pasar Kosambi Bandung mengalami sepi pengunjung. Hal ini terlihat dari sepi kendaraan yang parkir serta sedikitnya jumlah orang yang berada di Pasar Kosambi Bandung. Tak hanya itu, sepi pengunjung juga terlihat dari tidak bersedianya salah satu pedagang untuk diwawancarai karena belum ada barang yang laku terjual.

Berdasarkan fakta yang telah dikemukakan di atas menunjukkan bahwa, kondisi Pasar Kosambi Bandung sedang terhimpit di tengah maraknya *online shop* karena sepi pengunjung yang datang ke pasar tersebut. Kondisi ini menyebabkan omzet pedagang di Pasar Kosambi Bandung mengalami penurunan. Sebagaimana halnya yang dialami oleh salah satu pedagang berinisial (IA) yang diwawancarai oleh peneliti, didapati informasi bahwa terjadi penurunan omzet yang signifikan setelah hadir dan maraknya *online shop* yang diperburuk juga dengan adanya pandemi *Covid-19*. Oleh karena itu, pedagang pasar tradisional di Pasar Kosambi Bandung perlu membuat suatu bentuk strategi adaptasi agar dapat meningkatkan ekonomi keluarganya di tengah perkembangan *online shop* yang semakin menjamur.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga di Tengah Perkembangan *Online Shop*”** (Penelitian pada Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Kosambi Kota Bandung).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Adanya *online shop* telah menurunkan minat masyarakat untuk berbelanja secara konvensional.
2. Maraknya *online shop* pada masa pandemi *Covid-19* membuat keberadaan pedagang pasar tradisional menjadi tersisihkan dan terancam.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi sosial ekonomi pedagang pasar tradisional di Pasar Kosambi Bandung di tengah maraknya *online shop* pada masa pandemi *Covid-19*?
2. Bagaimana strategi pedagang pasar tradisional di Pasar Kosambi Bandung dalam beradaptasi di tengah maraknya *online shop* pada masa pandemi *Covid-19*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi pedagang pasar tradisional di Pasar Kosambi Bandung di tengah maraknya *online shop* pada masa pandemi *Covid-19*.
2. Untuk mengetahui strategi pedagang pasar tradisional di Pasar Kosambi Bandung dalam beradaptasi di tengah maraknya *online shop* pada masa pandemi *Covid-19*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sosiologi serta dapat menjadi bahan acuan atau referensi tambahan bagi para peneliti lainnya, khususnya bagi mahasiswa jurusan sosiologi yang ingin mengkaji lebih lanjut mengenai

strategi adaptasi pedagang pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi keluarga di tengah perkembangan *online shop*.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi bagi para pedagang pasar tradisional terkait strategi adaptasi yang digunakan oleh pedagang dalam meningkatkan ekonomi keluarga di tengah perkembangan *online shop*.

1.6 Kerangka Pemikiran

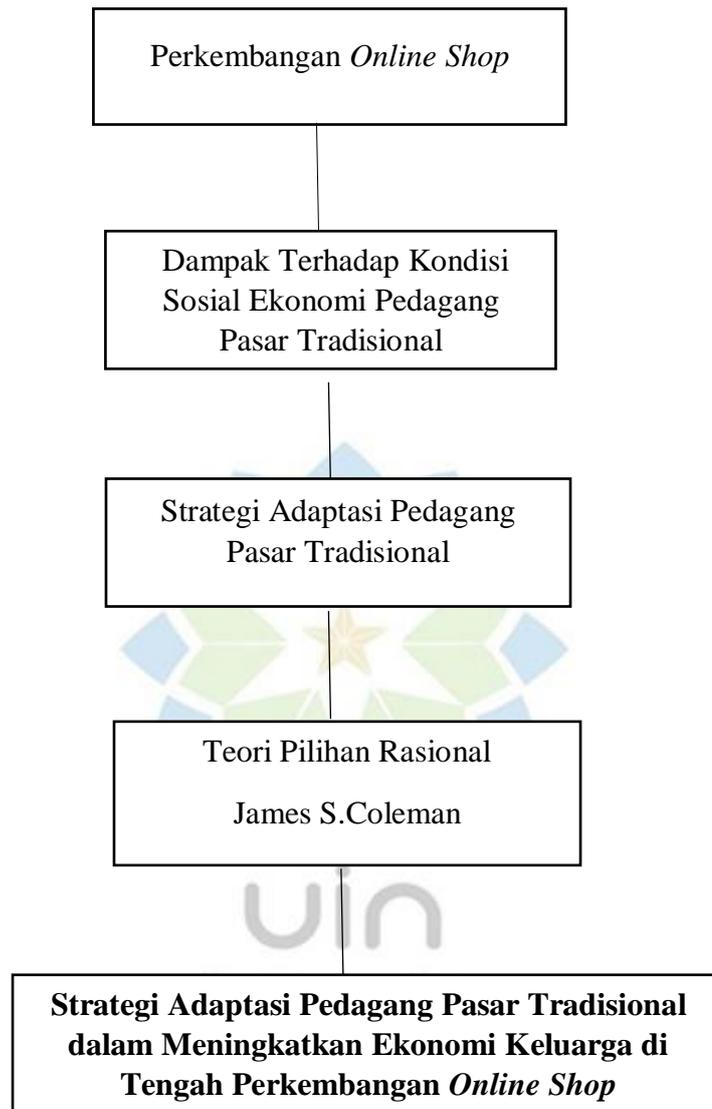
Seiring dengan kemajuan teknologi internet, kini kegiatan jual beli atau perdagangan dapat dilakukan secara daring melalui *online shop*. *Online shop* dapat diartikan sebagai sarana atau tempat untuk menawarkan barang melalui internet sehingga dapat memudahkan konsumen untuk melihat dan membeli produk yang ditawarkan oleh penjual secara *online* tanpa harus pergi ke *mall*, pasar, dan lain sebagainya (Sari, 2015). Hadirnya *online shop* memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya secara praktis. Hal ini membuat *online shop* banyak diminati oleh masyarakat dan berkembang pesat di Indonesia.

Maraknya *online shop* telah membuat keberadaan pedagang pasar tradisional menjadi tersisihkan dan terancam. Pedagang pasar ialah pedagang yang berjualan di dalam pasar atau di pelantaran pasar sesuai dengan lokasi yang telah ditentukan (Nikmah, 2015). Sementara pasar tradisional ialah sebuah tempat terjadinya aktivitas jual beli yang sederhana dimana terdapat proses tawar menawar didalamnya serta pembayaran dilakukan secara langsung menggunakan uang tunai (Sutami, 2012: 128).

Tersisihkannya pedagang pasar tradisional akibat maraknya *online shop* dapat memberikan dampak terhadap perekonomian keluarga pedagang pasar tradisional. Ekonomi keluarga ialah suatu tinjauan mengenai usaha manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya melalui aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh seseorang yang bertanggungjawab atas pemenuhan kebutuhan keluarga (Megi Tindangen, dkk).

Dalam meningkatkan ekonomi keluarga di tengah perkembangan online shop, maka pedagang pasar tradisional perlu membuat strategi adaptasi. Strategi adaptasi ialah suatu bentuk upaya yang dilakukan oleh kelompok atau individu agar dapat bertahan hidup di tengah kondisi sosial yang sedang dihadapinya melalui pekerjaan atau kegiatan yang dilakukannya.

Teori yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini ialah teori pilihan rasional James S.Coleman. Teori pilihan rasional adalah alat untuk berpikir rasional atau logis dalam membuat sebuah keputusan. Dalam teori pilihan rasional yang terpenting ialah kenyataan bahwa tindakan dilakukan untuk mencapai tujuan atau keinginan yang sesuai dengan tingkat pilihan aktor. Teori ini menekankan pada dua hal, yakni aktor dan sumber daya.



Gambar 1.1 Skema Konseptual