

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Era modernisasi saat ini telah semakin berkembang pesat dan maju. Modernisasi memunculkan banyak perubahan pada perkembangan berbagai aspek kehidupan. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan salah satu hal yang selalu diidentikkan dengan perubahan yang diakibatkan oleh modernisasi. Kemajuan teknologi berpengaruh dalam perubahan hubungan sosial karena sifatnya yang fleksibilitas sehingga membantu mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Internet merupakan salah satu bentuk dari teknologi informasi dan komunikasi yang banyak digunakan. Berbagai bentuk informasi dapat diakses dengan mudah melalui internet tanpa adanya batasan ruang dan waktu, sehingga penggunaan internet menjadi semakin meningkat di berbagai kalangan.

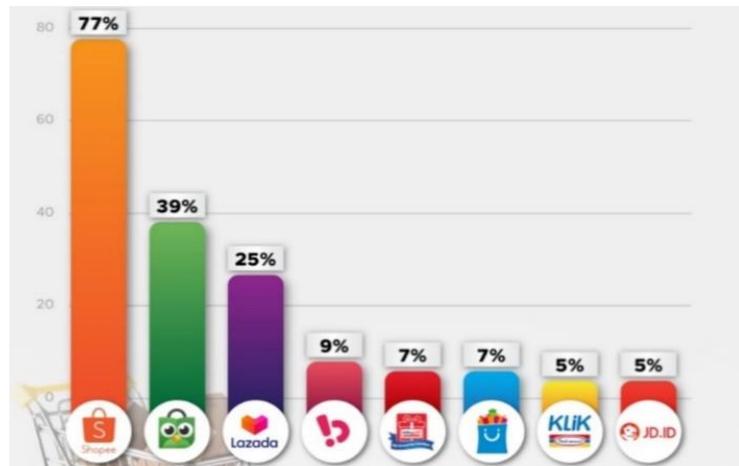
Teknologi internet yang semakin maju mengakibatkan berbagai teknologi di berbagai bidang lainnya pun ikut berkembang tidak hanya pada bidang informasi dan komunikasi namun saat ini telah memasuki pada bidang bisnis. Kemajuan teknologi telah menciptakan sistem jual beli dalam dunia perdagangan secara *online* yang dinamakan *e-commerce*. *E-commerce* yaitu kegiatan atau aktivitas jual beli suatu barang yang dilakukan secara elektronik melalui internet.

Kehadiran *e-commerce* menciptakan perubahan yang mendasar dalam dunia perdagangan. Sebelum *e-commerce* hadir di tengah-tengah masyarakat, kegiatan berdagang seringkali dijumpai di pasar. Pasar adalah lokasi di mana terjadi interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) atas suatu produk barang atau jasa tertentu, sehingga proses ini pada akhirnya menetapkan harga pasar atau harga yang disepakati antara pembeli dan penjual (Dinar dan Hasan, 2018:31). Interaksi tawar menawar dalam menetapkan harga produk barang maupun jasa yang ditetapkan penjual dan pembeli sering dilakukan pada pasar konvensional.

Pasar konvensional, atau yang lebih dikenal sebagai pasar tradisional, adalah tempat yang menawarkan berbagai kebutuhan pokok seperti bahan pangan berupa daging, sayur-sayuran, telur, ikan, dan buah, ditawarkan. Selain itu, beberapa pasar juga menyediakan kebutuhan lain, seperti pakaian dan barang elektronik (Malano, 2011: 1). Struktur umum dari pasar tradisional melibatkan gerai, kios, los, atau area terbuka.

Kehadiran sektor usaha konvensional memberikan ruang bagi pedagang kecil dan menengah untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Akan tetapi, *E-commerce* semakin menjadi pilihan karena memberikan kemudahan pada konsumen atau pembeli dalam proses berbelanja. Pembeli kini dapat berbelanja dengan mudah hanya dengan duduk di depan komputer atau menggunakan *smartphone* yang terhubung ke internet. Mereka dapat mencari barang atau jasa yang diinginkan dan melakukan transaksi menggunakan berbagai metode pembayaran online, seperti *e-wallet*, *online banking*, atau *cash on delivery* (COD). Setelah transaksi selesai, barang akan diantar ke alamat tujuan. Dengan cara ini, masyarakat dapat berbelanja dari rumah tanpa harus pergi ke pasar, toko, mall, dan sebagainya, sehingga memberikan efisiensi dalam penghematan waktu dan tenaga. Selain itu, *e-commerce* memiliki jangkauan yang sangat luas bahkan tanpa batasan sama sekali membuat produk barang maupun jasa yang ditawarkan sangat beragam.

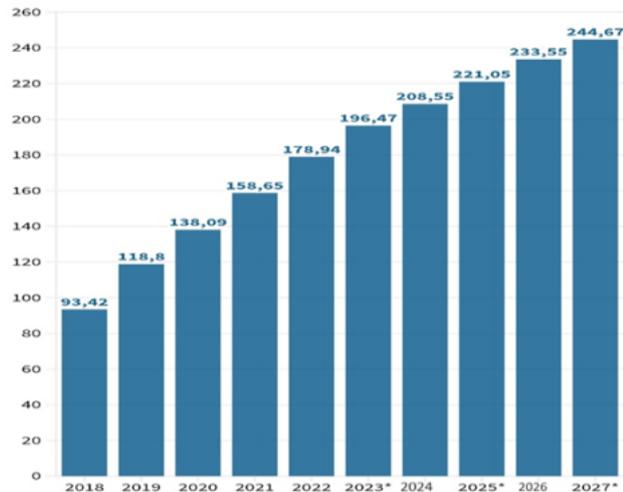
Faktor lain yang memicu perkembangan *e-commerce* adalah munculnya berbagai platform *e-commerce* yang digunakan untuk memfasilitasi pembelian dan penjualan produk atau layanan melalui internet. Berdasarkan hasil penelitian oleh Jakpat yang dikutip dari (GoodStats,2022) mengenai preferensi platform *e-commerce* masyarakat Indonesia yang melibatkan 1.420 responden di seluruh Indonesia, berikut *ranking platform e-commerce* yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia di periode semester pertama tahun 2020:



**Gambar 1.1 Preferensi Platform E-commerce Masyarakat Indonesia (GoodStats,2022)**

Dari hasil pemerinkatan tersebut terlihat terdapat tiga *platform e-commerce* yang menjadi pemain utama di Indonesia yaitu Shopee, Tokopedia dan Lazada. Ketiga platform tersebut menambah ketertarikan masyarakat untuk berbelanja secara *online* karena rasa aman dan ramah dalam artian mudah untuk digunakan serta selalu mendekatkan diri dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, *platform e-commerce* di Indonesia sering memberikan penawaran yang menarik yang menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk menambah ketertarikan masyarakat Indonesia berbelanja secara online mulai dari promo potongan harga hingga gratis ongkor seperti yang dilakukan oleh Shopee dalam kampanye Shopee 12.12 *birthday sale*.

Kemudahan dan penawaran menarik yang diberikan oleh *e-commerce* telah meningkatkan minat masyarakat, sehingga sekarang lebih banyak masyarakat yang memilih berbelanja secara *online* dibandingkan pergi ke pasar konvensional. Hal ini terbukti dari hasil survei dari Statista Market Insights yang dikutip dari (DataIndonesia.id, 2023) mengenai Jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2022, seperti yang terungkap dalam hasil survei sebagai berikut:



**Gambar 1.2 Jumlah pengguna *E-commerce* di Indonesia (Statista Market Insights, 2023)**

Berdasarkan data yang ada pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa pemakai *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2022 mencapai sekitar 178,4 juta bahkan jumlahnya pun diproyeksikan mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir 2023. Tren kenaikan jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia ini diprediksi masih terus terjadi hingga empat tahun ke depan. Statista memperkirakan jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2027 dapat mencapai 244,67 juta.

Di satu sisi, meningkatnya penjualan *online* atau perkembangan *e-commerce* telah menyederhanakan dan mempermudah aktivitas berbelanja. Masyarakat kini dapat berbelanja dengan mudah di mana saja dan kapan saja tanpa harus meninggalkan rumah, sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga. Akan tetapi, disisi lain kehadiran *e-commerce* di tengah masyarakat memunculkan permasalahan bagi pasar konvensional. Pertumbuhan *e-commerce* menyebabkan pasar tradisional kehilangan popularitas karena banyaknya masyarakat yang beralih dari belanja konvensional ke belanja *online*. Selain itu, banyaknya masyarakat yang mulai beralih ke belanja secara online juga mempengaruhi pendapatan pedagang konvensional, hal ini dapat dibuktikan dari fakta yang ditemukan oleh Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (IKAPPI) yang dikutip dari (CNBC, 2023) fakta yang

IKAPPI ditemui terdapat penurunan omzet yang dialami pedagang di Pasar Tanah Abang hingga 75%.

Berkembangnya *e-commerce* membuat beberapa kondisi pasar-pasar konvensional di Indonesia mulai kurang diminati pengunjung, Pasar Kosambi di Bandung salah satu contohnya. Pasar Kosambi Bandung merupakan pasar tradisional yang sudah berdiri sejak 1973 dan menjadi salah satu pusat perekonomian di Kota Bandung karena letaknya yang strategis berada di pusat kota. Pasar Kosambi Bandung saat ini dikelola oleh Pemerintah Kota Bandung yang terdiri dari 6 lantai yang diisi oleh pedagang yang menjual berbagai kebutuhan masyarakat.

Pasar Kosambi Bandung dulunya merupakan pasar yang selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai wilayah. Akan tetapi, seiring berkembangnya *e-commerce* keadaan Pasar Kosambi Bandung mengalami penurunan pengunjung. Hal ini terbukti dari observasi pendahuluan Peneliti di lapangan pada tanggal 18 Oktober 2023 ditemukan fakta bahwa kondisi Pasar Kosambi Bandung mengalami penurunan pengunjung. Hal ini terlihat berdasarkan hasil pengamatan terhadap sedikitnya volume kendaraan yang terparkir serta minimnya orang yang ada di Pasar Kosambi.

Berdasarkan fakta dari hasil observasi pendahuluan yang telah dikemukakan di atas memperlihatkan bahwa keadaan Pasar Kosambi Bandung semakin tersisihkan oleh kehadiran *e-commerce*. Seiring dengan hal tersebut, jumlah pengunjung pasar ini semakin berkurang. Kondisi ini berdampak pada penurunan pendapatan pedagang di Pasar Kosambi Bandung. Seperti yang diungkapkan oleh salah seorang pedagang yang ditanya oleh peneliti tentang dampak perkembangan *e-commerce* pada penjualan, ia menyatakan bahwa terjadi penurunan omzet yang cukup signifikan setelah meningkatnya penggunaan *e-commerce*, terutama *TikTok Shop*. Penjualan *online* akan semakin terus berkembang dan semakin marak yang akan menyebabkan para pedagang tradisional termasuk pedagang Pasar Kosambi Bandung akan terus mengalami kemunduran. Dengan demikian, pedagang pasar konvensional di Pasar Kosambi Bandung perlu

mengimplementasikan langkah-langkah strategis adaptasi agar dapat tetap bertahan di tengah maraknya perkembangan *online*. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, Peneliti merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang **“Adaptasi Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan *E-Commerce*: Studi pada Pedagang Konvensional di Pasar Kosambi Bandung”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang akan dirumuskan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pedagang konvensional Pasar Kosambi pada *e-commerce*?
2. Apa yang melatarbelakangi pedagang di Pasar Kosambi tetap berjualan secara konvensional?
3. Bagaimana strategi adaptasi pedagang konvensional di Pasar Kosambi di tengah perkembangan *e-commerce*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi pedagang konvensional di Pasar Kosambi Bandung pada *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui hal-hal yang melatarbelakangi pedagang di Pasar Kosambi tetap berjualan secara konvensional.
3. Untuk mengetahui strategi yang digunakan pedagang konvensional di Pasar Kosambi dalam beradaptasi di tengah perkembangan *e-commerce*.

## **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dalam studi tentang bagaimana pedagang konvensional di pasar tradisional seperti Pasar Kosambi Bandung mengembangkan strategi adaptasi

dalam menghadapi perubahan lingkungan, termasuk perubahan ekonomi, teknologi, dan sosial.

- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pemahaman tentang dinamika sosial dan ekonomi dalam lingkungan pasar konvensional, sehingga dapat membantu mengembangkan pengembangan ilmu sosial, khususnya di bidang Sosiologi yang berhubungan dengan Sosiologi Ekonomi.

## 2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pedagang konvensional di Pasar Kosambi dan pasar serupa tentang strategi adaptasi yang efektif untuk membantu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pemerintah Bandung untuk merancang kebijakan yang mendukung keberlanjutan pasar konvensional di wilayah setempat.

## E. Kerangka Berpikir

Seiring dengan kemajuan teknologi internet yang kian pesat, kini kegiatan perdagangan jual beli produk atau jasa dapat dilakukan secara daring melalui *e-commerce*. *E-commerce* dapat diartikan sebagai proses pembelian dan penjualan barang maupun jasa secara online dengan memanfaatkan jaringan internet yang dilakukan melalui platform online. Hadirnya *e-commerce* memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk membeli barang dengan berbagai pilihan jenis produk atau merk tanpa perlu pergi ke luar rumah, sehingga hal tersebut membuat *e-commerce* banyak diminati oleh masyarakat dan berkembang pesat di Indonesia.

Perkembangan *e-commerce* telah membawa perubahan mendasar dalam dunia perdagangan dan cara masyarakat berbelanja. Perubahan yang disebabkan oleh *e-commerce* sendiri dapat menciptakan berbagai persepsi di masyarakat, termasuk pada kalangan pedagang konvensional. Persepsi terhadap perubahan seringkali tergantung pada pengalaman pribadi dan bagaimana individu atau kelompok menginterpretasikan serta merespons perubahan tersebut.

*E-commerce* sendiri sejatinya membuka kesempatan bagi siapapun yang ingin berbisnis secara online baik itu dari bisnis skala kecil, menengah hingga bisnis skala besar. Di ranah *online* banyak pula pedagang yang berjualan secara pasif dalam artian menjadi *reseller*, ada pula pedagang yang berjualan secara musiman bertepatan dengan momen-momen tertentu seperti Idul Fitri. Akan tetapi, masih banyak pelaku usaha khususnya pedagang pasar yang tidak mengembangkan usahanya ke dalam *e-commerce* di samping tetap berjualan secara konvensional.

Hadirnya *e-commerce* pada satu sisi memberikan inovasi baru dalam dunia bisnis yang memudahkan kegiatan jual beli, tetapi di sisi lain keberadaan *e-commerce* dapat mengancam eksistensi pedagang konvensional. Maraknya penggunaan *e-commerce* mengakibatkan keberadaan pasar tradisional menjadi semakin tersisihkan sehingga berpengaruh terhadap omzet yang didapatkan oleh pedagang yang masih tetap berjualan secara konvensional

Dalam mempertahankan eksistensi pedagang konvensional di tengah banyaknya masyarakat yang beralih berbelanja secara tradisional ke *e-commerce*, maka diperlukan suatu langkah strategi adaptasi yang harus dilakukan oleh pedagang konvensional agar dapat tetap bersaing dan bertahan di tengah perkembangan *e-commerce*.

Teori Fungsionalisme struktural Talcott Parsons menjelaskan bahwa sebuah sistem sosial dapat bertahan dari perubahan yang terjadi di lingkungannya dengan baik apabila memenuhi kebutuhan empat fungsi dasar, yaitu *Adaptation*, *Goal Attainment*, *Integration*, *Latency* (AGIL). Dalam penelitian ini, teori Fungsionalisme Struktural digunakan untuk memahami bagaimana pedagang konvensional di Pasar Kosambi dapat bertahan di tengah perkembangan *e-commerce*.



**Gambar 1.3 Kerangka Berpikir**