

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari dasar-dasar kehidupan, oleh karena itu manusia dibutuhkan untuk memenuhi tuntutan tersebut. Tidak diragukan lagi, tempat yang dikenal sebagai pasar diperlukan untuk salah satu upaya umat manusia untuk memenuhi kebutuhannya. 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 telah terkonsolidasi selama ini menjadi lokasi paling signifikan dalam kehidupan orang kebanyakan. Kehadiran pasar memfasilitasi semua urusan dan permintaan manusia, mulai dari penjualan produk dan layanan hingga penciptaan lapangan kerja. Pasar merupakan tempat berkumpulnya pembeli dan penjual yang melakukan kegiatan jual beli. Uang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dalam transaksi ekonomi. Pasar berfungsi sebagai pusat interaksi sosial di lingkungan sekitar serta tempat bertemunya penjual dan pembeli.

Pasar didefinisikan sebagai suatu kawasan tempat terjadinya jual beli barang dengan lebih dari satu penjual, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mal, plaza, pusat perdagangan, atau sebutan lainnya, menurut Peraturan Presiden RI. Republik Indonesia Nomor 112, Th. 2007, Pasal 1, Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Menurut para ekonom, pasar adalah lokasi di mana orang dapat bertransaksi untuk

barang atau kelompok barang tertentu. (Muhammad Aziz Hakim, 2005) Pasar adalah tempat pembeli dan penjual berkumpul. Orang yang memperdagangkan barang yang belum mereka buat sendiri, sering dikenal sebagai penjual atau pedagang, melakukannya untuk mendapatkan keuntungan (Eko Sujatmiko, 2014).

Menurut Wicaksono dkk. (2011), pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang dibedakan melalui transaksi penjual-pembeli secara langsung. Bangunan biasanya memiliki kios atau gerai, dan kios serta lahan terbuka dibuka oleh penjual atau pengelola pasar. Karena komoditas yang dijual di pasar tradisional cenderung sama dengan pasar kontemporer, mereka dijual dengan kualitas yang cukup mirip dengan pasar modern dan oleh karena itu lebih cenderung menjual barang lokal. Rutz juga mengatakan bahwa karena pasar tradisional berfungsi sebagai titik fokus kegiatan sosial ekonomi masyarakat, pola hubungan ekonomi yang berlaku di sana mengarah pada terjalannya ikatan sosial yang erat antara pembeli dan penjual, pedagang dan pedagang, dan pedagang dan pemasok, yang merupakan warisan sosial menandakan perlunya interaksi interpersonal.

Pasar tradisional biasanya terletak di lokasi yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, dekat dengan masyarakat, antar desa, dan daerah yang bebas dari gangguan publik (Rutz, 1987). Pasar tradisional pada akhirnya terdiri dari kios, ruang terbuka, dan bangunan kios (Kusmawati, 1996). Pasar tradisional memiliki sifat-sifat humanis yang memungkinkannya untuk membina hubungan dan rasa "kekeluargaan" antara penjual dan pelanggan.

Sejalan dengan hal tersebut, Rahadi (2012) menambahkan bahwa aspek seperti kualitas layanan dan identitas konsumen sangat penting dalam memikat pelanggan kembali ke pasar tradisional untuk pembelian awal atau pembelian kembali. Pasar tradisional dikenal karena pedagang dan pelanggannya saling mengenal dan memiliki hubungan yang baik (Rahadi, 2012).

Karena keadaan pasar tradisional yang "terpuruk", kini banyak masyarakat Indonesia yang lebih memilih membeli di pasar-pasar yang lebih kekinian, seperti mall, minimarket, supermarket, hypermarket, dan lain sebagainya. Konsumen modern saat ini menyukai pasar dengan sistem manajemen yang terstruktur, teratur, nyaman, dan strategis. Khususnya bagi kalangan remaja, "nongkrong" di mal atau berbelanja di

sana juga cenderung mendongkrak gengsi. Pengunjung tidak perlu "keras kepala" berdebat tentang harga dengan penjual di pasar yang bersih saat ini, mereka tidak perlu khawatir tentang penipuan skala, dan mereka tidak perlu khawatir tentang kualitas barang bahkan ketika harga tinggi. 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.

Menurut data dari DPP Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (DPP IKAPPI) menyatakan, ada sekitar lima juta pedagang pasar dari 12 juta atau 43 persen pedagang pasar tradisional di berbagai daerah terpaksa tutup akibat sepi pasar dan minimnya pembeli semenjak pandemi (Sumber: Berita Linkumkm.id).

Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (Ikappi) mengklaim omzet pedagang tradisional mengalami penurunan sebesar 75% akibat membanjirnya produk-produk impor yang dijual secara online. Kunjungan warga ke pasar tradisional pun terus menurun lantaran kemudahan bertransaksi secara daring (Sumber: Berita Markeeter.com).

Reynaldi Sarijowan, Sekretaris Jenderal Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Ikappi menuturkan salah satu sektor yang mengalami penurunan terbesar, yakni produk tekstil. Bahkan, di Pasar Tanah Abang, Jakarta Pusat yang merupakan pasar tekstil terbesar di Asia Tenggara makin kehilangan pelanggan.

Pola hidup masyarakat akhirnya juga akan mengalami perubahan seiring pesatnya teknologi informasi ini, bahkan perubahannya berada pada skala global. Adanya hal ini menimbulkan dunia seperti tidak lagi memiliki batasan sehingga

kehidupan sosial signifikan berubah dengan cepat. Aspek kehidupan yang paling terpengaruh oleh adanya hal ini adalah aspek ekonomi dan perdagangan. Di masa sekarang, maka sistem ekonomi yang terdahulu menjadi terdigitalisasi lalu masyarakat akan melakukan kegiatan jual beli ini dengan mudah melalui internet. Transaksi menjadi lebih cepat, efektif, dan efisien akibat teknologi komunikasi yang bersifat memenuhi kebutuhan komunikasi tanpa syarat kedua pihak harus bertemu dan ada di lokasi yang sama (Susilo, 2011).

Dengan adanya teknologi digitalisasi dalam bidang ekonomi memberikan pengaruh yang besar terhadap perekonomian pasar khususnya pasar tradisional. Pasar tradisional sebagai pasar rakyat merupakan wujud nyata dari kegiatan ekonomi masyarakat di suatu daerah. Sederhananya, pasar ini menjadi lokasi yang tidak akan terlepas dari kegiatan jual beli antara penjual dan pembeli di lokasi yang sama dan waktu tertentu. Pasar menjadi wujud dari media kegiatan masyarakat dalam melakukan perdagangan. Adanya transaksi jual beli ini butuh adanya pasar karena menjadi faktor utama dalam berkembangnya perekonomian suatu daerah. Hingga saat ini, pasar tradisional dianggap sebagai tumpuan dasar perekonomian suatu daerah dan merupakan cerminan perekonomian rakyat (Slamet, 1999).

Istilah jualan *online* sudah tidak asing lagi di dengar oleh telinga masyarakat Indonesia, terlebih lagi pada masa pandemi COVID-19 yang melanda tanah air bahkan sampai ke seluruh dunia. Akibat penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di berbagai daerah. Menurut Survei Sosial Demografi Dampak Covid-19 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 69,43% responden mengaku khawatir atau sangat khawatir keluar rumah dan 20,69% cukup khawatir keluar rumah, hal ini semakin mempersulit keberadaan pasar tradisional sebagai tempat transaksi jual beli masyarakat.

Masyarakat mau tidak mau harus beraktifitas dari rumah, hal ini mengakibatkan omzet para pedagang tradisional menjadi menurun yang di akibatkan oleh jarangnyanya masyarakat pergi ke pasar. Namun dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, masyarakat saat ini mulai melakukan transaksi perdagangan menggunakan virtual atau biasa dikenal dengan istilah jual beli online. fenomena ini juga mengubah cara masyarakat bertransaksi yang awalnya menggunakan uang tunai sekarang lebih sering menggunakan uang elektronik.

Kegiatan jual beli *online* ini secara tidak langsung mengikis keberadaan para pedagang tradisional, hal ini di karenakan minat konsumen untuk berbelanja online lebih tinggi dari pada berbelanja di pasar tradisional. Kemudahan serta kenyamanan dalam kegiatan transaksi jual beli online menjadi paktor pendorong masyarakat lebih memilih berbelanja online ketimbang berbelanja di pasar tradisional.

Maraknya penggunaan belanja online membuat pendapatan pedagang pakaian pasar tradisional akan mengalami penurunan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suryadarma dkk (2007) yang menyatakan bahwa belanja *online* memang memberi dampak negatif terhadap pasar tradisional. Fenomena yang terjadi yaitu para pedagang pakaian dalam Pasar Tradisional Bancong yang mengalami penurunan pendapatan ketika keberadaan *market place* yang kian banyak digunakan. Sehingga mengakibatkan para pedagang pakaian Pasar Tradisional Bancong yang awalnya mereka membuka kios setiap pagi sebelum jam 7, kini semakin hari semakin segan untuk membuka kios sebelum jam 7 dan sekarang para pedagang pakaian biasanya membuka kios di jam 8 ada juga di jam 9 dikarenakan para pembeli yang menurun akibat dengan keberadaan belanja *online*.

Karena kemajuan teknologi yang pesat saat ini, masyarakat semakin terbantu dalam menyelesaikan berbagai tugas yang tidak dibatasi oleh jarak maupun waktu.

Kemajuan teknologi mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia, termasuk bidang sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi. Salah satu unsur yang mempengaruhi pesatnya kemajuan teknologi adalah perkembangan dan kecanggihan internet (atau “dunia maya”). Internet berfungsi sebagai saluran untuk informasi dan sumber informasi. Internet bukan lagi sekadar iseng-iseng; itu telah berkembang menjadi komponen penting dari kehidupan sehari-hari bagi orang-orang.

Pengguna dunia maya di seluruh dunia, khususnya di Indonesia, terus meningkat. Di Indonesia, jumlah pengguna internet telah berkembang pesat. Di Indonesia, terdapat 139 juta pengguna internet pada tahun 2015, naik dari 2 juta pada tahun 2000, menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (Nurhayati Lubis, 2019).

Hasilnya, Indonesia kini memegang persentase pengguna internet tertinggi ketiga di Asia. Munculnya perangkat seperti tablet, laptop, dan smartphone yang memungkinkan pengguna internet mengakses internet di mana saja dan kapan saja telah mendorong tingkat mobilitas yang tinggi ini dan mengantarkan era media sosial.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan mencari berita. Persaingan ekonomi dalam perdagangan internasional saat ini didasarkan pada ekonomi global. Ekonomi global juga membuat lingkungan persaingan bisnis menjadi lebih kompleks karena mengaburkan batas-batas nasional kegiatan ekonomi atau perdagangan dan menjadikannya lebih internasional dan melibatkan banyak negara yang berbeda. (Hoskisson, Michael Hitt A, Irlandia, R. Duanne, dan 2001).

E-commerce merupakan salah satu sistem perdagangan internasional yang saat ini sedang berkembang (*electronic commerce*). Di era modernisasi, salah satu pesaing pedagang tradisional adalah *e-commerce*. Menurut survei (Jurnalist, 2019), Indonesia memiliki peluang pasar yang cukup besar bagi para pelaku industri, terbukti dengan 30 juta konsumen dan pelaku bisnis *E-Commerce* di sana.

Karena perkembangan sistem perdagangan baru dan sistem belanja, pedagang pasar tradisional harus memikirkan kembali strategi mereka untuk bertahan hidup guna memerangi penyebaran *e-commerce*. (Nurhayati Lubis, 2019). Perdagangan

tradisional adalah kegiatan jual beli yang dilakukan secara langsung. Penjual dan pembeli benar-benar bertemu langsung untuk melakukan transaksi. Keadaan serupa berlaku untuk alat tukar, yang tetap berupa uang kertas dalam bentuk fisik. Sistem perdagangan konvensional masih digunakan di pasar tradisional, minimarket, dan mal.

Pasar tradisional terus berkembang dan bersaing untuk bertahan dalam bisnis seiring perkembangan jaman. Namun, metode perdagangan yang digunakan oleh pedagang konvensional di pasar konvensional seringkali tetap sama dan tidak berubah. Berbeda dengan pasar modern atau *e-commerce* yang strategi perdagangannya beragam dan sering berubah-ubah, seperti diskon akhir tahun, diskon untuk acara-acara khusus seperti Idul Fitri dan Natal, potongan harga untuk jumlah pembelian tertentu, hingga beli satu. dapat dua (beli satu dapat dua). Oleh karena itu, pasar berbasis modern berkembang jauh lebih pesat dibandingkan pasar tradisional. Tidak semua pedagang tradisional di pasar tradisional memiliki rentang strategi perdagangan yang sama seperti yang mereka lakukan di pasar modern atau *e-commerce*. Tentunya hal ini berdampak pada keadaan para pedagang yang berbisnis di pasar tradisional, salah satunya di kawasan Bancong – Sukatani.

Pedagang pakaian di pasar tradisional Bancong sangat bergantung pada cuaca dalam aktivitas perdagangan karena ada beberapa akses menuju pasar sangat becek jika hujan, penjualan menjadi tidak maksimal. Selain cuaca, keuntungan pedagang dipengaruhi waktu waktu tertentu. Ada kalanya keuntungan pedagang meningkat dan ada kalanya menurun. Selanjutnya, persaingan antara sesama pedagang pakaian menambah persoalan dalam penjualan. Kadang terjadi persaingan harga, sehingga harga pakaian menjadi tidak stabil. Penjual juga kesulitan untuk menjual pakaian yang sudah rusak.

Pasar tradisional Bancong Sukatani merupakan salah satu pasar yang ramai pengunjung, setiap harinya beroperasi mulai dari subuh sampai malam hari. Kondisi pasar tradisional Bancong Sukatani dikatakan tidak cukup untuk dealer rumah. Hal ini disebabkan kepadatan pedagang tidak sesuai dengan ukuran pasar. Selain itu, kondisi bangunan sangat memprihatinkan karena semuanya merupakan struktur kuno yang berpotensi rentan.

Perubahan besar dalam produksi, pemasaran, dan pasar konsumen semuanya disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi. Produsen harus terus berinovasi sambil mengamati tren pasar yang disukai konsumen. Pemasaran produk sekarang cukup melalui media internet atau menggunakan media sosial dengan biaya rendah dan cepat, berbeda dengan praktik iklan televisi atau media cetak yang mahal di masa lalu. Itu telah berubah dalam hal pasar konsumen. Sebelumnya, kami harus pergi ke pasar atau toko kelontong untuk berbelanja. Konsumen hanya tinggal memilih toko online untuk memesan produk yang diinginkan, dan akan dikirimkan dengan cepat. Bisnis *online* memiliki jangkauan yang lebih luas dan dapat menjangkau seluruh dunia, yang membuatnya sangat menarik bagi banyak orang dalam hal layanan, efektivitas, keamanan, dan popularitas. Jual beli melalui internet sebagai media penghubung dan website sebagai katalog pemasaran lebih praktis dan efisien karena tidak memerlukan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan observasi awal ditemukan bahwa adanya persaingan yang cukup ketat antara pedagang pasar tradisional Bancong Sukatani dengan pasar modern, persaingan harga dengan diskon besar-besaran untuk mendapatkan pelanggan pasar serta berkembangnya *e-commerce* yang tidak bisa dibendung dengan berbagai penawaran yang menggiurkan menyebabkan pedagang pasar tradisional mengalami penurunan omzet. Selain persaingan harga yang ketat terdapat pula adanya pergeseran

minat pembeli dari yang semula belanja di pasar tradisional kini beralih ke pasar modern dan e-commerce. Namun dengan adanya pesaing tersebut mendorong pemilik usaha untuk dapat terus meningkatkan efisiensi dan kualitas produk untuk dapat bersaing dengan pasar modern sehingga konsumen merasa puas dengan produk tersebut. Selain itu persaingan usaha memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan kreativitas sumber daya manusia untuk menggunakan sumber daya yang ada secara optimal dan menghasilkan barang-barang yang bernilai tinggi dengan harga yang kompetitif. Melihat gambaran persaingan yang begitu ketat antara pasar tradisional terhadap pasar modern dan e-commerce, maka pasar tradisional harus mencari jalan alternatif supaya bertahan dan mampu bersaing menghadapi persaingan bisnis ini. Alternatif yang dapat diterapkan adalah penerapan strategi bersaing. Strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan di dalam industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi.

Sejalan dengan hal tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan kepala pasar terkait dengan pendapatan para pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya belanja *online*. Hasilnya dikatakan oleh kepala pasar sebagai berikut:

Ya, kehadiran e-commerce telah berdampak pada sebagian pasar tradisional dengan menyebabkan penurunan jumlah pengunjung. Banyak konsumen beralih ke belanja online karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan. Hal ini bisa mengakibatkan penurunan pendapatan bagi pedagang pasar tradisional yang bergantung pada penjualan langsung kepada pelanggan fisik (Wawancara, 20 Januari 2023).

Sebelum adanya sistem belanja online, pendapatan para pedagang pasar tradisional cenderung lebih stabil karena lebih sedikit persaingan dari platform online. Namun, pendapatan mereka bisa bervariasi tergantung pada faktor-faktor seperti lokasi pasar, musim, dan permintaan konsumen local (Wawancara, 20 Januari 2023).

Setelah adanya sistem belanja online, pendapatan para pedagang pasar tradisional bisa mengalami penurunan karena sebagian konsumen beralih ke belanja online. Namun, ada juga pedagang yang berhasil beradaptasi dengan memanfaatkan platform online untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan

mereka. Adaptasi ini dapat membantu beberapa pedagang untuk tetap bersaing dan mempertahankan pendapatan mereka (Wawancara, 20 Januari 2023).

Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan di atas peneliti tertarik untuk meneliti terkait dengan bagaimana para pedagang tradisional dapat bertahan dengan kondisi kemajuan teknologi saat ini yang khususnya dalam kegiatan jual beli atau sistem belanja *online*.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Seiring berjalannya waktu, zaman semakin canggih membuat kemajuan teknologi berkembang pesat di tengah masyarakat Indonesia khususnya dalam kegiatan jual beli.
2. Kemajuan teknologi di zaman sekarang membuat beberapa konsumen pasar tradisional lebih memilih belanja *online* dengan memperhatikan banyak pertimbangan.
3. Dengan adanya sistem belanja *online*, para pedagang pasar tradisional harus memikirkan cara bagaimana bisa menyesuaikan perkembangan kondisi pasar dengan kemajuan teknologi saat ini.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi sosial ekonomi pedagang pasar tradisional di Pasar Bancong Sukatani di tengah maraknya sistem belanja *online*?
2. Strategi adaptasi atau upaya apa saja yang dilakukan oleh pedagang pakaian pasar tradisional Bancong agar dapat beradaptasi ditengah berkembangnya kondisi pasar dengan adanya kemajuan teknologi sistem belanja *online*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi para pedagang pakaian di pasar tradisional Bancong Sukatani di tengah maraknya sistem belanja online
2. Untuk mengetahui strategi adaptasi atau upaya apa saja yang dilakukan oleh pedagang di pasar tradisional Bancong Sukatani untuk dapat bertahan ditengah kemajuan teknologi sistem belanja online saat ini

1.5 Kegunaan Penelitian

Dua kategori keuntungan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah teoritis dan praktis.

1. Secara akademis

Diharapkan supaya dapat menambah keilmuan bidang sosiologi terkait dengan bagaimana para pedagang pasar tradisional dapat bertahan dengan adanya kemajuan teknologi yang berkembang pesat di tengah masyarakat.

2. Secara praktis

Singkatnya, diharapkan bahwa penelitian ini akan dapat memperdalam dan memperluas pemahaman pembaca tentang bagaimana pedagang pasar dapat menyesuaikan upaya mereka untuk berkembang dalam periode kemajuan teknologi kontemporer.

1.6 Kerangka Pemikiran

Kemajuan teknologi memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku sosial saat ini. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat saat ini adalah kemajuan teknologi dari Revolusi Industri 1.0 hingga Revolusi Industri 4.0. Diasumsikan dalam penelitian (Prasetyo dan Trisyanti, 2019) bahwa Revolusi Industri 4.0 tidak hanya mendisrupsi sektor teknologi tetapi juga bidang sosial, ekonomi, dan hukum. Untuk menghadapi disrupsi dampak Revolusi Industri diperlukan kajian humaniora untuk mengawal perkembangan teknologi agar tidak menyimpang dari humaniora yang berlaku.

Society 5.0 adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perubahan perilaku masyarakat yang didorong oleh kebutuhan manusia dan mengikuti kemajuan teknologi. Setiap tatanan tuntutan masyarakat di era Society 5.0 akan dibuat oleh Jepang dan berbasis teknologi. Teknologi mendorong orang untuk beralih dari satu abad teknologi ke abad lainnya dan memengaruhi cara orang berpikir dan bertindak dalam masyarakat (Prayugo, 2018).

Setiap orang ingin menggunakan dan memanfaatkan setiap perkembangan tersebut karena memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap masyarakat, bangsa, dan negara. Kegiatan mulai dipermudah dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, mulai dari komunikasi, informasi, transaksi, edukasi, hiburan sampai pada kebutuhan paling pribadi sekalipun dapat terlayani dengan teknologi ini. Salah satu contoh sederhana yang seringkali kita jumpai saat ini adalah sistem belanja online atau biasa dikenal dengan *online buying by system*.

Menurut Suparlan (1993) mengatakan bahwa adaptasi pada hakekatnya adalah suatu proses untuk menjamin kelangsungan hidup, sedangkan Suparlan berpendapat bahwa kondisi tersebut meliputi kebutuhan psikologis dan juga kebutuhan sosial yang fundamental, seperti perasaan tenang yang berbeda dengan perasaan takut dan cemas. Sementara hubungan diperlukan untuk memiliki anak, menghindari pengucilan sosial, dan belajar tentang budaya lain, itu juga merupakan persyaratan sosial yang mendasar. Adapapun definisi adaptasi sosial yang dikemukakan oleh Soerjono Soeknto (2000) menjelaskan bahwa adaptasi adalah proses penyesuaian sosial, kelompok, dan individu terhadap norma-norma yang diciptakan dan proses perubahan.

Bimo Walgito (2022) Definisi adaptasi sosial diberikan sebagai berikut: “Adaptasi sosial adalah suatu proses perubahan yang dapat mengubah lingkungan sesuai dengan kondisi dalam diri individu sesuai dengan yang diinginkannya atau sebaliknya. Purwardarmita (1990) menyatakan bahwa, “Adaptasi sosial yaitu proses perubahan dan berdampak pada seseorang dalam kelompok sosial yang dimana orang itu dapat berfungsi lebih baik terhadap lingkungannya”.

Dapat di simpulkan dalam penelitian ini adaptasi sosial merupakan suatu peristiwa kehidupan yang di jalani oleh individu dimana ada suatu perubahan sikap

dan perilaku, di antaranya pemahaman terhadap orang lain dan toleransi, dari kehidupan sebelumnya yang dilalui menuju kehidupan baru.

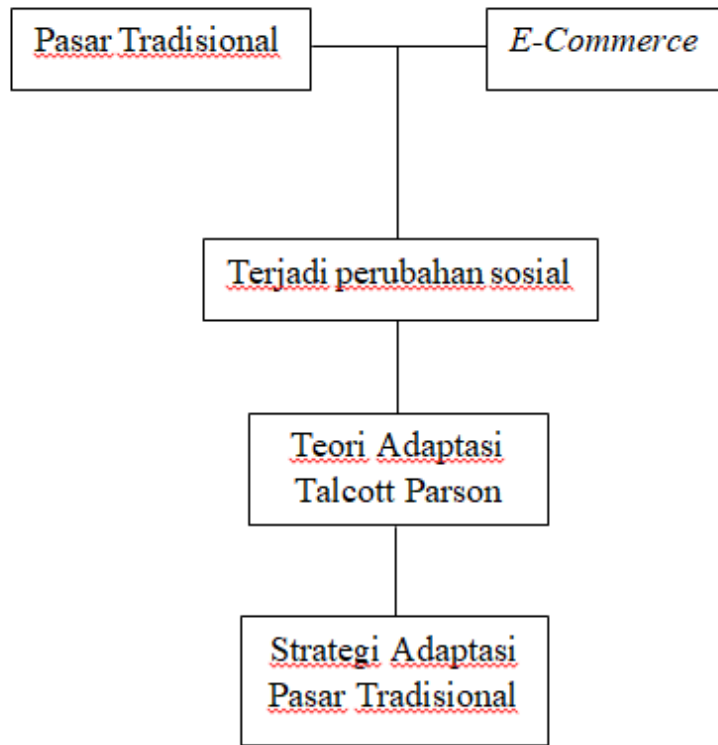
Kebiasaan pembelian manual orang telah berubah sebagai akibat dari belanja online, dan transisi dalam keterlibatan manusia-ke-manusia ke interaksi manusia-teknologi ini telah memunculkan berbagai aplikasi belanja online. Belanja online adalah cara hidup banyak orang di masyarakat Indonesia, dan telah berkembang menjadi budaya populer yang tersebar luas. Sebagian besar tugas kini diselesaikan lebih cepat berkat perkembangan pesat internet. Bahkan lebih berguna untuk berbelanja. Cukup pesan, transfer uang, dan barang akan diantar ke rumah Anda. Karena toko online tidak memiliki biaya operasional yang tinggi, barang di sana seringkali lebih murah daripada di toko fisik.

Dengan adanya sistem belanja online tersebut tentunya membuat para pedagang pakaian pasar tradisional kesulitan dalam menyesuaikan keadaan tersebut. Para pedagang pakaian pasar tradisional tidak menggunakan sistem online melainkan hanya melakukan transaksi dagang jual beli di lokasi pasar langsung.

Teori struktural-fungsional yang merupakan komponen dari paradigma fakta sosial dikemukakan oleh sosiolog kontemporer Talcott Parsons dan akan digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis fenomena di lapangan. Ilmu sosial, khususnya sosiologi, sangat dipengaruhi oleh teori struktural-fungsional ini sejak era modern. Menurut gagasan ini, masyarakat merupakan suatu komponen sistem sosial yang tersusun dari komponen-komponen yang saling berhubungan dan menyatu yang akan menjaga keseimbangan. Keteraturan sistem atau struktur ditonjolkan oleh teori struktural fungsional ini. Pendekatan ini lebih menekankan pada membandingkan satu kebenaran sosial dengan fakta sosial lainnya.

Dalam hal ini peneliti mempunyai alasan untuk meneliti perubahan strategi dagang di era digital yang terjadi di Pasar Bancong Kecamatan Sukatani mengenai sistem jual beli yang saat ini sudah terbagi antara pasar tradisional dan belanja online. Pedagang pasar tradisional harus melakukan adaptasi terhadap perubahan sosial masyarakat dalam penggunaan teknologi yang saat ini terjadi. Pasar tradisional Bancong di Kecamatan Sukatani ini mengupayakan agar tetap mempertahankan eksistensi di tengah adanya belanja *online* dengan cara adaptasi sosial.





Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran Penelitian

